

RESUMEN

En el presente trabajo de tesis se realiza el estudio de factibilidad de mercado, técnico, organizacional y financiero para la creación de un Centro Educativo de Intercambio Cultural para extranjeros, ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito.

Para el desarrollo del proyecto se realizó una investigación de mercado para medir cuál es el comportamiento de los consumidores (extranjeros que llegan a Quito) que conforman el mercado meta, el mismo que sirvió como soporte para proyectar la demanda futura que tendrá el Centro Educativo y determinar la oferta de escuelas de español que existen actualmente.

Mediante el Estudio Técnico se estableció que el Centro Educativo estará localizado en la Provincia de Pichincha, cantón Quito, específicamente en la Zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito, en el barrio La Mariscal, calles Luis Cordero y Reina Victoria, debido a que el mercado meta se concentra en esta zona que se caracteriza por tener una afluencia de turistas.

El Centro Educativo de Intercambio Cultural contará con espacios necesarios para su funcionamiento, aulas organizadas para cada nivel de aprendizaje, área de dirección, área de administración financiera, oficinas, área de recepción, área de convivencia y área de bar. El objetivo del Centro Educativo es entregar un servicio donde los estudiantes se sientan a gusto al adquirir conocimientos a través de actividades grupales de integración y juegos recreativos sobre el idioma español y la cultura.

El siguiente paso fue determinar la empresa y su organización, para conocer la misión, visión, estrategias, valores, razón social y logo, que permitan identificar las características de la empresa.

Dentro de las características de la empresa también se encuentra el personal y sus funciones, así como el organigrama. Debido a que el tamaño de la empresa es pequeño, cuenta con nueve personas encargadas del Centro Educativo, de los cuales uno es el director, un administrador financiero, un administrador de sistemas, un jefe de marketing, una secretaria bilingüe, tres profesores de español y una persona encargada de aseo y limpieza.

Finalmente se realiza el Estudio Financiero, el cual determina la rentabilidad o no de la empresa. Se inicia con el presupuesto de inversiones, donde se detalla los activos fijos (\$14.423), activos diferidos (\$3.400), adecuaciones (\$2.000) y el capital de trabajo (\$3.437), con lo que se estableció una inversión inicial de \$23.260. El 60% de esta inversión estará establecida por capital propio de los socios del proyecto y el 40% restante será financiado mediante crédito con la Corporación Financiera Nacional.

Se procedió con el presupuesto de ingresos, presupuesto de egresos, estado de origen y aplicación de recursos y estructura de financiamiento para poder conocer toda la información financiera relevante.

La evaluación financiera se realizó con el factor de actualización $TMAR=12\%$ para el proyecto y del inversionista de $10,01\%$, obteniendo un TIR, VAN, Relación Beneficio - Costo y Período de Recuperación positivos, los cuales determinaron que el proyecto si es factible y que debe implementarse la empresa.

De igual manera se determinó el punto de equilibrio monetario, y se realizó un análisis de sensibilidad ante posibles cambios de las condiciones estudiadas.

Es así que después del estudio realizado se llegó a la conclusión que el proyecto es viable y que definitivamente la implementación del Centro Educativo de Intercambio Cultural para Extranjeros es posible, por tanto permiten la puesta en marcha de la empresa.

Cabe mencionar que con la implementación de la empresa se pretende contribuir a la reactivación económica del país reduciendo los índices de desempleo y subempleo.

SUMMARY

This thesis work includes the market research, technical study, organizational and financial structure for the creation of an Educational Center of Cultural Exchange for Foreigners, located in the Metropolitan District of Quito.

To develop this project, a field study of market research was carried out in order to know the customer behavior, the same that served as support to project the future demand of the Educational Center and also determine the Spanish schools that exist today.

According to the technical study, the Educational Center will be located in the province of Pichincha, specifically in the Northern Zone of Quito, in the Mariscal neighborhood, streets Luis Cordero and Reina Victoria, since this area is visited by a lot of tourists.

The Educational Center will have functioning spaces, classrooms organized for each learning level, management and financial administration areas, offices, reception, recreational and bar area. The purpose of the Educational Center is to deliver a service where students feel comfortable when learning the language through group activities and games concerning the Spanish language and culture.

The next step was to determine the company establishments and its organization to meet the mission, vision, strategies, values, and logo, which allow identifying the characteristics of the company.

Among the characteristics of the company are also the staff and their functions. Since the Educational Center is small, it will count with nine people in charge of the school, which are the director, the financial

administrator, the systems administrator, the marketing manager, the bilingual secretary, three Spanish teachers and a janitor.

Finally, the Financial Study is performed, which determines the profitability of the company or not. It starts with the investment budget, which details the fixed assets (\$14,423), deferred assets (\$3,400), adjustments (\$2,000) and working capital (\$3,437), which established an initial investment of \$23,260. The 60% of this investment will be contributed by the project partners and the remaining 40% will be financed through credit with the National Finance Corporation.

This work continues with the revenues budget, expenditures budget, the origin and use of resources and the financing structure to know all the relevant financial information.

The financial evaluation was done with the discount factor $MARR=12\%$ for the project and for the investor of 10.01% , obtaining an IRR, NPV, Benefit Value-Cost and Payback Period positive since they determined that the project is feasible and that the company should be implemented.

The break-even point was determined, and a sensitivity analysis of possible changes in the conditions studied.

After the study done, it came to the conclusion that the project is viable and that the implementation of the Educational Center is possible, therefore allowing the launch of the company.

It is worth mentioning that with the implementation of the company, it contributes to the country's economic recovery by decreasing the unemployment and underemployment.

INTRODUCCIÓN

La globalización no es un fenómeno totalmente nuevo, ni primordialmente moderno o social. Podemos decir que ha cambiado a lo largo del tiempo a través de diferentes factores como son: la introducción de nuevas tecnologías, que entre otras, han modificado la lectura, el modo de vivir y la forma de entender la realidad y la intervención sobre ella.

Este proyecto consiste en realizar un estudio de factibilidad para la creación de un Centro Educativo de Intercambio Cultural para lo cual es importante mencionar como la globalización ha estructurado al mundo como una totalidad. A lo largo de la historia, se han producido revoluciones en la comunicación, cada nuevo medio aportó con actividades, tareas y procesos que produjeron cambios importantes en la organización de la sociedad y en la transmisión de la cultura.

Es cada vez mayor la importancia de los medios masivos que influyen sobre la forma de actuar o de pensar de las personas, logra modificar la forma en que los seres humanos conocen y comprenden la realidad que los rodea. Es por esta razón que cada día es importante conocer nuevas culturas para realizar negocios innovadores y multiculturales.

El proyecto estará dividido en diferentes capítulos, en el capítulo I se realizará un Estudio de Mercado que proporcionará la información necesaria para determinar si la creación del Centro de Intercambio Cultural cumple con las expectativas del cliente. Aquí se determinará la demanda insatisfecha.

En el capítulo II se realizará el Estudio Técnico que determinará el tamaño del proyecto y así tomar en cuenta la disponibilidad de los recursos y la localización del proyecto, entre otras.

En el capítulo III se encontrará la información referente a la Empresa y su Organización en cuanto a la base legal de constitución, la filosofía corporativa y además se realizará y diseñará la organización que permitirá determinar las funciones y el recurso humano necesario para cada área.

El capítulo IV estará compuesto por el estudio Económico Financiero el cual consiste en cuantificar la información que se generó en los tres primeros capítulos, para desarrollar la factibilidad económica financiera del proyecto.

Por último, el capítulo V consiste en establecer las conclusiones y recomendaciones que se determinará con respecto a la finalización del proyecto de Inversión.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Nuestro país Ecuador, desde un punto de vista geográfico, es un país pequeño. No obstante está caracterizado por su singular topografía, su diversidad de zonas climáticas, y una gran variedad de especies vegetales y animales. Esto nos indica que, en cuestión de horas, los turistas pueden trasladarse desde la selva tropical a las alturas de la Cordillera de los Andes, para luego bajar hacia la Costa del Pacífico, sin la necesidad de salir de las fronteras.

Al viajar por el Ecuador, de la Sierra a la Costa y Oriente, la diversidad del Ecuador se reproduce también en su gente, cuyos orígenes y tradiciones se han formado a partir de su contorno geográfico. En consecuencia, la creación de un Centro Educativo de Intercambio Cultural sería estratégico debido a la biodiversidad que encontramos en nuestro país y aportará al desarrollo turístico y económico, reduciendo los índices de desempleo y subempleo.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Objetivo General

Elaborar un Estudio que permita determinar la creación de un Centro Educativo de Intercambio Cultural para Extranjeros, ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito.

Objetivos Específicos

- ✓ Realizar un Estudio de Mercado en el Distrito Metropolitano de Quito con el fin de determinar la demanda insatisfecha con respecto al servicio de Intercambio Cultural.
- ✓ Realizar un Estudio Técnico con el fin de establecer el tamaño, localización e ingeniería del proyecto y cuantificar los recursos necesarios que nos permitan poner en marcha el presente proyecto.
- ✓ Diseñar la Estructura Organizacional de la empresa para establecer su base legal, filosofía corporativa; así como la organización y sus funciones.
- ✓ Realizar un estudio Económico Financiero que nos permita identificar las fuentes de financiamiento, factibilidad y beneficios para la ejecución del proyecto.

CAPÍTULO 1

ESTUDIO DE MERCADO

Un Estudio de Mercado nos proporciona indicadores básicos, tanto cuantitativos como cualitativos, para una empresa. “Cualquier proyecto que se desee emprender, debe tener un estudio de mercado que le permita saber en qué medio habrá de moverse, pero sobre todo si las posibilidades de venta son reales y si los bienes o servicios podrán colocarse en las cantidades pensadas, de modo tal que se cumplan los propósitos del empresario.”¹

El estudio de mercado para la creación del Centro Educativo de Intercambio Cultural para Extranjeros, analizará: la estructura del mismo, los atributos de los servicios, el análisis de la demanda, análisis de la oferta y el análisis de precios. Con estos insumos se establecerá la demanda insatisfecha para el Distrito Metropolitano de Quito. Con el análisis de las variables anteriormente mencionadas se determinará y establecerá un diagnóstico del mercado, que permita establecer si es conveniente la instalación de la nueva empresa.

¹ Endeavor, “Estudio de Mercado – Definición” <<http://www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-apoyos/aprende-del-mercado/080803/estudio-mercado-definicion-estudio-mercado-componentes-del-estudio-mercado>>

1.1 Objetivos del estudio de mercado

“El objetivo de un estudio de mercado se orienta a realizar un análisis en el mercado de la oferta y demanda de un bien o servicio, permitiendo saber cómo está ese bien o servicio o permite saber cuál es su futuro mercado”²

Para el presente proyecto se han establecido los siguientes objetivos:

- Determinar la demanda actual y estimar la demanda potencial del mercado de la ciudad de Quito en cuanto al aprendizaje de la cultura ecuatoriana y principalmente el idioma español.
- Determinar los motivos por los cuales los turistas visitan Ecuador, principalmente la ciudad de Quito y las actividades que les gusta realizar durante su estadía en el país.
- Establecer el nivel de ingresos de los clientes potenciales y así definir el precio que estarían dispuestos a pagar por el servicio de educación.
- Conocer el tiempo de permanencia de los extranjeros en la ciudad de Quito y determinar si están interesados en hacer uso del servicio.

² “Objetivo del estudio de mercado”

<<http://www.mitecnologico.com/Main/DefinicionObjetivoDelEstudioDeMercado>>

1.2 Identificación del Producto o Servicio

“El idioma español en la globalización tiene su importancia y peso entre los idiomas más importantes en el mundo ya que es hablado por unos 358 millones de personas en todo el mundo como la lengua oficial, incluyendo los hablantes como segunda lengua tenemos un total de 417 millones. Es la cuarta lengua del mundo en hablantes, tras el Chino Mandarín, Hindi e Inglés. Además el español es la lengua oficial hablada en 21 países.”³

Tabla N° 1: Los lenguajes más hablados del mundo

Los lenguajes más comunes			
Lista de lenguajes por el número total de hablantes, clasificadas por número de hablantes como primera lengua. (est. 1999)			
Lenguaje	ISO 639-2 alpha-3 código	Población total de todos los países hablantes como primera lengua	Incluyendo a los hablantes de una segunda lengua
Chino, oficial en China continental, Hong Kong, Macao, Singapur y Taiwan	chi/zho		
Chino, Putonghua (Mandarín)		874 000 000	1 052 000 000
Chino, Wu		77 175 000	77 175 000
Chino, Yue		52 000 000	71 000 000
Chino, Jinyu		45 000 000	45 000 000
Chino, Min Nan		45 000 000	45 000 000
Chino, Hakka		33 000 000	33 000 000
Chino, Gan		20 580 000	20 580 000
Total Chino: sin varios millones de hablantes de otros dialectos Chinos		1 146 755 000	1 343 755 000
Hindi (Hindustani) Lengua de la india del norte	hin	366 000 000	487 000 000
Inglés El idioma oficial en 83 países/regiones (ISO), hablado en 105 países (E).	eng	341 000 000	508 000 000
Español El idioma oficial en 21 países (ISO), hablado en 44 países (E)	spa/esp	322 200 000 to 358 000 000	417 000 000

Fuente: ETHNOLOGUE
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

³ Most widely spoken Languages in the World. Ethnologue.
<<http://www.nationsonline.org/oneworld/most_spoken_languages.htm>>

Según los datos estadísticos, se observa que el idioma español es una lengua importante y “se estima por la UNESCO que sobre mediados de este siglo una cuarta parte de la población de EE.UU. hablará español. Además el español es la lengua materna de casi el 15% de los habitantes de Estados Unidos en la actualidad y unos 100 millones de personas hablan español como segunda lengua. En los Estados Unidos y en Canadá, el español es la lengua extranjera más estudiada.”⁴

Además de lo indicado anteriormente, el idioma español constituye un fundamento potencial para el desarrollo de las fuerzas globalizadoras en diferentes ámbitos como son los movimientos migratorios, inversiones y desarrollo de proyectos empresariales.

En cuanto a la posición turística de nuestro país, encontramos que al Ecuador se lo conoce como “Ecuador y sus cuatro mundos: Amazonía, Andes, Costa y Galápagos” debido a su diversidad cultural, su historia, gran biodiversidad y su posición geográfica. Ecuador es uno de los destinos turísticos más recomendados para quienes desean tener unas vacaciones placenteras, pero con actividades diversas. Entre esas actividades encontramos aprender la cultura y principalmente el idioma español, ya que es un idioma que cada día es más importante.

Por lo mencionado anteriormente, con las bondades, características y atributos de nuestro país, se ha planteado la creación de un Centro Educativo de Intercambio Cultural con el propósito de ofrecer programas de inmersión de español diseñados para que los estudiantes alcancen rápidamente sus metas de aprendizaje del idioma.

⁴ Most widely spoken Languages of the World. Ethnologue, <<http://www.nationsonline.org/oneworld/most_spoken_languages.htm>>

Con esto, los estudiantes potenciales pueden normalmente alcanzar en algunos meses, el mismo nivel que lograrían en años de estudio en el colegio o universidad.

Mirando la importancia del aprendizaje de los idiomas, la meta del Centro Educativo es aprovecharse del nivel de importancia que tiene nuestro idioma a Nivel Mundial y en sus diversos programas de aprendizaje los estudiantes tendrán experiencias vivenciales con visitas a diversos sectores y lugares turísticos.

1.3 Característica del Servicio

Las características fundamentales que diferencian a los servicios de los bienes son:

- **Intangibilidad:** consiste en que los servicios no pueden verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra. Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar ni patentar, ser explicados o representados fácilmente, o incluso medir su calidad antes de la prestación. Según Philip Kotler, a fin de reducir su incertidumbre, los compradores hacen inferencias acerca de la calidad, con base en el lugar, el personal, el equipo, el material de comunicación, los símbolos y el servicio que ven. Por tanto, la tarea del proveedor de servicios es "administrar los indicios", "hacer tangible lo intangible"⁵

⁵ Kotler Philip, Dirección de Marketing -Conceptos Esenciales, Primera Edición, Prentice Hall, 2002, Págs. 200 al 202.

- Heterogeneidad (o variabilidad): significa que los servicios tienden a estar menos estandarizados o uniformados que los bienes⁶, es decir que dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales. Esto se debe a varios motivos: las entregas de un mismo servicio son realizadas por personas a personas, en momentos y lugares distintos. Cambiando uno solo de estos factores el servicio ya no es el mismo, incluso cambiando sólo el estado de ánimo de la persona que entrega o la que recibe el servicio. Por esto es necesario prestar atención a las personas que prestarán los servicios a nombre de la empresa.

- Inseparabilidad: Los bienes se producen, se venden y luego se consumen. En cambio, los servicios con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son actividades inseparables.⁷ A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio. No se pueden separar los servicios de los mismos servicios.

- Perecibilidad: los servicios no se pueden almacenar, por la simultaneidad entre producción y consumo. La principal consecuencia de esto es que un servicio no prestado, no se puede realizar en otro momento, por ejemplo los minutos u horas en las que un dentista no tiene pacientes, no se puede almacenar para emplearlos en otro momento, sencillamente se pierden para siempre.

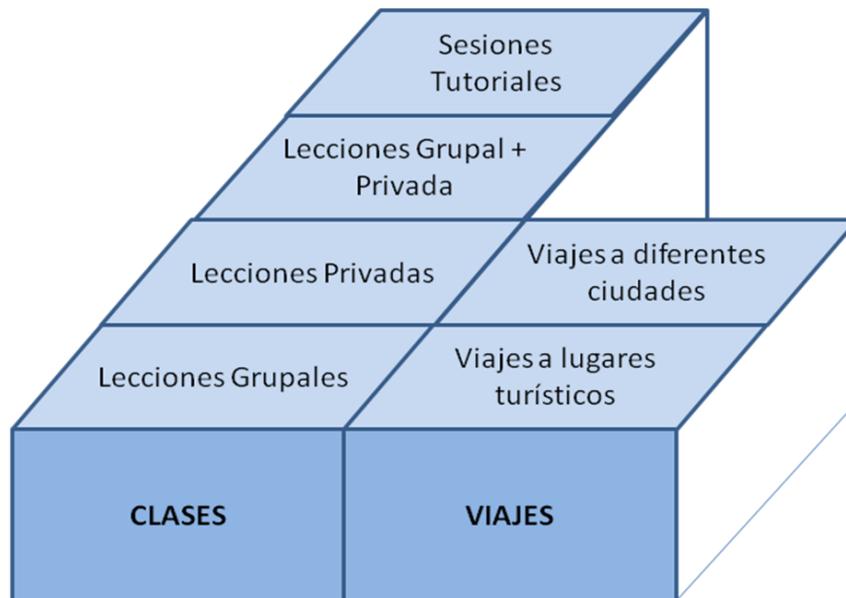
⁶ Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, Marketing, Sexta Edición, International Thomson Editores, 2002, Págs. 344 al 346.

⁷ Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, Marketing, Sexta Edición, International Thomson Editores, 2002, Págs. 344 al 346.

- Ausencia de propiedad: los compradores de servicios adquieren un derecho a recibir una prestación, uso, acceso o arriendo de algo, pero no la propiedad del mismo. Luego de la prestación sólo existen como experiencias vividas.

El Centro Educativo de Intercambio Cultural brindará servicios de aprendizaje del idioma español con clases enfocadas tanto en gramática, como lectura y escritura; actividades y excursiones de visitas a diferentes lugares turísticos. Los servicios están orientados para lograr que los estudiantes conozcan mejor la cultura y principalmente la fluidez en el idioma español. El centro educativo contará con la siguiente gama de productos.

Gráfico N° 1: Gama de Servicios



Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

De acuerdo al concepto y a la gráfica, los servicios del Centro Educativo se dividen en dos: Clases y Viajes.

TIPOS DE CLASES:

➤ Lecciones Grupales (20 horas a la semana)

Las clases grupales tendrán un máximo de 6 personas, de este modo se asegurará una instrucción personalizada. Los estudiantes ascenderán de nivel y rendirán exámenes cada dos semanas. Las clases se podrán tomar cada lunes ya sea por la mañana o por la tarde.

➤ Lecciones privadas (10-20 horas a la semana)

Los estudiantes que deseen podrán tomar lecciones privadas personales para así tener atención individualizada. Las clases privadas son también una excelente idea para los profesionales que busquen adquirir vocabulario especializado para situaciones específicas. Los cursos individuales se podrán comenzar cualquier lunes.

➤ Grupal + privada (25-30 horas a la semana)

Los estudiantes que estén interesados en un programa más intensivo, tendrán la opción de tomar una clase grupal y otra privada. Podrán elegir esta opción temporalmente si tienen algunos problemas con ciertos conceptos y desearían ayuda adicional.

➤ Sesiones Tutoriales

Esta asistencia adicional proporcionará a los estudiantes ayuda adicional para trabajar en áreas problemáticas. A diario un profesor se encontrará disponible para asistir a estudiantes en asuntos específicos que necesiten de atención adicional, entregando sugerencias,

haciendo preguntas relacionadas con la preparación, y otras actividades adicionales. Esto se lo considerará como un servicio extra, no comparable a la instrucción privada sino definitivamente beneficioso para proporcionar toda la ayuda que necesiten los estudiantes.

NIVELES DE ESPAÑOL:

Las clases contarán con diferentes niveles de aprendizaje del idioma español los cuales son:

- **Niveles del principiante:** (1A, 1B, 2A, 2B) pronunciación, identificando a gente y cosas, presente, miembros de la familia, "ser" y "estar", pronombres interrogativos, artículos indefinidos/definidos, saludos, adjetivos demostrativos, tiempo actual progresivo, "hay" y "tener", días y meses, adjetivos posesivos. Verbos reflexivos y pronombres, deportes y actividades, futuro informal ("ir"+), preferencias y deseos, "nunca"/"siempre", tiempo imprescindible, números ordinales, "que del tener", "haber", "deber", preposiciones de tiempo y de lugar, tiempo imperfecto.
- **Niveles intermedios:** (1A, 1B, 2A, 2B) pronombres relativos, pronombres interrogativos, "párrafos" y "por", irregulares del pretérito perfecto, tiempo imperfecto, futuro condicional, actual subjuntivo, aplicaciones de los verbos del subjuntivo, "seguir" y "quedar", gerundio perfecto de estar"+ del pretérito", verbos subjuntivo irregulares. Subjuntivo perfecto del pretérito, voz pasiva, uso del "SE", verbos con la preposición, expresiones adverbiales, diminutivos y argumentos, expresiones idiomáticas, subjuntivo imperfecto del pretérito, locuciones prepositivas, sinónimos y antónimos.

- **Niveles avanzados y superiores:** (A, B, Superior) continuación de la práctica del discurso, perfeccionando la gramática hablada, el análisis de la literatura y la composición. Rotación de los temas de la conversación.

- **Electivos:** Composición, literatura y cultura.

VIAJES

Entre los servicios que el Centro Educativo ofrecerá serán actividades tales como excursiones, salidas y/o visitas a clubes de salsa, viajes a museo, salidas a happy hours y a diferentes festivales locales. Los paseos de fin de semana incluirán viajes a la costa, visitas a pueblos coloniales, y paseos al aire libre.

Calendario semanal tipo:

Tabla N° 2: Calendario semanal tipo

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Fin de semana
Recepción + Viaje en la ciudad	Actividad en la escuela (club de conversación, lecciones de cocina, películas, juegos, etc.)	Lecciones de danza (Tango/Salsa) o deportes (futbol)	Cultura o actividades sociales (museos, teatro, demostraciones locales, etc.)	Almuerzo de despedida + Noche de bares	Actividades al aire libre y excursiones (montaña, playa, etc.)

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

1.3.1 Clasificación por su uso y efecto

Por su uso

Para identificar al servicio de una manera adecuada, debemos comenzar por definir el sector y subsector productivo al que pertenece dentro del Producto Interno Bruto.

Según la Clasificación Industrial Internacional Unificada (CIIU) la actividad de la nueva empresa pertenece al Sector enseñanza teniendo como Subsector a educación de adultos y otros tipos de enseñanza, tal y como lo podemos observar en la siguiente tabla.

Tabla N° 3: Clasificación Industrial Internacional Unificada (CIIU)

M		ENSEÑANZA.
M	809	EDUCACION DE ADULTOS Y OTROS TIPOS DE ENSEÑANZA.
M	8090	EDUCACION DE ADULTOS Y OTROS TIPOS DE ENSEÑANZA.
M	8090.0	EDUCACION DE ADULTOS Y OTROS TIPOS DE ENSEÑANZA.
M	8090.00	Enseñanza para personas no abarcadas en los sistemas ordinarios de enseñanza, instrucción impartida en escuelas o instituciones especiales destinadas a adultos, en clases diurnas o nocturnas, además instrucción impartida en programas de radio y televisión o por correspondencia, incluye programas de alfabetización para adultos.
M	8090.09	Otros tipos de enseñanza n.c.p.

Fuente: CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL UNIFICADA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Además, el proyecto del Centro Educativo de Intercambio Cultural para extranjeros, se encuentra en el sector terciario. Esto es debido a que la educación se la considera como un servicio.

El Centro Educativo de Intercambio Cultural para Extranjeros a través de la entrega del servicio de enseñanza busca principalmente: realizar una adecuada enseñanza del idioma español a través de programas de inmersión de español diseñados para que los estudiantes alcancen rápidamente sus metas de aprendizaje del idioma y entregar a los estudiantes una experiencia de aprendizaje que dure toda la vida.

Estudiar una lengua en el exterior significa más que lograr fluidez. Es por esto, que el Centro Educativo busca asegurarse de que el tiempo de los extranjeros en el Ecuador sea una experiencia inolvidable. Se brindará ayuda para obtener nuevas perspectivas latinas y a entender lo mejor posible la cultura local.

Por su efecto

El aprendizaje del idioma español es importante ya que constituye una plataforma potencial para el desarrollo de las fuerzas globalizadoras en ámbitos como: los movimientos migratorios, inversiones y desarrollo de proyectos empresariales. Esta idea es apoyada por la evidencia de corrientes migratorias recientes (entre España y América Latina) e importantes flujos de movimientos de capitales.

Aprender otro idioma como lo es el español permite: tener acceso a uno de los mercados de mayor crecimiento del mundo, establecer relaciones con diferentes países de habla hispana para crear nuevas oportunidades de negocios, obtener mayor éxito en cualquier ámbito y adquirir un desarrollo verbal e intelectual en un nivel más elevado de las personas que hablan solamente un idioma. El aprendizaje de un nuevo idioma principalmente permite establecer relaciones sociales con diferentes personas alrededor del mundo.

El Centro Educativo busca entre otras incentivar el turismo nacional, a través de la presentación de los paisajes más hermosos del país. Además mediante la implementación de esta empresa se creará fuentes de empleo de forma directa e indirecta.

1.3.2 Servicios sustitutos y/o complementarios

Servicios sustitutos, son todos aquellos productos que satisfacen una necesidad similar y por lo tanto el consumidor podrá optar por el uso de ellos.⁸

Los Servicios Complementarios son aquellos que vienen juntos, es decir que se utilizan en conjunto para su consumo, contribuyen al mejoramiento del bien o servicio principal, la disminución del precio de uno resulta en una mayor demanda del otro o viceversa.⁹

De acuerdo a la definición anterior, se puede decir que los servicios sustitutos y complementarios al que ofrecerá la nueva empresa son:

- ✓ Agencias de viajes
- ✓ Escuelas de danza y baile
- ✓ Cursos en diferentes áreas (cocina, conversación)

Estos servicios pueden ser considerados como alternativas para los turistas en el momento que se encuentren en la ciudad de Quito.

Competidores Potenciales

Los competidores potenciales en el sector en el cual se enfoca el Centro Educativo serían específicamente las escuelas de español que entreguen servicios parecidos a los de la nueva empresa.

⁸ Econ. Maricela Flor. Apuntes de Notas de Materia de Microeconomía

⁹ Econ. Maricela Flor. Apuntes de Notas de Materia de Microeconomía

En la actualidad en el Distrito Metropolitano de Quito existen 35 Escuelas de Español de las cuales se tomaron las principales consideradas como competencia directa.

Tabla N° 4: Escuelas de Español

ESCUELAS DE ESPAÑOL
Andean Global Studies: AGS
Escuela de Español Atahualpa
La Lengua Spanish School
Instituto Superior de Español
Quito S.I. Spanish Institute - Centro Asociado Cervantes
Colonial Spanish School
Vida Verde
EIL-Spanish Language and Culture Center
Bipo & Toni's Academia de Español
Simón Bolívar Spanish School

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

1.3.3 Normatividad Técnica, Sanitaria y Comercial

➤ **NORMATIVA TÉCNICA**

REQUISITOS PARA LA OBTENCION DEL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

“LEY DE DEFENSA CONTRA INCENDIOS Y SU REGLAMENTO ART.250

1. Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos del DMQ.
2. Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal o propietario.
3. Copia del RUC
4. Copia del Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos del DMQ del año anterior.
5. Copia de la Patente Municipal vigente.”¹⁰

RECOMENDACIÓN DEL CUERPO DE BOMBEROS EN QUITO



Con el pago de una parte de la patente (10%) se cubre el servicio que da el cuerpo de bomberos a todos los locales que desarrollan actividades económicas, mediante el cual recomiendan la instalación de equipos contra incendios o las seguridades que debe tener para evitar los mismos.

¹⁰ Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito <<http://www.bomberosquito.gov.ec/Servicios2.html>>

El cumplimiento de estas recomendaciones le da derecho al dueño del negocio a reclamar el seguro contra incendio, que es cancelado con todos los pagos de las planillas de energía eléctrica, en caso de que ocurra el flagelo.

Los requisitos para obtener este servicio son: comprar un formulario, llenarlo y entregar a los bomberos; y, conducir a los inspectores al local comercial para la verificación.

PATENTE MUNICIPAL EN QUITO

Es un comprobante de pago emitido por la Administración Zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipal que se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito.



TIEMPO

De inmediato despacho a través de la ventanilla de recaudación.

REQUISITOS

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez para personas naturales, presentar:

- Formulario de declaración del Impuesto de Patente, original y copia
- RUC original y copia
- Copia de cédula de ciudadanía
- Copia de carta de pago del impuesto predial del año en curso.
- Formulario de categorización emitido por la oficina de Control Sanitario (para las actividades comerciales que requieran el permiso sanitario)

EMISIÓN DE LA LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO

“Requisitos generales: Los requisitos generales para el funcionamiento de cualquier actividad económica son los siguientes:

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia de RUC
- Copia de Cédula de Identidad o Ciudadanía del Representante Legal
- Copia de papeleta de votación del representante legal
- Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución
- Informe de Compatibilidad de Uso del Suelo ICUS, para los establecimientos considerados como especiales o restringidos.”¹¹

➤ *NORMATIVA SANITARIA*

PERMISO SANITARIO DE FUNCIONAMIENTO EN QUITO

“Es un documento emitido por la administración Zonal correspondiente que autoriza el funcionamiento de los siguientes establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario por delegación del Ministerio de Salud: mercados, supermercados, tiendas de abarrotes y locales de abastos, consignación de víveres y frutas, vendedores ambulantes y estacionarios, bares- restaurantes, boite (grill) restaurante, cafeterías, heladerías, fuente de soda, soda-bar, picantería, fondas, comedores populares, escenarios permanentes de espectáculos, plazas de toros, salas de cine, casinos, salones de billar, salones de juegos electrónicos, clubes deportivos privados, estudios y coliseos, peluquerías y salones de belleza. (Acuerdo ministerial RO N°.58 de abril de 2003).

¹¹ Reglamento de requisitos y procedimientos para la emisión de la licencia Metropolitana de Funcionamiento. <<http://www.quito.gov.ec/pdf/Reglamento_Procedimental.pdf>>

TIEMPO

Quince días laborables

REQUISITOS

Presentar en la administración respectiva lo siguiente:

- Solicitud (formulario) de permiso sanitario;
- Copia de cédula de ciudadanía y de votación del propietario del negocio;
- Informe de compatibilidad y/o factibilidad de implantación de uso (otorgado por la Administración Zonal para las actividades comerciales que deben obtener el permiso sanitario por delegación del Ministerio de Salud al Municipio)
- Comprobante de pago de patente anterior;
- Comprobante de tasa de permiso sanitario del año;
- Permiso Sanitario de funcionamiento del año anterior (original) para locales ya existentes;
- Certificado (s) de salud (en áreas de alimentos, salas de belleza y peluquerías) para todo el personal, expendido por la unidad de salud San José;
- Permiso de trabajo en el país, actualizado (para personas extranjeras)
- Copia del RUC vigente.

Nota 1: El plazo máximo para obtener el permiso de funcionamiento es el 30 de junio de cada año, caso contrario se someterán a las sanciones establecidas en el Código de la Salud.

Nota 2: Para todo trámite deberá presentar el certificado de votación de acuerdo a Ley de Elecciones.”

➤ **NORMATIVA COMERCIAL**

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

INSCRIPCIÓN



“El RUC es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objetivos proporcionar información a la administración tributaria. Se deben inscribir en el RUC todas las personas naturales que realicen alguna actividad económica independiente o adicional a relación de dependencia, dentro de los 30 días hábiles posteriores a la fecha de inicio de actividades.”¹²

REQUISITOS GENERALES

- “Original y copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Original y copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.
- Presentación del certificado de votación del último proceso electoral
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos:
 - ✓ Planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico, o consumo de agua potable a nombre del contribuyente, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de realización del trámite.
 - ✓ Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta a nombre del contribuyente de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

¹² Servicios de Rentas Internas. <www.sri.gov.ec>

1.4 Determinación de la demanda actual

"La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido."¹³

1.4.1 Metodología de la investigación de campo

FUENTES DE INVESTIGACIÓN:

Las Fuentes de Información que se utilizarán para el presente proyecto son: las primarias y las secundarias:

Fuentes Primarias:

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizará como base la información primaria como:

- Encuestas: las cuales estarán dirigidas a extranjeros que se encuentren por el sector de la Mariscal y el aeropuerto.
- Observaciones Directas: se realizarán visitas de observación a las principales escuelas de español, de cuya visita se extraerá información relevante la misma que permitirá hacer análisis comparativos de las necesidades y expectativas de los clientes potenciales.

¹³ "Definición de Demanda" <<http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>>

Fuentes secundarias:

Es toda aquella información recopilada en Fuentes como revistas, textos, Internet, Prensa local entre otros. Se denominan fuentes secundarias aquellas que contienen información escrita sobre el tema. Entre las razones que justifican su uso se pueden citar las siguientes:

- Pueden contribuir para solucionar el problema de gran manera y por eso son las primeras que deben buscarse.
- Aunque no resuelven el problema pueden ayudar a formular soluciones y contribuir a la recolección de datos.

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizarán las siguientes fuentes secundarias:

- Libros de texto
- Artículos de revistas especializadas

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La técnica de investigación que se utilizará para el presente proyecto será:

➤ Investigación Bibliográfica:

- ✓ Biblioteca de la ESPE
- ✓ Biblioteca del Ministerio de Turismo
- ✓ Biblioteca Personal
- ✓ Consultas a Internet

➤ **Identificación de Bibliografía Potencial**

- ✓ Artículos de actualidad obtenidos de Periódicos y Revistas.
- ✓ Recopilaciones estadísticas obtenidas por diversas entidades.
- ✓ Información Relacionada existente en Internet.
- ✓ Procesamiento de la Información Bibliográfica recopilada.

➤ **Investigación de Campo**

- ✓ Observación Directa
- ✓ Comparación con otras empresas similares

➤ **Encuestas**

“La definición de encuesta enfoca a la misma como un método que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa.

Complementando ésta definición, el método de encuesta es un cuestionario estructurado que se da a una muestra de la población y está diseñado para obtener información específica de los entrevistados.”¹⁴

Por otra parte, cabe señalar que el Diccionario de Marketing de Cultural S.A. define “el término encuestación como el método de recogida de información cuantitativa que consiste en interrogar a los miembros de una muestra, sobre la base de un cuestionario perfectamente estructurado.”¹⁵

¹⁴ Stanton, Etzel y Walker, Fundamentos de Marketing, 13a. Edición, Mc Graw Hill, 2004, Págs. 212-219.

¹⁵ Diccionario de Marketing, Cultural S.A., Edición 1999, Pág. 113

La encuesta a realizar estará dirigida a los extranjeros en el sector de la Mariscal y el aeropuerto y está diseñada de forma clara y fácil de recordar.

➤ **Tratamiento de la Información Obtenida**

Los datos observados serán clasificados y procesados con la ayuda del Software del SPSS y posteriormente serán analizados e interpretados a fin de disponer de información relevante que nos permita llevar a cabo el presente proyecto.

1.4.1.1 Segmento objetivo

“La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos tomando en cuenta el grado de intensidad de la necesidad, con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos, que permita satisfacer de modo más efectivo sus necesidades y alcanzar los objetivos de la empresa.”¹⁶

Para la segmentación del mercado del presente proyecto se ha considerado las variables como: variable geográfica, demográfica, psicológica y conductual.

VARIABLES DEMOGRÁFICAS, estas variables se refieren al sexo, edad, estado civil, tamaño del hogar, el ciclo de vida de la familia, los ingresos económicos, la ocupación, el grado de estudio, la religión, la raza, entre otras.

VARIABLES GEOGRÁFICAS, se refiere a la localización del proyecto.

VARIABLES CONDUCTUALES, se refieren al comportamiento que adoptan los consumidores frente a algún tipo de producto o servicio, con base al conocimiento que tienen del mismo.

Para la segmentación del mercado del proyecto en mención se han considerado las variables indicadas anteriormente como se muestra en la Tabla N° 5.

¹⁶ Apuntes de materia de Investigación de Mercados.

Tabla N° 5: Matriz de Segmentación

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTOS TÍPICOS DEL MERCADO
<u>GEOGRÁFICOS</u>	Zona norte de Quito. Enfocado en la parte urbana de esta zona.
<u>DEMOGRÁFICOS</u>	Género: Hombres y mujeres Edad: de 18 a 30 años Clase social: Medio-Alta a Alta
<u>PSICOLÓGICOS</u>	Los extranjeros son personas que realizan viajes a diferentes culturas con el fin de obtener nuevas experiencias y aprender un nuevo idioma.
<u>CONDUCTUALES</u>	En la actualidad se observa que muchos países están buscando integrarse con el resto del mundo debido a la globalización por lo que cada día se busca conocer nuevos idiomas para facilitar la comunicación.

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Los elementos de la segmentación del proyecto comprenden en hombres y mujeres extranjeros de 18 a 30 años de edad, de clase social Medio-Alta a Alta que visiten la ciudad de Quito.

1.4.1.2 Tamaño del universo

Se define como un conjunto finito o infinito de elementos, seres o cosas que presentan características comunes entre sí.

El tamaño de Universo está constituido por la totalidad de elementos a estudiar, utilizando una fracción denominada muestra.

El comportamiento de llegada de extranjeros a la ciudad de Quito en los tres años anteriores ha sido en una curva creciente. Por esta razón, el universo que se tomará en cuenta para la investigación de mercados será el número de extranjeros que no hablan español y han llegado a la ciudad de Quito en el año 2009.

Tabla N° 6: Llegada de extranjeros a la ciudad de Quito

AÑOS	LLEGADA DE EXTRANJEROS A QUITO
2004	313.286
2005	330.238
2006	320.103
2007	348.967
2008	388.848
2009	374.001

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO QUITO
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Como se puede observar en la Tabla N° 6, de datos obtenidos del Ministerio de Turismo, en el año 2009 hasta el mes de Octubre han llegado a Quito 374.001 extranjeros. Pero para efectos de estudio se ha considerado apropiado separar los extranjeros que llegan de países de habla hispana y tomar solamente los extranjeros de países donde no se habla español. De tal manera el universo que se tomará en cuenta para la investigación de mercados es de 213.181 *extranjeros* que no hablan español y han llegado a la ciudad de Quito en el año 2009.

Tabla N° 7: Llegada de extranjeros a Quito (No Hablan Español)

PAÍS DE NACIONALIDAD	2008	2009	2009/ 2008 (% var)
Estados Unidos	106.648	125.441	17.6
Reino Unido	16.963	19.210	13.2
Canadá	11.876	14.416	21.4
Alemania	12.860	15.413	19.9
Italia	6.241	7.762	24.4
Francia	10.252	12.814	25.0
Holanda	6.039	7.635	26.4
Suiza	4.707	5.285	12.3
Suecia	2.155	2.497	15.9
Australia	3.615	5.186	43.5
Dinamarca	2.151	2.321	7.9
Japón	2.266	3.393	49.7
Otros	59.201	108.792	83.7
TOTAL	244.974	213.181	

Fuente: QUITO TURISMO
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

1.4.1.3 Tamaño de la muestra

La muestra es una parte representativa de la población o un conjunto de unidades, con el objetivo de investigar las propiedades de la población o conjunto original.

Una muestra debe ser representativa si va a ser usada para estimar las características de la población. Los métodos para seleccionar una muestra representativa son numerosos, dependiendo del tiempo, dinero y habilidad disponibles para tomar una muestra y la naturaleza de los elementos individuales de la población.

El método que se aplicará para determinar el tamaño de la muestra es el método probabilístico mediante la muestra aleatoria simple (cada individuo o elemento de una población tiene la misma oportunidad de ser elegido). Además, cada muestra de un tamaño fijo tiene la misma probabilidad de ser elegida que cualquier otra muestra del mismo tamaño.¹⁷

Para ello, se consideraron los siguientes aspectos para determinar el tamaño de la muestra del presente proyecto:

- Conocimiento del tamaño de la población (*213.181 extranjeros*).
- Determinar el máximo error que está dispuesto a aceptar en la estimación que se realice con la muestra. El valor que se va a utilizar es el 5%, por ser el más usual.

¹⁷ BRENSON, Mark L, LEVINE David M, , Estadística para la Administración, PRENTICE Hall, 2da Edición, Pág.23

- Fijar el nivel de confianza (confiabilidad) deseado, cuidando que el máximo error no exceda el establecido. En este caso sería de 95%.
- Determinar la probabilidad de ocurrencia y de no ocurrencia, para el efecto se utilizan los resultados de la prueba piloto aplicada a 20 extranjeros en la ciudad de Quito que forman parte del universo.

➤ **PRUEBA PILOTO**



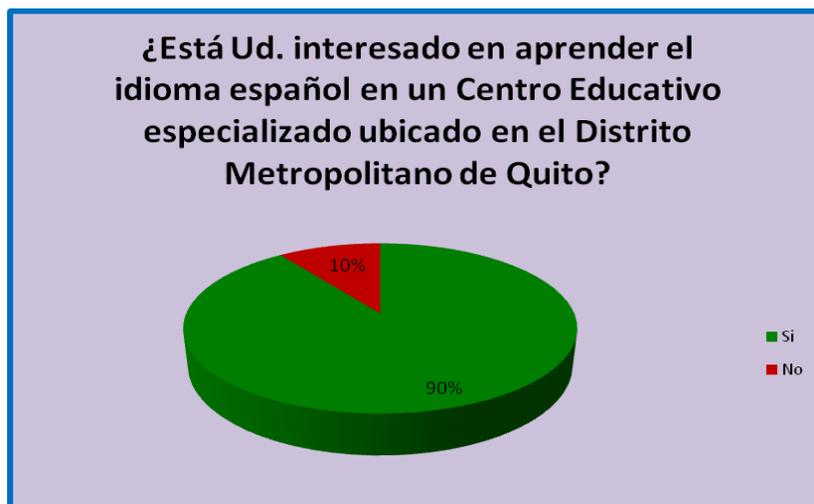
ENCUESTA PARA DETERMINAR LA DEMANDA DEL SERVICIO EDUCATIVO	
<p>OBJETIVO: Determinar una posible demanda del servicio de Centro Educativo de Intercambio Cultural para extranjeros en la zona de la Mariscal en el Distrito Metropolitano de Quito.</p> <p>INSTRUCCIONES:</p> <p>1.- Responda con sinceridad a las siguientes preguntas que se plantean a continuación.</p> <p>2.- Los resultados de esta encuesta serán analizados con absoluta reserva.</p> <p>3.- Señale con una "x" en el lugar que corresponda.</p>	
FECHA: _____	CODIGO: _____
INFORMACIÓN DE IDENTIFICACIÓN	
<p>Edad: _____</p> <p>Género: Masculino <input type="checkbox"/></p> <p> Femenino <input type="checkbox"/></p> <p>¿De qué país proviene? _____</p>	
INFORMACIÓN DE DEMANDA DEL SERVICIO	
<p>¿Está Ud. interesado en aprender el idioma español en un Centro Educativo especializado ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito?</p> <p>Si <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>	
<i>GRACIAS POR SU COLABORACIÓN</i>	

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Para determinar la probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia se realizó una prueba piloto a 20 extranjeros con una encuesta informal, la cual tenía la pregunta base: “¿Está Ud. interesado en aprender el idioma español en un Centro Educativo especializado ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito?”

Mediante la prueba piloto se determinó los aciertos para conocer el éxito (p) y fracaso (q) que va a tener el Centro Educativo de Intercambio Cultural en la zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito, sector de la Mariscal.

Gráfico N° 2: Pregunta Base



Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Con las respuestas de las 20 personas se obtuvo el siguiente resultado:

$$p = \frac{\text{Éxito}}{\# \text{ de encuestas}}$$

$$q = \frac{\text{Fracaso}}{\# \text{ de encuestas}}$$

$$p = \frac{18}{20} = 0,90$$

$$q = \frac{2}{20} = 0,10$$

Para obtener el tamaño de la muestra se aplicará la fórmula de población finita ya que el universo es de 213.181 extranjeros en la ciudad de Quito.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

N = Tamaño de la población	213.181
Z = Nivel de confianza (95%)	1,96
e = error admisible	0,05
p = Probabilidad de éxito	0,90
q = Probabilidad de fracaso	0,10

Entonces, reemplazando valores en la fórmula basada en la población finita, se obtiene el siguiente resultado:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{213.181 \cdot (96)^2 \cdot 0,90 \cdot 0,10}{0,05^2 \cdot (213.181 - 1) + (96)^2 \cdot 0,90 \cdot 0,10}$$

$$n = 138$$

Mediante la fórmula se obtuvo el tamaño de la muestra que es de 138 extranjeros, es decir se realizarán 138 encuestas para encontrar la información necesaria para desarrollar el proyecto.

ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO (ESPAÑOL)



ESPE
ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
CAMINO A LA EXCELENCIA

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA DEMANDA DEL SERVICIO EDUCATIVO	
OBJETIVO: Determinar una posible demanda del servicio de Centro Educativo de Intercambio Cultural para extranjeros en la zona de la Mariscal en el Distrito Metropolitano de Quito.	
INSTRUCCIONES: 1.- Responda con sinceridad a las siguientes preguntas que se plantean a continuación. 2.- Los resultados de esta encuesta serán analizados con absoluta reserva. 3.- Señale con una "X" en el lugar que corresponda.	
FECHA: _____	CODIGO: _____
INFORMACIÓN DE IDENTIFICACIÓN	
1) Edad: _____	3) ¿De qué país proviene? _____
2) Género: <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino	
INFORMACIÓN DE DEMANDA DEL SERVICIO	
4) ¿Cuál es el motivo de su estadia en el país?	
Vacaciones <input type="checkbox"/>	Salud <input type="checkbox"/>
Visitar a familiares/amigos <input type="checkbox"/>	Por deporte <input type="checkbox"/>
Negocios <input type="checkbox"/>	Por placer y diversión <input type="checkbox"/>
Convenciones/ congresos/ estudios <input type="checkbox"/>	
5) ¿Está Ud. interesado en aprender el idioma español en un Centro Educativo especializado ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito?	
Si <input type="checkbox"/>	
No <input type="checkbox"/>	
6) ¿Qué actividades recreativas realiza o le gustaría realizar en nuestro país?	
Discotecas <input type="checkbox"/>	
Espectáculos Artísticos / Deportivos <input type="checkbox"/>	
Centros Campestres / Campamentos <input type="checkbox"/>	
Show folklóricos <input type="checkbox"/>	
Caminatas / Excursiones / Visitas guiadas <input type="checkbox"/>	
7) ¿Ud. en su país de origen trabaja, estudia o qué actividad realiza?	
Estudia <input type="checkbox"/>	
Trabaja <input type="checkbox"/>	
Otro _____	
8) ¿Si trabaja, cuál es su remuneración?	

9) ¿Cuál es su capital para gastar durante su estadia en Quito?	
Menos de \$500 <input type="checkbox"/>	De \$2,001 a \$2,500 <input type="checkbox"/>
De \$501 a \$1,000 <input type="checkbox"/>	De \$2,501 a \$3,000 <input type="checkbox"/>
De \$1,001 a \$1,500 <input type="checkbox"/>	Más de \$3000 <input type="checkbox"/>
De \$1,501 a \$2,000 <input type="checkbox"/>	
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar:	
Por Hora Clase _____	
Por Módulo / Nivel _____	
11) ¿Cuántos días promedio se quedaría en Quito?	
7 – 10 días <input type="checkbox"/>	1 mes <input type="checkbox"/>
2 – 3 semanas <input type="checkbox"/>	Más de un mes <input type="checkbox"/>
12) ¿Está Ud. interesado en realizar sus estudios de español en el Ecuador y por qué?	
Si <input type="checkbox"/>	
No <input type="checkbox"/>	
¿Por qué? _____	
13) ¿Cuántas horas a la semana está dispuesto a estudiar Español?	
1-3 horas <input type="checkbox"/>	Más de 5 horas <input type="checkbox"/>
3-5 horas <input type="checkbox"/>	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

▶ ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO (INGLÉS)



SURVEY TO DETERMINE THE EDUCATIONAL DEMAND									
<p>OBJECTIVE: Find a possible demand for the service of education of the Spanish language for foreigners in the Mariscal area in Quito, Ecuador.</p> <p>INSTRUCTIONS:</p> <p>1.- Please answer the following questions below.</p> <p>2.- The results of this survey will be confidential.</p> <p>3.- Please mark with an "x" in the appropriate place.</p>									
FECHA:	CODIGO:								
PERSONAL INFORMATION									
1) Age: _____	3) What country/state are you from?								
2) Gender: <input type="checkbox"/> Male <input type="checkbox"/> Female									
SERVICE DEMAND INFORMATION									
<p>4) Please mark all that apply for your staying in Quito</p> <table style="width: 100%;"> <tr> <td>Vacation <input type="checkbox"/></td> <td>Health <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Visit family / friends <input type="checkbox"/></td> <td>Sports <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Business <input type="checkbox"/></td> <td>Enjoying and fun <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Conventions / conferences / study <input type="checkbox"/></td> <td>Other: _____</td> </tr> </table>		Vacation <input type="checkbox"/>	Health <input type="checkbox"/>	Visit family / friends <input type="checkbox"/>	Sports <input type="checkbox"/>	Business <input type="checkbox"/>	Enjoying and fun <input type="checkbox"/>	Conventions / conferences / study <input type="checkbox"/>	Other: _____
Vacation <input type="checkbox"/>	Health <input type="checkbox"/>								
Visit family / friends <input type="checkbox"/>	Sports <input type="checkbox"/>								
Business <input type="checkbox"/>	Enjoying and fun <input type="checkbox"/>								
Conventions / conferences / study <input type="checkbox"/>	Other: _____								
<p>5) Are you interested in learning the Spanish language in a specialized school located in the north of Quito?</p> <p>Yes <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p>									
<p>6) What recreational activities do you do or you would like to do in our country?</p> <p>Clubing <input type="checkbox"/></p> <p>Artistic / Sporty Shows <input type="checkbox"/></p> <p>Camping <input type="checkbox"/></p> <p>Cultural Shows <input type="checkbox"/></p> <p>Hiking / Tours / Guided Tours <input type="checkbox"/></p>									
<p>7) In your home country do you work, study or what activities do you do?</p> <p>Study <input type="checkbox"/></p> <p>Work <input type="checkbox"/></p> <p>Other: _____</p>									
<p>8) If you work, could you please tell me what's your average income?</p>									
<p>9) How much would you spend during your stay in Quito?</p> <table style="width: 100%;"> <tr> <td>Less than \$500 <input type="checkbox"/></td> <td>From \$2,001 to \$2,500 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>From \$501 to \$1,000 <input type="checkbox"/></td> <td>From \$2,501 to \$3,000 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>From \$1,001 to \$1,500 <input type="checkbox"/></td> <td>More than \$3000 <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>From \$1,501 to \$2,000 <input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> </table>		Less than \$500 <input type="checkbox"/>	From \$2,001 to \$2,500 <input type="checkbox"/>	From \$501 to \$1,000 <input type="checkbox"/>	From \$2,501 to \$3,000 <input type="checkbox"/>	From \$1,001 to \$1,500 <input type="checkbox"/>	More than \$3000 <input type="checkbox"/>	From \$1,501 to \$2,000 <input type="checkbox"/>	
Less than \$500 <input type="checkbox"/>	From \$2,001 to \$2,500 <input type="checkbox"/>								
From \$501 to \$1,000 <input type="checkbox"/>	From \$2,501 to \$3,000 <input type="checkbox"/>								
From \$1,001 to \$1,500 <input type="checkbox"/>	More than \$3000 <input type="checkbox"/>								
From \$1,501 to \$2,000 <input type="checkbox"/>									
<p>10. How much would you be willing to pay in the Spanish School:</p> <p>Per Hour _____</p> <p>Per Level _____</p>									
<p>11) How many days in average would you be staying in Quito?</p> <table style="width: 100%;"> <tr> <td>7 – 10 days <input type="checkbox"/></td> <td>1 month <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>2 – 3 weeks <input type="checkbox"/></td> <td>More than one month <input type="checkbox"/></td> </tr> </table>		7 – 10 days <input type="checkbox"/>	1 month <input type="checkbox"/>	2 – 3 weeks <input type="checkbox"/>	More than one month <input type="checkbox"/>				
7 – 10 days <input type="checkbox"/>	1 month <input type="checkbox"/>								
2 – 3 weeks <input type="checkbox"/>	More than one month <input type="checkbox"/>								
<p>12) Are you interested in studying Spanish in Quito, Ecuador? Why?</p> <p>Yes <input type="checkbox"/></p> <p>No <input type="checkbox"/></p> <p>Why? _____</p>									
<p>13) How many hours per week are you willing to spend to study Spanish?</p> <table style="width: 100%;"> <tr> <td>1-3 hours <input type="checkbox"/></td> <td>More than 5 hours <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>3-5 hours <input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> </table>		1-3 hours <input type="checkbox"/>	More than 5 hours <input type="checkbox"/>	3-5 hours <input type="checkbox"/>					
1-3 hours <input type="checkbox"/>	More than 5 hours <input type="checkbox"/>								
3-5 hours <input type="checkbox"/>									
<p>THANK YOU FOR YOUR HELP!</p>									

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

➤ **PROCESAMIENTO DE DATOS: CODIFICACIÓN Y TABULACIÓN**

Para el desarrollo del presente proyecto se realizó 138 encuestas en el Distrito Metropolitano de Quito escogiendo aleatoriamente a los extranjeros que contestaron las encuestas.

Para realizar la tabulación y procesamiento de los datos recopilados se aplicó el programa SPSS (software estadístico) para presentar los resultados a continuación.

➤ **CUADROS DE SALIDA, PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS**

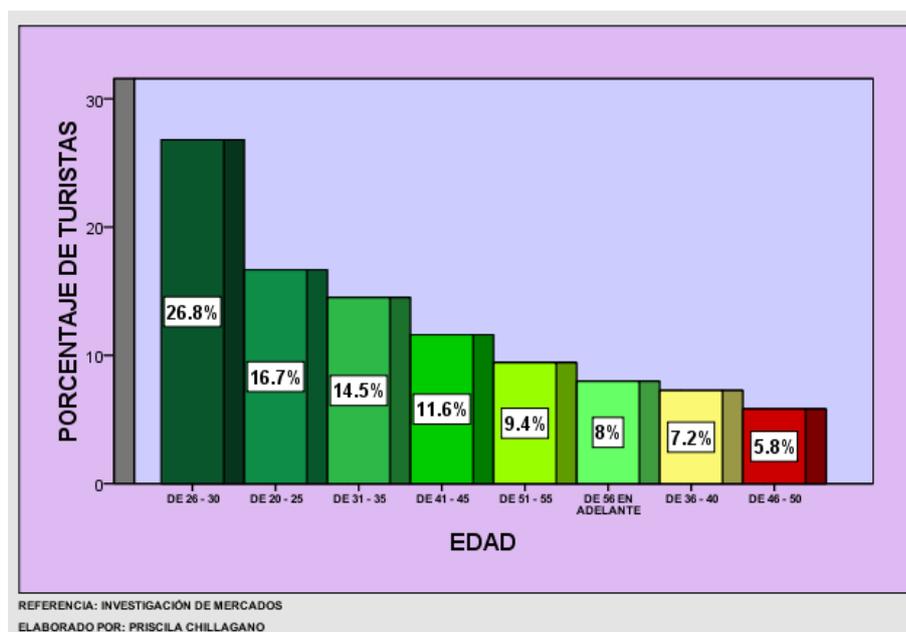
A continuación se analiza cada una de las preguntas del cuestionario.

✓ **EDAD**

Tabla N° 8: Resultados de “EDAD”

EDAD	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
DE 26 - 30	37	26.8	26.8	26.8
DE 20 - 25	23	16.7	16.7	43.5
DE 31 - 35	20	14.5	14.5	58.0
DE 41 - 45	16	11.6	11.6	69.6
DE 51 - 55	13	9.4	9.4	79.0
DE 56 EN ADELANTE	11	8.0	8.0	87.0
DE 36 - 40	10	7.2	7.2	94.2
DE 46 - 50	8	5.8	5.8	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 3: Resultados de “EDAD”



Análisis

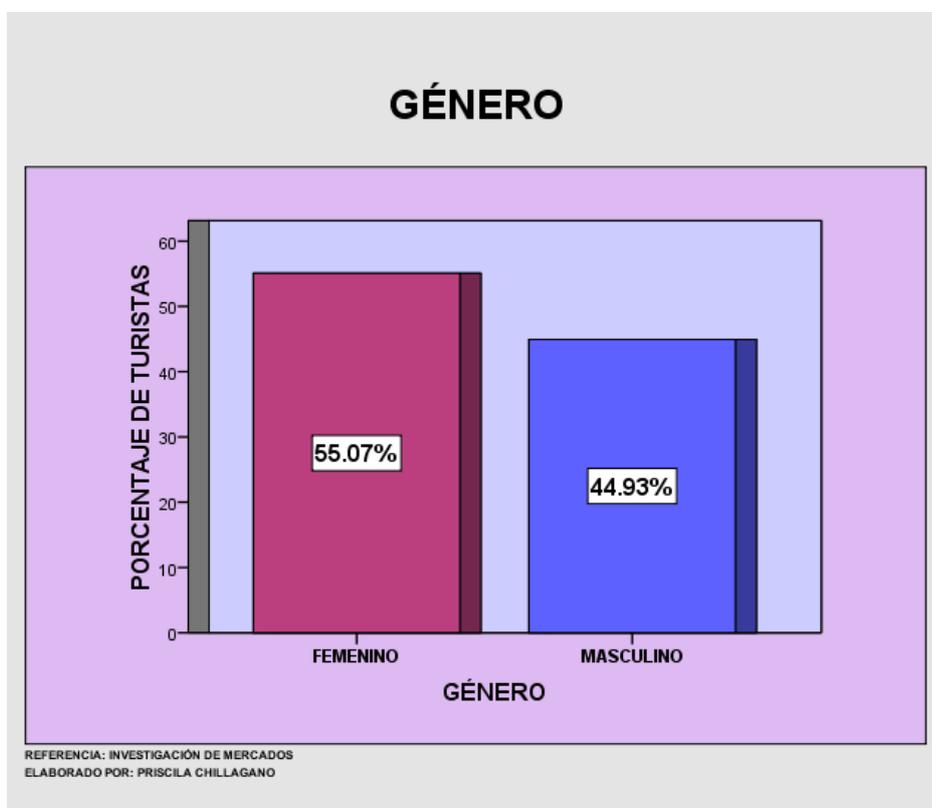
De acuerdo a la Gráfico N° 3 se puede observar que de un total de 138 encuestados los valores más representativos para el presente proyecto se encuentran en turistas con edades de 26 a 30 años con un porcentaje del 27%. Además el 17% de los encuetados corresponden a turistas en edades entre 20 a 25 años, el 15% se encuentran entre edades de 31 a 35 años y el 12% corresponde a edades entre 41 a 45 años.

✓ **GÉNERO**

Tabla N° 9: Resultados de “GÉNERO”

GÉNERO	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
FEMENINO	76	55.1	55.1	55.1
MASCULINO	62	44.9	44.9	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 4: Resultados de “GÉNERO”



Análisis

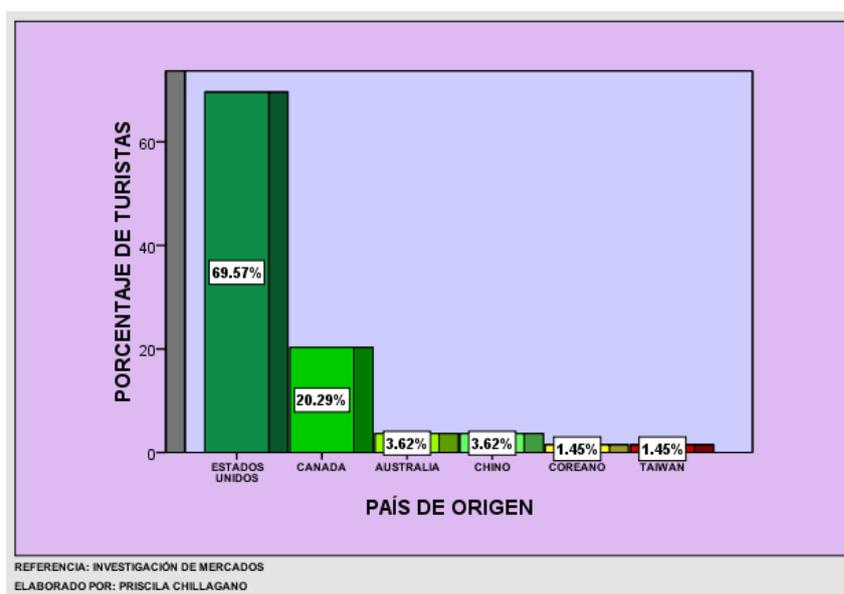
En el Gráfico N° 4 se determina que de un total de 138 encuestados el 55% son personas de género femenino y el 45% son personas de género masculino.

✓ **PAÍS DE ORIGEN**

Tabla N° 10: Resultados de “PAÍS DE ORIGEN”

PAÍS DE ORIGEN	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
ESTADOS UNIDOS	96	69.6	69.6	69.6
CANADA	28	20.3	20.3	89.9
AUSTRALIA	5	3.6	3.6	93.5
CHINO	5	3.6	3.6	97.1
COREANO	2	1.4	1.4	98.6
TAIWAN	2	1.4	1.4	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 5: Resultados de “PAÍS DE ORIGEN”



Análisis

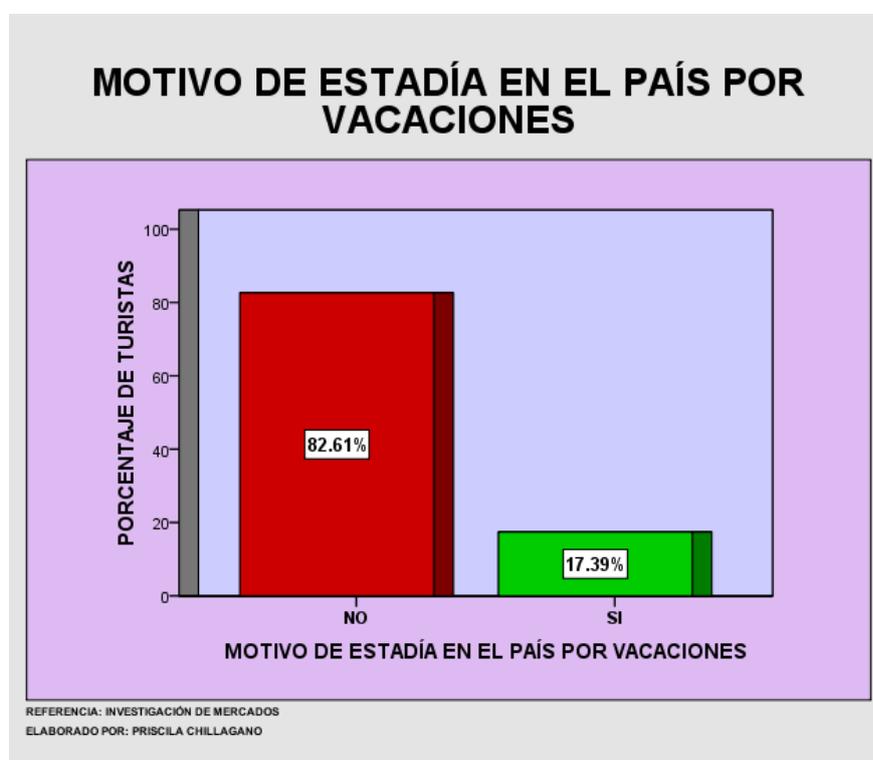
En el Gráfico N° 5 se establece que de un total de 138 encuestados el porcentaje más representativo es de 70% que corresponde a extranjeros que provienen de Estados Unidos mientras que el 20% provienen de Canadá. Además existen menores porcentajes de turistas que provienen de Australia y China con un porcentaje de 4% cada uno.

✓ **MOTIVO DE ESTADÍA EN EL PAÍS POR VACACIONES**

Tabla N° 11: Resultados de “ESTADÍA POR VACACIONES”

MOTIVO DE ESTADÍA EN EL PAÍS POR VACACIONES	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
NO	114	82.6	82.6	82.6
SI	24	17.4	17.4	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 6: Resultados de “ESTADÍA POR VACACIONES”



Análisis

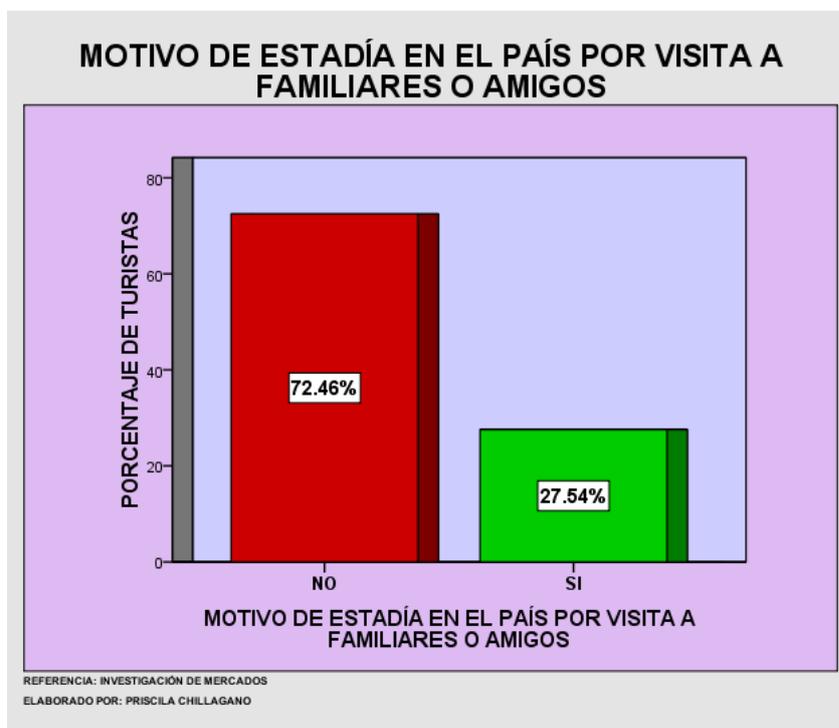
En el Gráfico N° 6 se concluye que de un total de 138 encuestados el 17% de los turistas llegan al Ecuador por vacaciones mientras que el 83% visita el Ecuador por otras alternativas.

✓ **MOTIVO DE ESTADÍA EN EL PAÍS POR VISITAS A FAMILIARES O AMIGOS**

Tabla N° 12: Resultados de “FAMILIARES O AMIGOS”

VISITAS A FAMILIARES O AMIGOS	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
NO	100	72.5	72.5	72.5
SI	38	27.5	27.5	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 7: Resultados de “FAMILIARES O AMIGOS”



Análisis

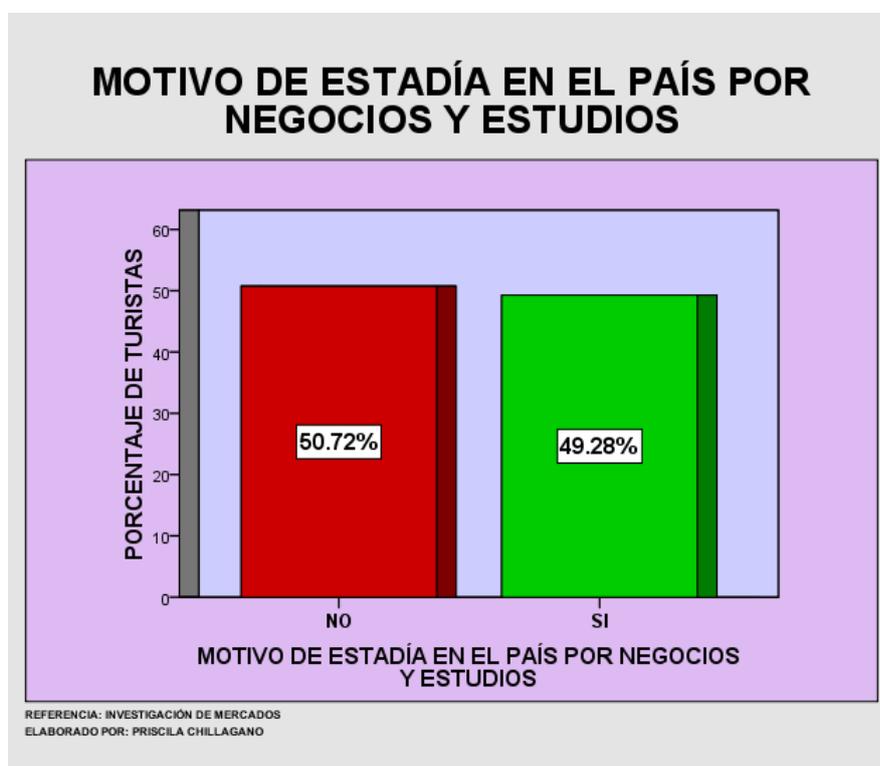
El Gráfico N° 7 indica que el 28% de los turistas llegan al Ecuador para visitar a familiares o amigos mientras que el 72% visita el Ecuador por otras alternativas.

✓ **MOTIVO DE ESTADÍA EN EL PAÍS POR NEGOCIOS Y ESTUDIOS**

Tabla N° 13: Resultados de “NEGOCIOS Y ESTUDIOS”

ESTADÍA POR NEGOCIOS Y ESTUDIOS	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
NO	70	50.7	50.7	50.7
SI	68	49.3	49.3	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 8: Resultados de “NEGOCIOS Y ESTUDIOS”



Análisis

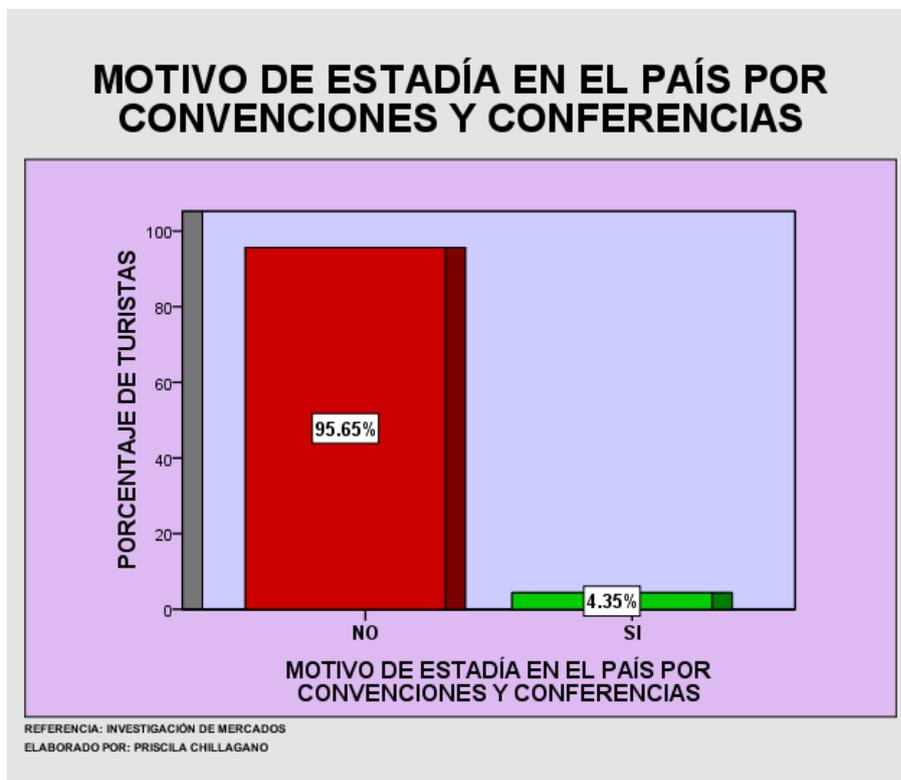
El Gráfico N° 8 determina que el 49% de los turistas llegan al Ecuador por negocios y estudios y el 51% visita el Ecuador por otras alternativas.

✓ **ESTADÍA EN EL PAÍS POR CONVENCIONES Y CONFERENCIAS**

Tabla N° 14: Resultados de “CONVENCIONES Y CONFERENCIAS”

CONVENCIONES Y CONFERENCIAS	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
NO	132	95.7	95.7	95.7
SI	6	4.3	4.3	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 9: Resultados de “CONVENCIONES Y CONFERENCIAS”



Análisis

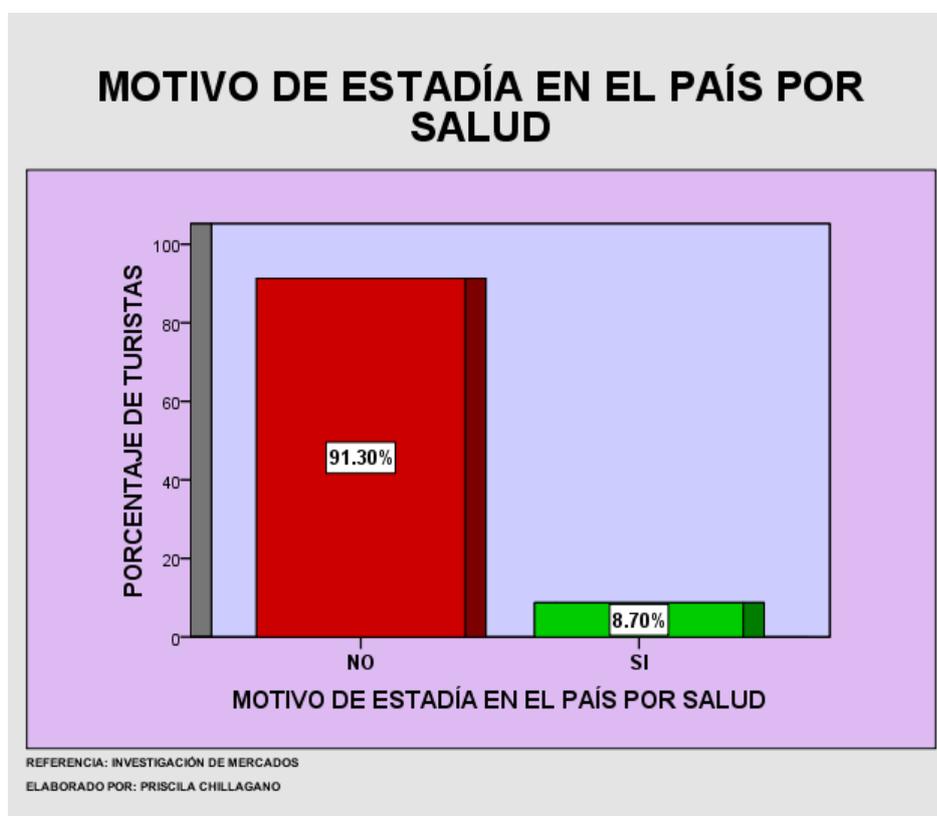
En el Gráfico N° 9 se establece que solamente el 4% de los encuestados arriban al Ecuador por convenciones o conferencias mientras que el 96% de los turistas visita el Ecuador por otras alternativas.

✓ **MOTIVO DE ESTADÍA EN EL PAÍS POR SALUD**

Tabla N° 15: Resultados de “ESTADÍA POR SALUD”

ESTADÍA EN EL PAÍS POR SALUD	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
NO	126	91.3	91.3	91.3
SI	12	8.7	8.7	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 10: Resultados de “ESTADÍA POR SALUD”



Análisis

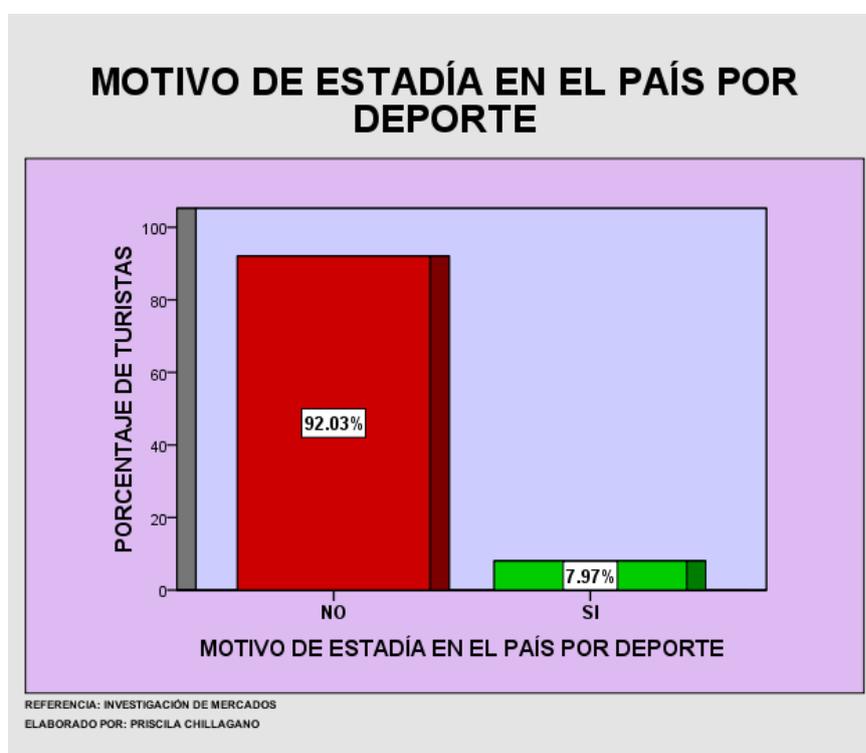
En el Gráfico N° 10 se establece que solamente el 9% de los encuestados llegan al Ecuador por motivos de salud y el 91% de los turistas visita el Ecuador por otras alternativas.

✓ **MOTIVO DE ESTADÍA EN EL PAÍS POR DEPORTE**

Tabla N° 16: Resultados de “ESTADÍA POR DEPORTE”

ESTADÍA EN EL PAÍS POR DEPORTE	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
NO	127	92.0	92.0	92.0
SI	11	8.0	8.0	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 11: Resultados de “ESTADÍA POR DEPORTE”



Análisis

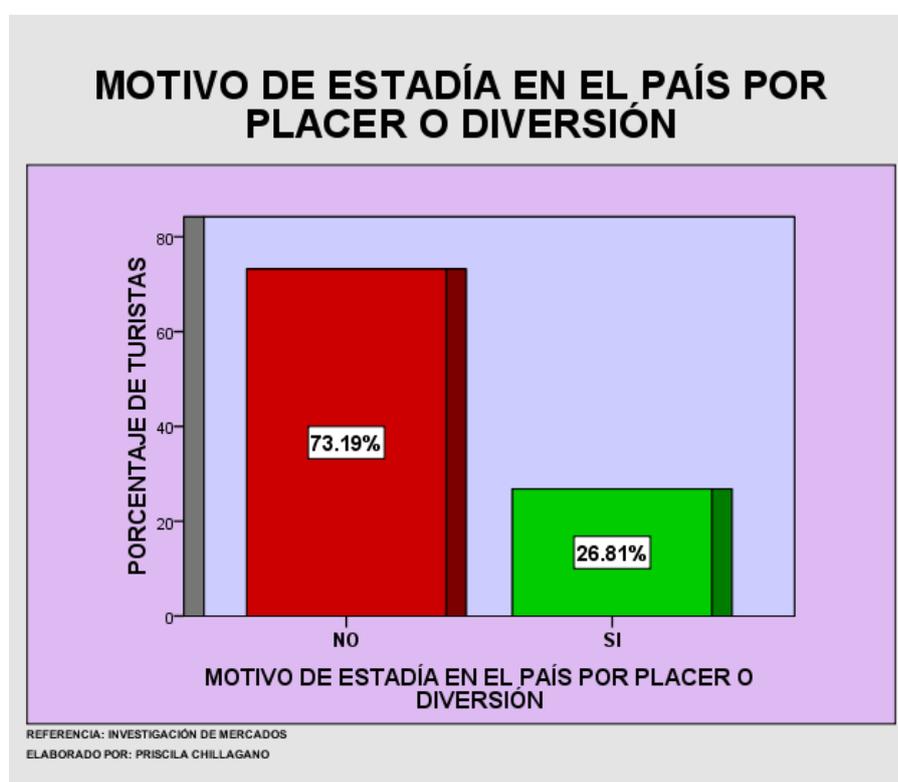
El Gráfico N° 11 indica que 8% de los turistas encuestados llegan al Ecuador por motivos de deporte mientras que el 92% de los turistas visita el Ecuador por otras alternativas.

✓ **MOTIVO DE ESTADÍA EN EL PAÍS POR PLACER O DIVERSIÓN**

Tabla N° 17: Resultados de “PLACER O DIVERSIÓN”

ESTADÍA POR PLACER O DIVERSIÓN	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
NO	101	73.2	73.2	73.2
SI	37	26.8	26.8	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 12: Resultados de “PLACER O DIVERSIÓN”



Análisis

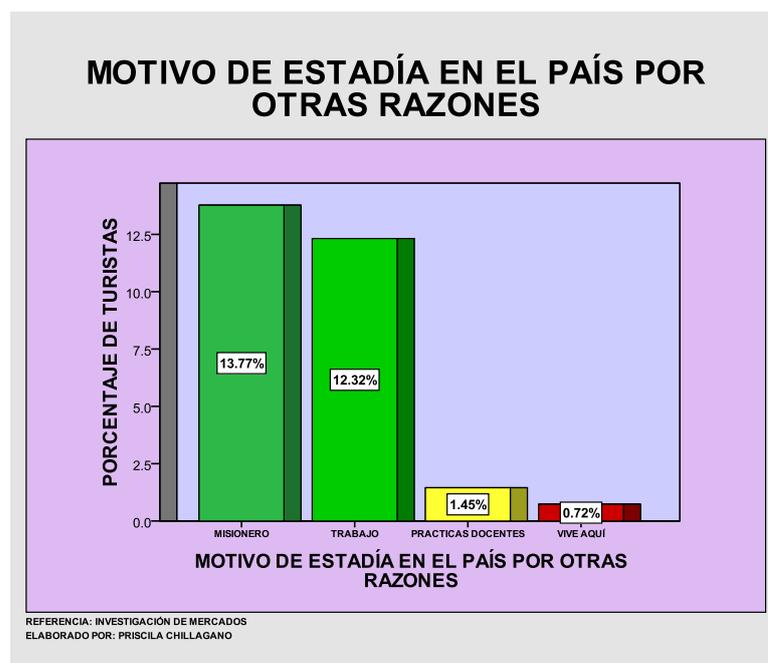
En el Gráfico N° 12 se determina que de un total de 138 encuestados el 27% llegan al Ecuador por placer o diversión mientras que el 73% de los turistas visita el Ecuador por otras alternativas.

✓ **MOTIVO DE ESTADÍA EN EL PAÍS POR OTRAS RAZONES**

Tabla N° 18: Resultados de “OTRAS RAZONES”

OTRAS RAZONES	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
DIVERSAS ALTERNATIVAS	99	71.7	71.7	71.7
MISIONERO	19	13.8	13.8	85.5
TRABAJO	17	12.3	12.3	97.8
PRACTICAS DOCENTES	2	1.4	1.4	99.3
VIVE AQUÍ	1	.7	.7	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 13: Resultados de “OTRAS RAZONES”



Análisis

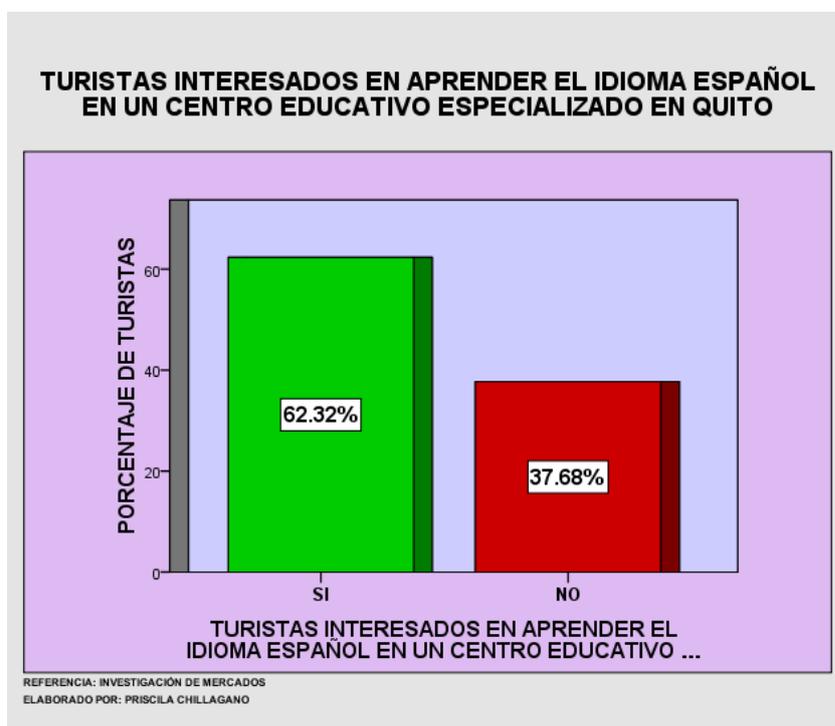
En el Gráfico N° 13 se indica que de un total de 138 encuestados el 14% llegan al Ecuador por realizar actividades sociales como misioneros, el 12% corresponden a turistas que llegan al Ecuador para realizar diferentes trabajos y el 2% corresponden a turistas que realizan prácticas docentes en nuestro país.

✓ **TURISTAS INTERESADOS EN APRENDER EL IDIOMA ESPAÑOL EN UN CENTRO EDUCATIVO ESPECIALIZADO EN QUITO**

Tabla N° 19: Resultados de “CENTRO EDUCATIVO DE ESPAÑOL”

INTERESADOS EN APRENDER EL IDIOMA ESPAÑOL EN QUITO	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
SI	86	62.3	62.3	62.3
NO	52	37.7	37.7	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 14: Resultados de “CENTRO EDUCATIVO DE ESPAÑOL”



Análisis

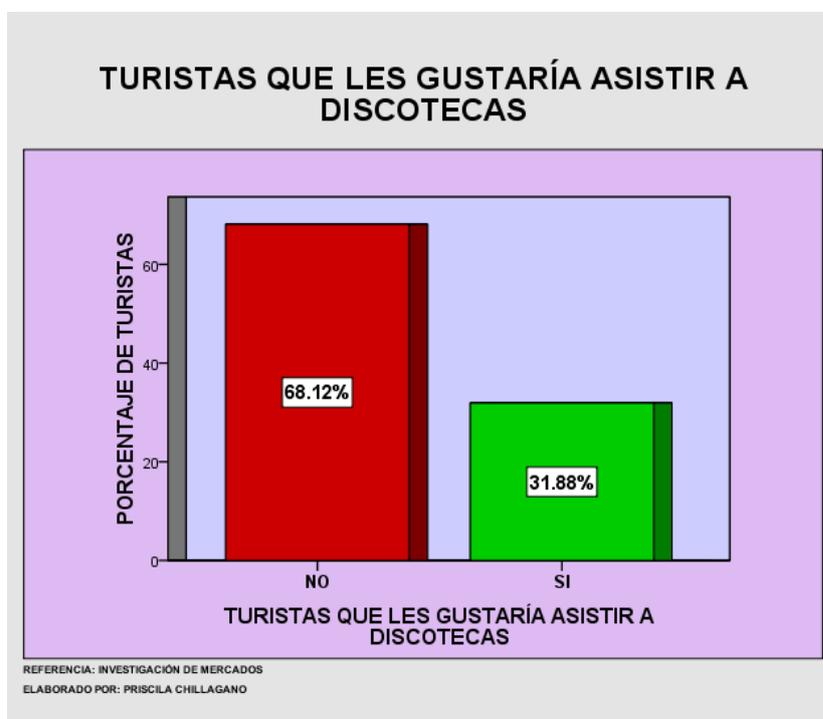
En el Gráfico N° 14 se determina que de un total de 138 encuestados el 62% de los turistas están interesados en aprender el idioma español en un Centro Educativo especializado mientras que el 38% no está interesado en aprender el idioma español.

✓ **TURISTAS QUE LES GUSTARÍA ASISTIR A DISCOTECAS**

Tabla N° 20: Resultados de “ASISTIR A DISCOTECAS”

ASISTIR A DISCOTECAS	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
NO	94	68.1	68.1	68.1
SI	44	31.9	31.9	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 15: Resultados de “ASISTIR A DISCOTECAS”



Análisis

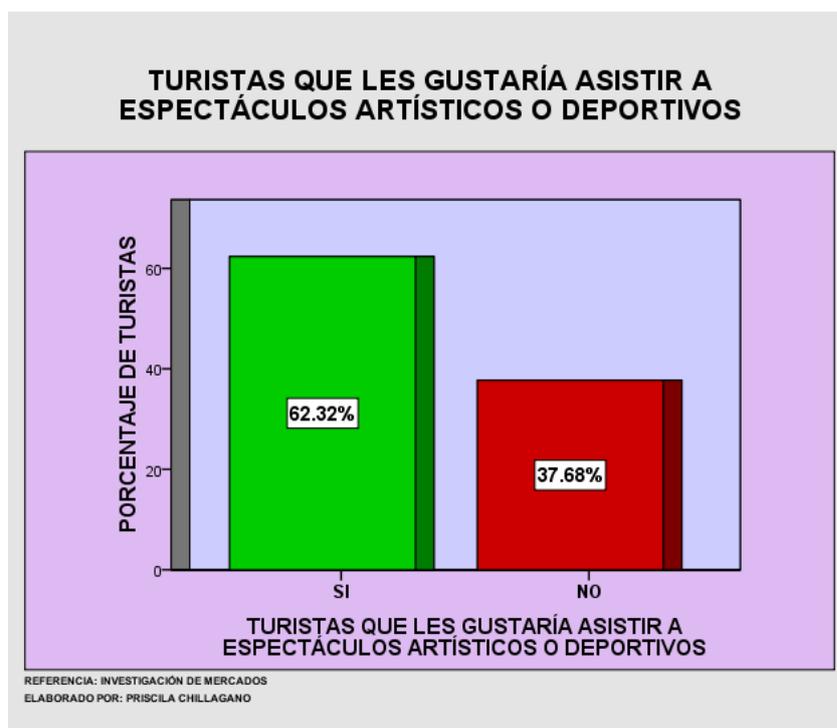
De acuerdo a la Gráfico N° 15 se puede observar que un 32% de los turistas les gustaría asistir a discotecas como una de las actividades recreativas para realizar en la ciudad de Quito.

✓ **TURISTAS QUE LES GUSTARÍA ASISTIR A ESPECTÁCULOS ARTÍSTICOS O DEPORTIVOS**

Tabla N° 21: Resultados de “ARTÍSTICOS O DEPORTIVOS”

ESPECTÁCULOS ARTÍSTICOS O DEPORTIVOS	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
SI	86	62.3	62.3	62.3
NO	52	37.7	37.7	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 16: Resultados de “ARTÍSTICOS O DEPORTIVOS”



Análisis

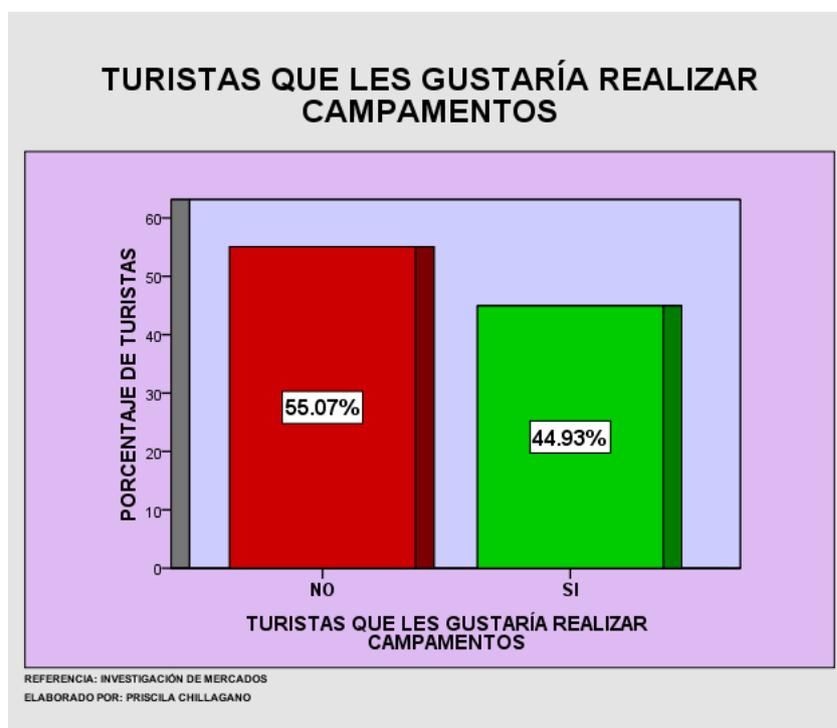
De acuerdo a la Gráfico N° 16 se puede observar que un 62% de los turistas les gustaría asistir a espectáculos artísticos como actividades recreativas para realizar en la ciudad de Quito mientras que el 38% prefiere realizar otras actividades.

✓ **TURISTAS QUE LES GUSTARÍA REALIZAR CAMPAMENTOS**

Tabla N° 22: Resultados de “CAMPAMENTOS”

CAMPAMENTOS	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
NO	76	55.1	55.1	55.1
SI	62	44.9	44.9	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 17: Resultados de “CAMPAMENTOS”



Análisis

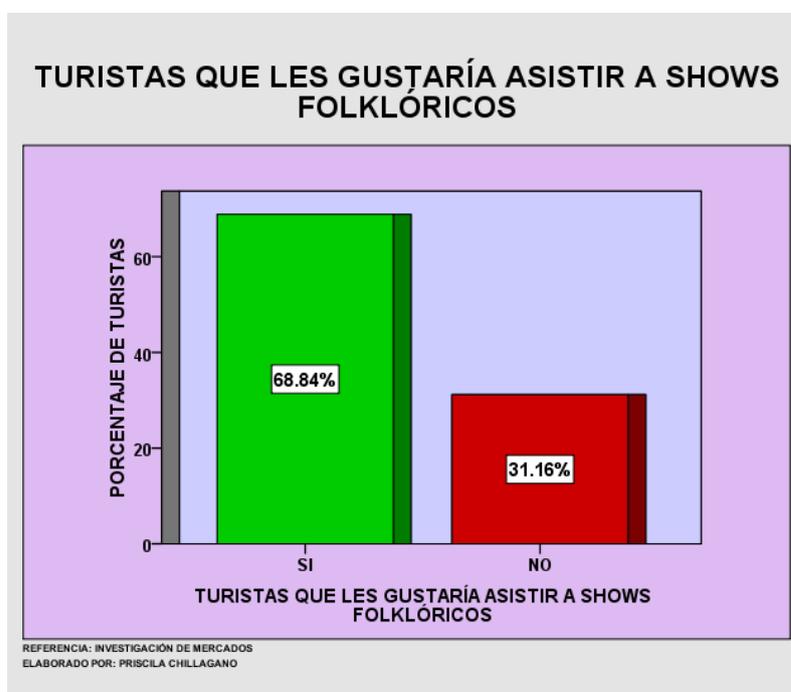
En el Gráfico N° 17 se establece que un 45% de los turistas les gustaría realizar campamentos dentro de sus actividades en la ciudad de Quito mientras que el 55% prefiere realizar otras actividades.

✓ TURISTAS QUE LES GUSTARÍA ASISTIR A SHOWS FOLKLÓRICOS

Tabla N° 23: Resultados de “SHOWS”

SHOWS FOLKLÓRICOS	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
SI	95	68.8	68.8	68.8
NO	43	31.2	31.2	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 18: Resultados de “SHOWS”



Análisis

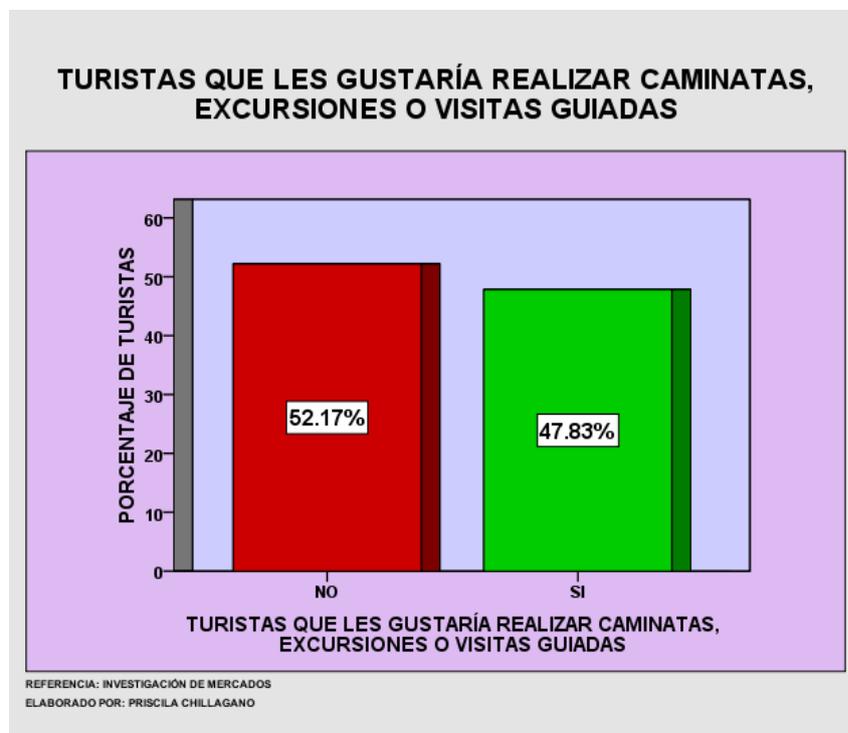
En el Gráfico N° 18 se concluye que un 69% de los turistas les gustaría asistir a shows folklóricos como una de sus actividades en la ciudad de Quito mientras que el 31% prefiere realizar otras actividades.

✓ TURISTAS QUE LES GUSTARÍA REALIZAR CAMINATAS, EXCURSIONES O VISITAS GUIADAS

Tabla N° 24: Resultados de “EXCURSIONES”

CAMINATAS, EXCURSIONES	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
NO	72	52.2	52.2	52.2
SI	66	47.8	47.8	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 19: Resultados de “EXCURSIONES”



Análisis

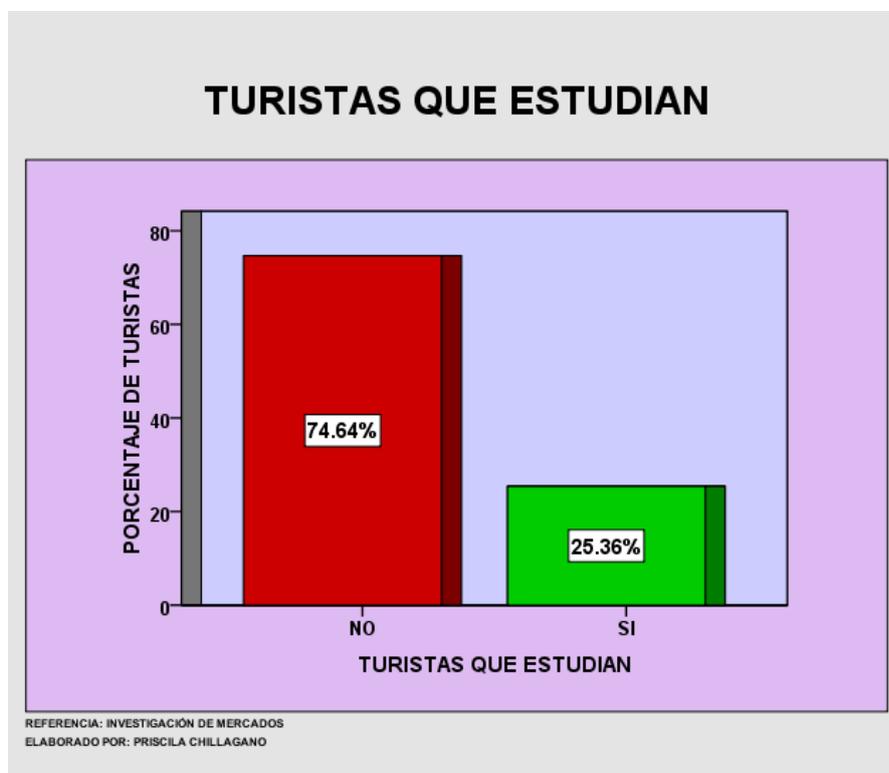
El Gráfico N° 19 indica que un 48% de los turistas les gustaría realizar caminatas, excursiones, o visitas guiadas mientras que el 52% prefiere realizar otras actividades.

✓ **TURISTAS QUE ESTUDIAN**

Tabla N° 25: Resultados de “ESTUDIAN”

TURISTAS QUE ESTUDIAN	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
NO	103	74.6	74.6	74.6
SI	35	25.4	25.4	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 20: Resultados de “ESTUDIAN”



Análisis

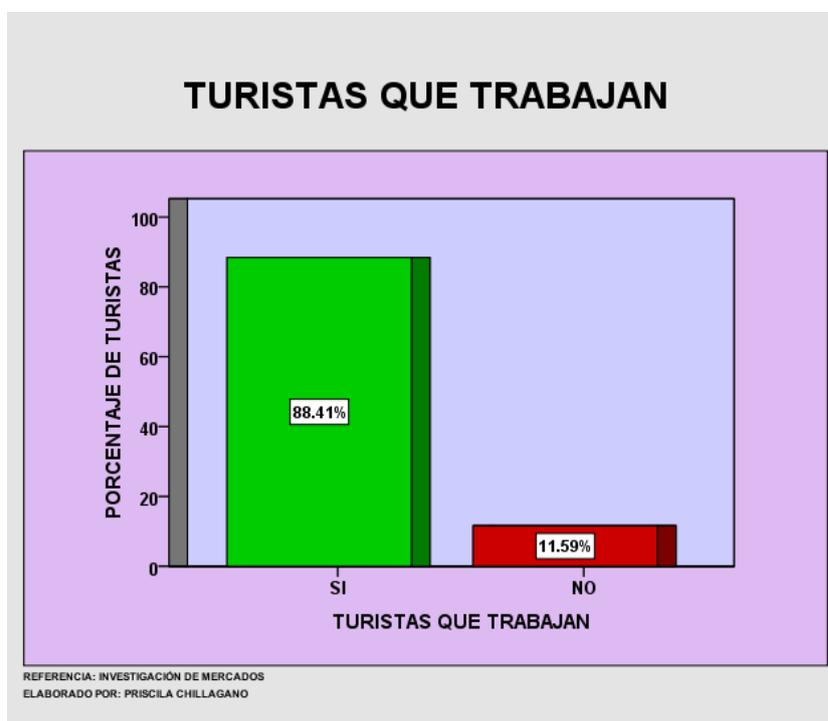
De acuerdo a la Gráfico N° 20 se puede observar que de un total de 138 encuestados el 25% de los turistas estudian y el 75% realizan otras actividades.

✓ **TURISTAS QUE TRABAJAN**

Tabla N° 26: Resultados de “TRABAJAN”

TURISTAS QUE TRABAJAN	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
SI	122	88.4	88.4	88.4
NO	16	11.6	11.6	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 21: Resultados de “TRABAJAN”



Análisis

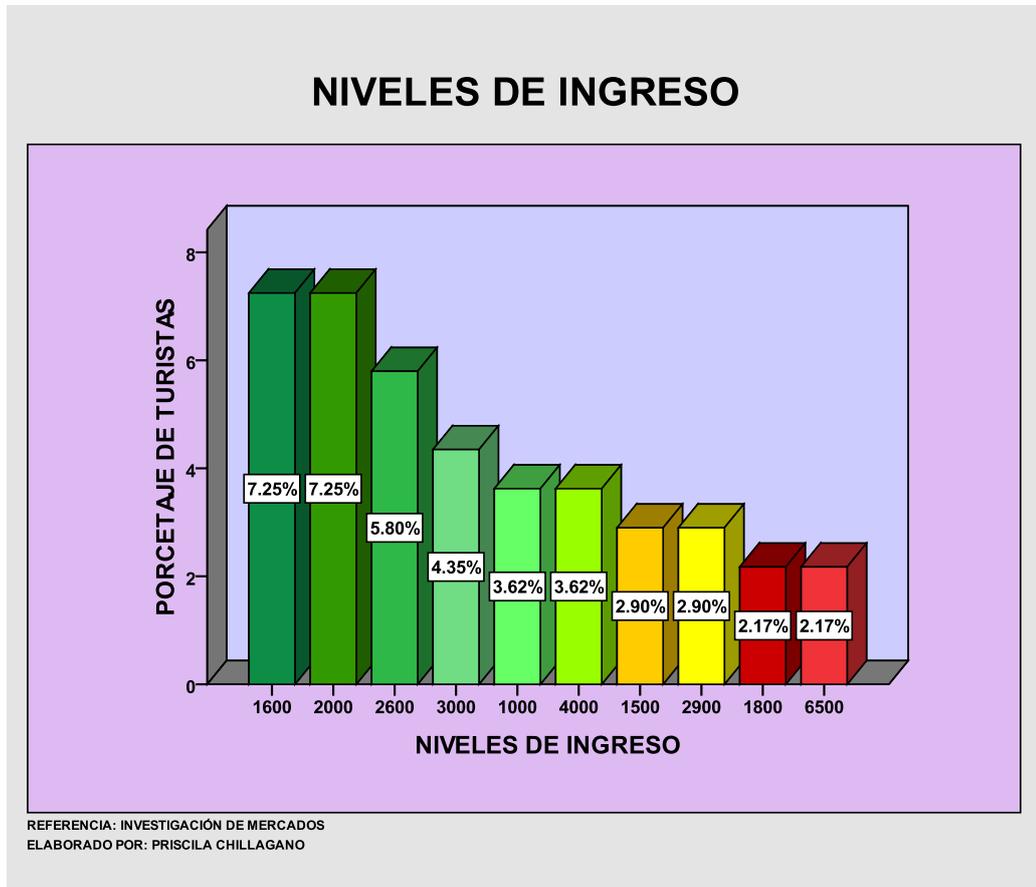
De acuerdo a la Gráfico N° 21 se puede observar que de un total de 138 encuestados el 88% de los turistas trabajan mientras que el 12% realizan otras actividades.

✓ **NIVELES DE INGRESO**

Tabla N° 27: Resultados de “NIVELES DE INGRESO”

NIVELES DE INGRESO	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
SUELDO BÁSICO	59	42.8	42.8	42.8
2000	9	6.5	6.5	49.3
32000	7	5.1	5.1	54.3
1600	6	4.3	4.3	58.7
35000	5	3.6	3.6	62.3
1000	4	2.9	2.9	65.2
1500	4	2.9	2.9	68.1
20000	4	2.9	2.9	71.0
4000	4	2.9	2.9	73.9
1800	3	2.2	2.2	76.1
3000	3	2.2	2.2	78.3
6500	3	2.2	2.2	80.4
13000	2	1.4	1.4	81.9
2700	2	1.4	1.4	83.3
3500	2	1.4	1.4	84.8
900	2	1.4	1.4	86.2
NO TRABAJA	2	1.4	1.4	87.7
15000	1	.7	.7	88.4
2300	1	.7	.7	89.1
2500	1	.7	.7	89.9
2800	1	.7	.7	90.6
28000	1	.7	.7	91.3
28500	1	.7	.7	92.0
29000	1	.7	.7	92.8
33000	1	.7	.7	93.5
35600	1	.7	.7	94.2
39000	1	.7	.7	94.9
40000	1	.7	.7	95.7
45000	1	.7	.7	96.4
4600	1	.7	.7	97.1
5000	1	.7	.7	97.8
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 22: Resultados de “NIVELES DE INGRESO”



Análisis

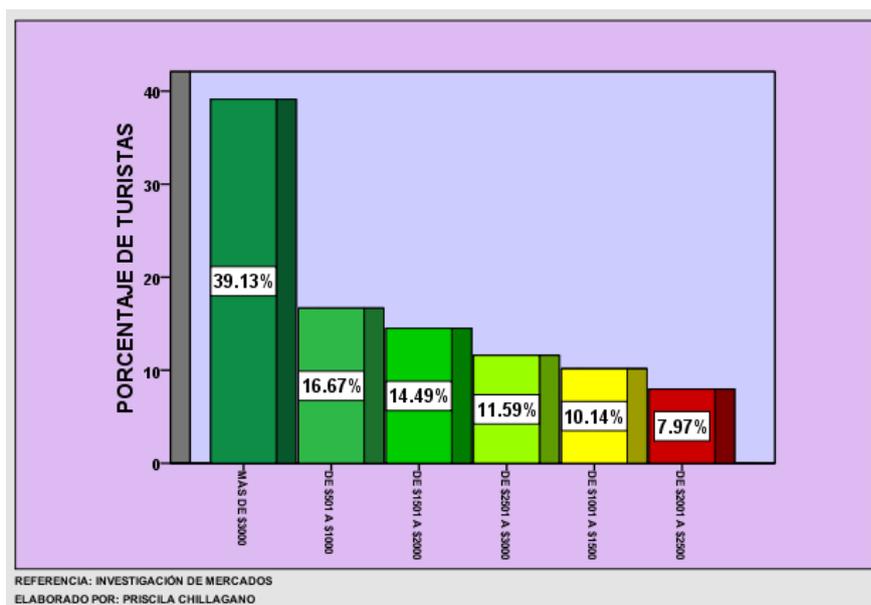
En el Gráfico N° 22 se establece que la variable de mayor ponderación son de \$1600 y \$2000 las mismas que representan el 7,25% cada una; el 5,80% corresponde a ingresos de \$2600; el 4,35% corresponde ingresos de \$3000 y el 3,62% corresponden a ingresos de \$1000 y \$4000 cada uno.

✓ **DISPONIBILIDAD DE DINERO PARA GASTAR EN LA CIUDAD**

Tabla N° 28: Resultados de “DISPONIBILIDAD DE DINERO”

DISPONIBILIDAD	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
MÁS DE \$3000	54	39.1	39.1	39.1
DE \$501 A \$1000	23	16.7	16.7	55.8
DE \$1501 A \$2000	20	14.5	14.5	70.3
DE \$2501 A \$3000	16	11.6	11.6	81.9
DE \$1001 A \$1500	14	10.1	10.1	92.0
DE \$2001 A \$2500	11	8.0	8.0	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 23: Resultados de “DISPONIBILIDAD DE DINERO”



Análisis

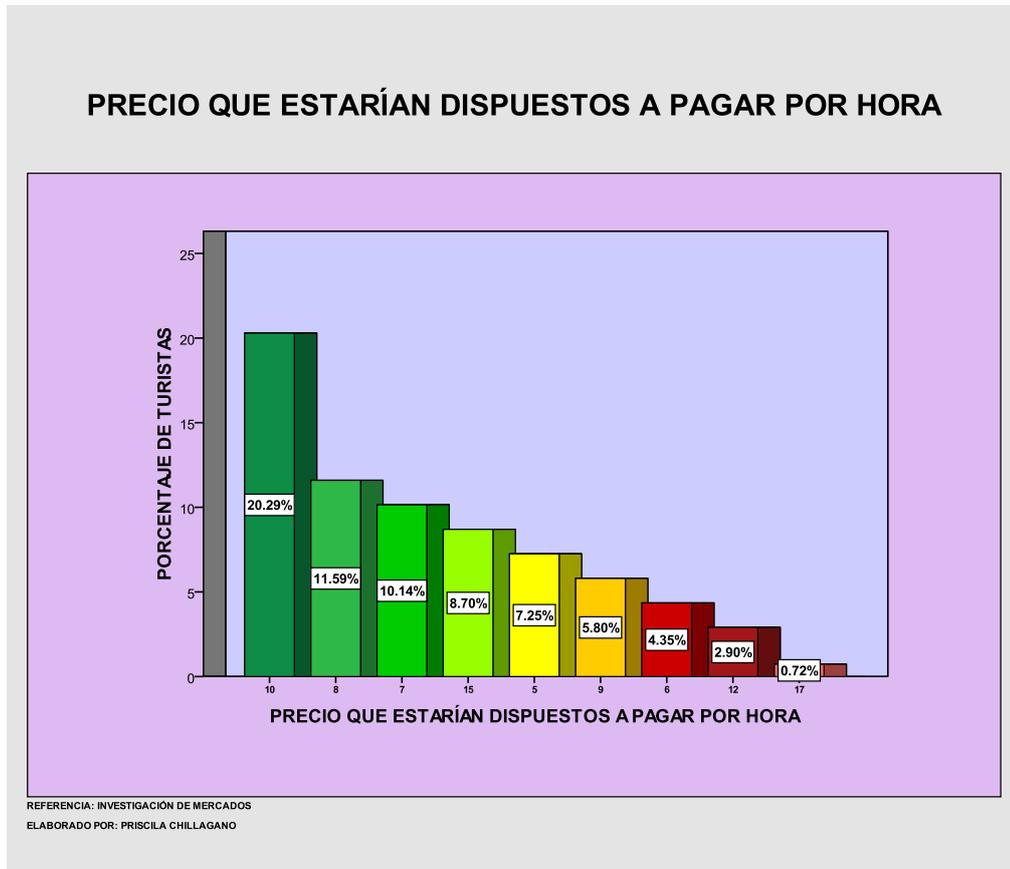
En el Gráfico N° 23 se concluye que un 39% de los turistas cuentan con la disponibilidad de gastar más de \$3000 en la ciudad, el 17% gastarían de \$500 a \$1000, el 14% corresponde a los turistas que tienen la disponibilidad de gastar en la ciudad de \$1500 a \$2000 y el 12% dispone de \$2500 a \$3000 para gastar en la ciudad.

✓ **PRECIO QUE ESTARÍAN DISPUESTOS A PAGAR POR HORA**

Tabla N° 29: Resultados de “PAGO POR HORA”

PRECIO A PAGAR POR HORA	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
DESCONOCE EL MERCADO	37	26.8	26.8	26.8
10	28	20.3	20.3	47.1
8	16	11.6	11.6	58.7
7	14	10.1	10.1	68.8
15	12	8.7	8.7	77.5
5	10	7.2	7.2	84.8
9	8	5.8	5.8	90.6
6	6	4.3	4.3	94.9
12	4	2.9	2.9	97.8
17	1	.7	.7	98.6
20	1	.7	.7	99.3
4	1	.7	.7	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 24: Resultados de “PAGO POR HORA”



Análisis

En el Gráfico N° 24 se determina que el porcentaje más representativo es el 20% que corresponde a los turistas que pagarían \$10 por hora, el 12% corresponde a los pagarían \$8 por hora, el 10% corresponde a los turistas que pagarían \$7 por hora y el 9% corresponde a los turistas que pagarían \$15 por hora.

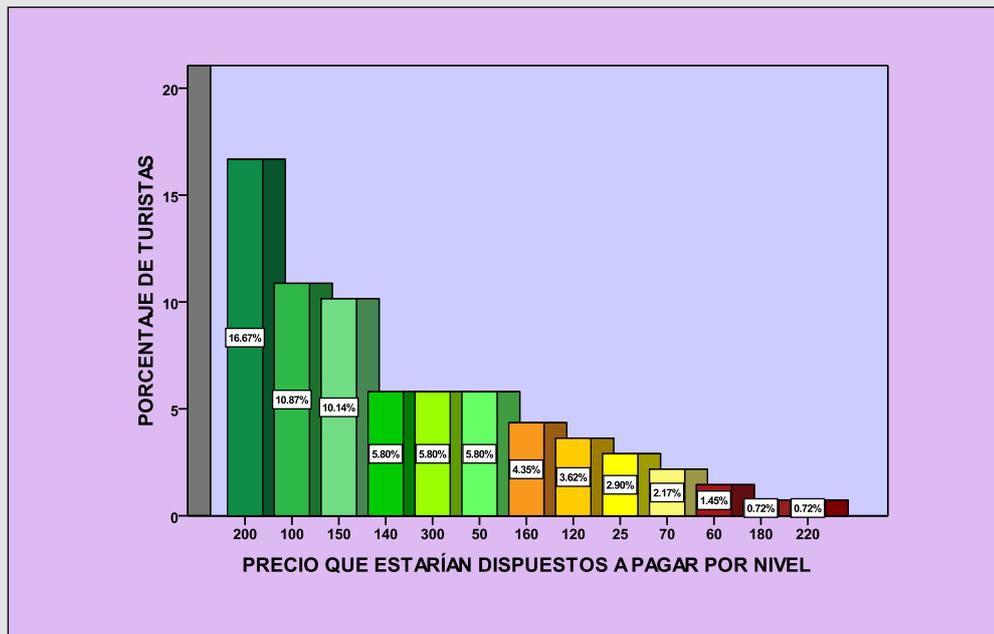
✓ **PRECIO QUE ESTARÍAN DISPUESTOS A PAGAR POR NIVEL**

Tabla N° 30: Resultados de “PAGO POR NIVEL”

PRECIO QUE ESTARÍAN DISPUESTOS A PAGAR POR NIVEL	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
DESCONOCE EL MERCADO	37	26.8	26.8	26.8
200	23	16.7	16.7	43.5
100	15	10.9	10.9	54.3
150	14	10.1	10.1	64.5
140	8	5.8	5.8	70.3
300	8	5.8	5.8	76.1
50	8	5.8	5.8	81.9
160	6	4.3	4.3	86.2
120	5	3.6	3.6	89.9
25	4	2.9	2.9	92.8
70	3	2.2	2.2	94.9
60	2	1.4	1.4	96.4
180	1	.7	.7	97.1
220	1	.7	.7	97.8
250	1	.7	.7	98.6
270	1	.7	.7	99.3
90	1	.7	.7	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 25: Resultados de “PAGO POR NIVEL”

PRECIO QUE ESTARÍAN DISPUESTOS A PAGAR POR NIVEL



REFERENCIA: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
ELABORADO POR: PRISCILA CHILLAGANO

Análisis

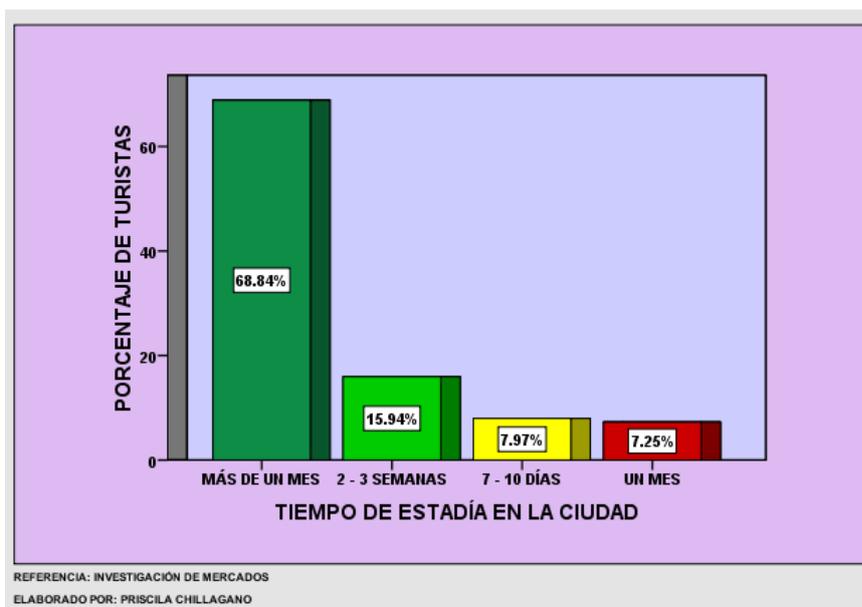
En el Gráfico N° 25 se establece que el porcentaje más representativo es el 17% que corresponde a los turistas que pagarían \$200 por nivel, el 11% corresponde a los turistas que pagarían \$100 por nivel, el 10% a los turistas que pagarían \$150 por nivel y el 6% a los turistas que pagarían \$140 por nivel.

✓ **TIEMPO DE ESTADÍA EN LA CIUDAD**

Tabla N° 31: Resultados de “TIEMPO DE ESTADÍA”

TIEMPO DE ESTADÍA	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
MÁS DE UN MES	95	68.8	68.8	68.8
2 - 3 SEMANAS	22	15.9	15.9	84.8
7 - 10 DÍAS	11	8.0	8.0	92.8
UN MES	10	7.2	7.2	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 26: “TIEMPO DE ESTADÍA”



Análisis

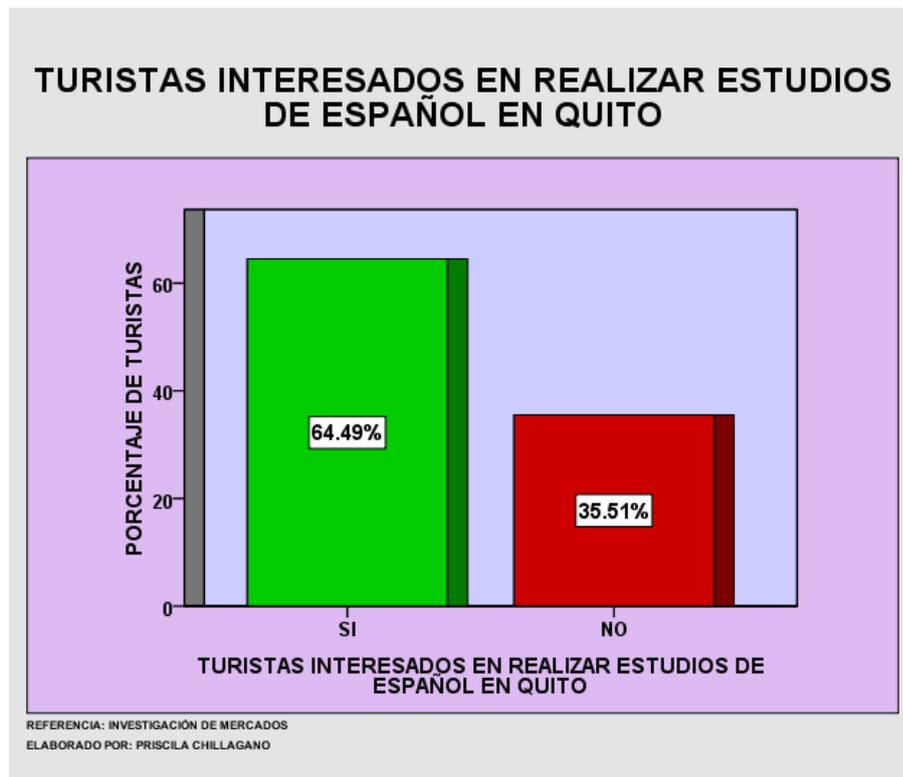
En el Gráfico N° 26 se concluye que el 70% de los turistas permanecerán en la ciudad más de un mes, el 16% corresponde a los turistas que estarán en la ciudad de 2 a 3 semanas, el 8% estarán en la ciudad de 7 a 10 días y el 7% corresponde a los turistas que permanecerán en la ciudad por un mes.

✓ **TURISTAS INTERESADOS EN REALIZAR ESTUDIOS DE ESPAÑOL EN QUITO**

Tabla N° 32: Resultados de “ESTUDIOS DE ESPAÑOL EN QUITO”

REALIZAR ESTUDIOS DE ESPAÑOL EN QUITO	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
SI	89	64.5	64.5	64.5
NO	49	35.5	35.5	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 27: Resultados de “ESTUDIOS DE ESPAÑOL EN QUITO”



Análisis

En el Gráfico N° 27 se determina que el 64% de los turistas están interesados en realizar los estudios de español en Quito mientras que el 36% no está interesado por el momento.

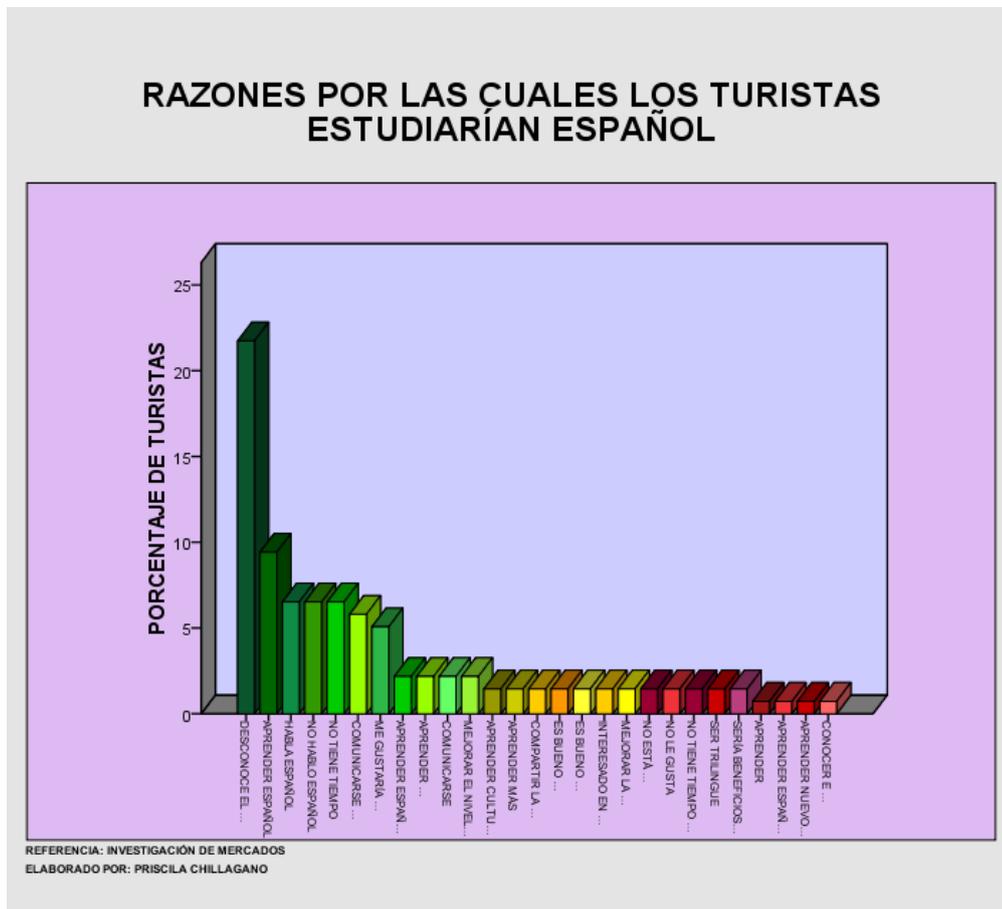
✓ **RAZONES POR LAS CUALES LOS TURISTAS ESTUDIARÍAN ESPAÑOL**

Tabla N° 33: Resultados de “RAZONES DE ESTUDIO”

RAZONES	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
DESCONOCE EL MERCADO	30	21.7	21.7	21.7
APRENDER ESPAÑOL	13	9.4	9.4	31.2
HABLA ESPAÑOL	9	6.5	6.5	37.7
NO HABLO ESPAÑOL	9	6.5	6.5	44.2
NO TIENE TIEMPO	9	6.5	6.5	50.7
COMUNICARSE MEJOR	8	5.8	5.8	56.5
ME GUSTARÍA APRENDER ESPAÑOL	7	5.1	5.1	61.6
APRENDER ESPAÑOL ES BUENO	3	2.2	2.2	63.8
APRENDER GRAMÁTICA	3	2.2	2.2	65.9
COMUNICARSE	3	2.2	2.2	68.1
MEJORAR EL NIVEL DE ESPAÑOL	3	2.2	2.2	70.3
NECISITA APRENDER	3	2.2	2.2	72.5
APRENDER CULTURA Y LENGUAJE	2	1.4	1.4	73.9
APRENDER MÁS	2	1.4	1.4	75.4
COMPARTIR LA PALABRA DE DIOS	2	1.4	1.4	76.8
ENTIENDE EL IDIOMA	2	1.4	1.4	78.3
ES BUENO APRENDER ESPAÑOL	2	1.4	1.4	79.7
ES BUENO APRENDER OTRO IDIOMA	2	1.4	1.4	81.2
INTERESADO EN CITAS CON CHICAS	2	1.4	1.4	82.6

MEJORAR LA COMUNICACIÓN	2	1.4	1.4	84.1
NO ESTÁ INTERESADO	2	1.4	1.4	85.5
NO LE GUSTA	2	1.4	1.4	87.0
NO TIENE TIEMPO NI DINERO	2	1.4	1.4	88.4
SER TRILINGUE	2	1.4	1.4	89.9
SERÍA BENEFICIOSO SABER MÁS ESPAÑOL	2	1.4	1.4	91.3
APRENDER	1	.7	.7	92.0
APRENDER ESPAÑOL PAGA LO QUE SEA SI ES BUENO	1	.7	.7	92.8
APRENDER NUEVOS IDIOMAS	1	.7	.7	93.5
CONOCER E INVOLUCRARSE CON LA CULTURA	1	.7	.7	94.2
EDAD AVANZADA	1	.7	.7	94.9
EL ESPAÑOL ES BUENO EN ECUADOR	1	.7	.7	95.7
ES BUENO	1	.7	.7	96.4
INTERESANTE	1	.7	.7	97.1
LE GUSTA EL PAÍS Y SU GENTE	1	.7	.7	97.8
NECESITA APRENDER	1	.7	.7	98.6
PARA ENTENDER MEJOR	1	.7	.7	99.3
PARA HABLAR MEJOR CON AMIGOS	1	.7	.7	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 28: Resultados de “RAZONES DE ESTUDIO”



Análisis

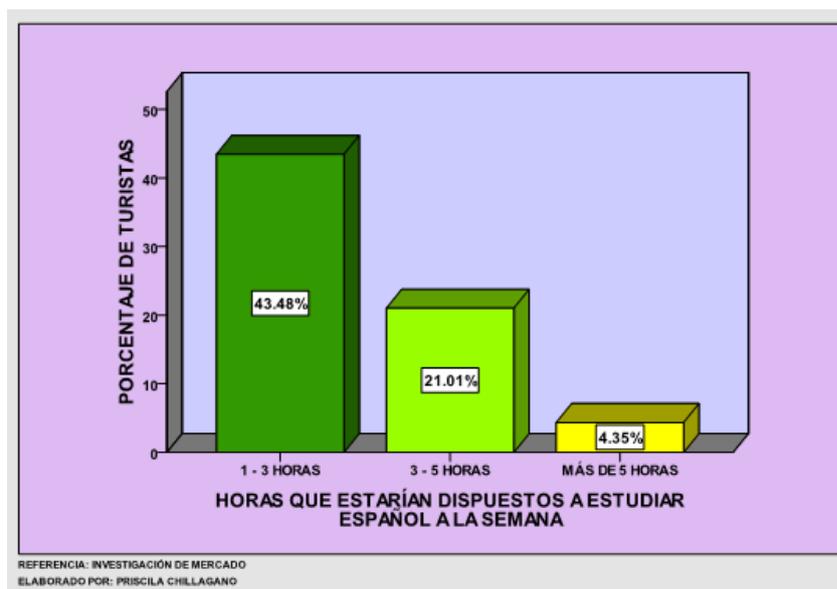
En el Gráfico N° 28 se puede observar las diferentes razones por las cuales los turistas estudiarían español en la ciudad de Quito de las cuales las de mayor ponderación son: Necesitan aprender español y hablar español.

✓ **HORAS QUE ESTARÍAN DISPUESTOS A ESTUDIAR ESPAÑOL A LA SEMANA**

Tabla N° 34: Resultados de “HORAS A LA SEMANA”

HORAS A LA SEMANA	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUMULATIVE PERCENT
1 - 3 HORAS	60	43.5	43.5	43.5
DESCONOCE EL MERCADO	43	31.2	31.2	74.6
3 - 5 HORAS	29	21.0	21.0	95.7
MÁS DE 5 HORAS	6	4.3	4.3	100.0
Total	138	100.0	100.0	

Gráfico N° 29: Resultados de “HORAS A LA SEMANA”



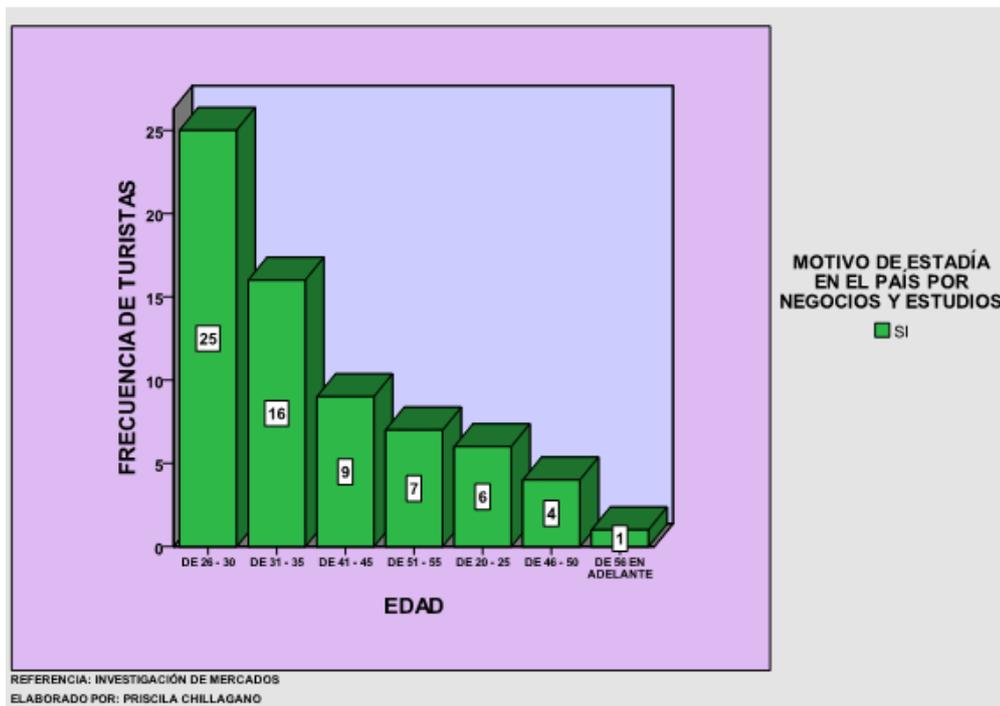
Análisis

En el Gráfico N° 29 se concluye que el 43% de los turistas estarían dispuestos a estudiar español de 1 a 3 horas semanales, el 21% a los turistas que estudiarían español de 3 a 5 horas semanales y el 4 % corresponden a turistas que estarían dispuestos a estudiar español más de 5 horas.

➤ TABLAS DE CONTINGENCIA

✓ GRÁFICA DEL CRUCE DE VARIABLES ENTRE MOTIVO DE ESTADÍA POR NEGOCIOS Y ESTUDIOS CON EDAD

Gráfico N° 30: Negocios y estudios vs. Edad

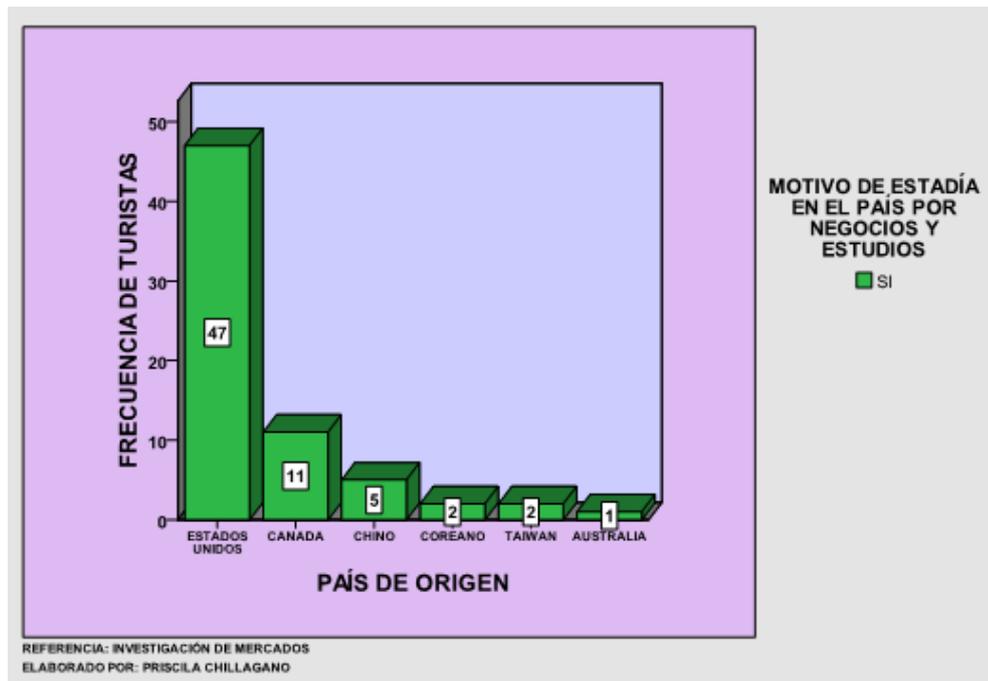


Análisis

En el Gráfico N° 30 se determina que el 18% de los turistas que tienen de 26 a 30 años de edad llegan al país por motivos de negocios y estudios los mismos que estarían interesados en aprender el idioma español en la ciudad de Quito. Los turistas de edad entre 31 a 35 corresponden al 12% de turistas que llegan al país por motivos de negocios y estudios y el 7% comprenden en turistas de edad de 41 a 45 años que llegan por motivo de negocios y estudios.

✓ **GRÁFICA DEL CRUCE DE VARIABLES ENTRE MOTIVO DE ESTADÍA POR NEGOCIOS Y ESTUDIOS CON PAÍS DE ORIGEN**

Gráfico N° 31: Negocios y estudios vs. País de origen

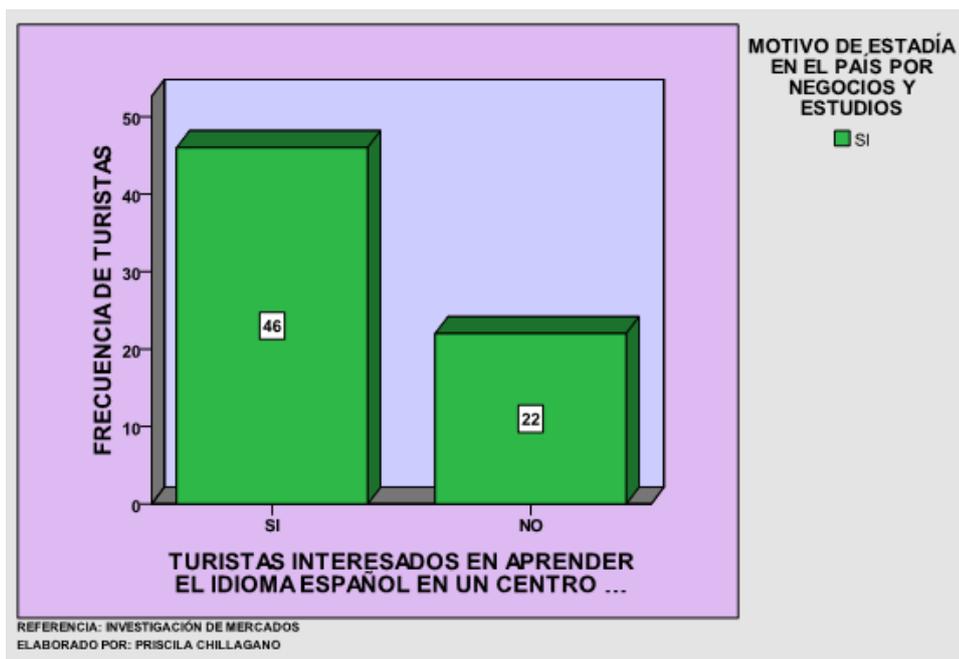


Análisis

En el Gráfico N° 31 se concluye que el 34% de los turistas de Estados Unidos llegan por motivos de negocios y estudios, el 8% de turistas Canadienses corresponden a los turistas que su motivo de estadía es por negocios y estudios y el 4% llegan de China por los mismos motivos.

✓ **GRÁFICA DEL CRUCE DE VARIABLES ENTRE MOTIVO DE ESTADÍA POR NEGOCIOS Y ESTUDIOS CON TURISTAS INTERESADOS EN APRENDER EL IDIOMA ESPAÑOL EN UN CENTRO ESPECIALIZADO**

Gráfico N° 32: Negocios y estudios vs. Centro especializado

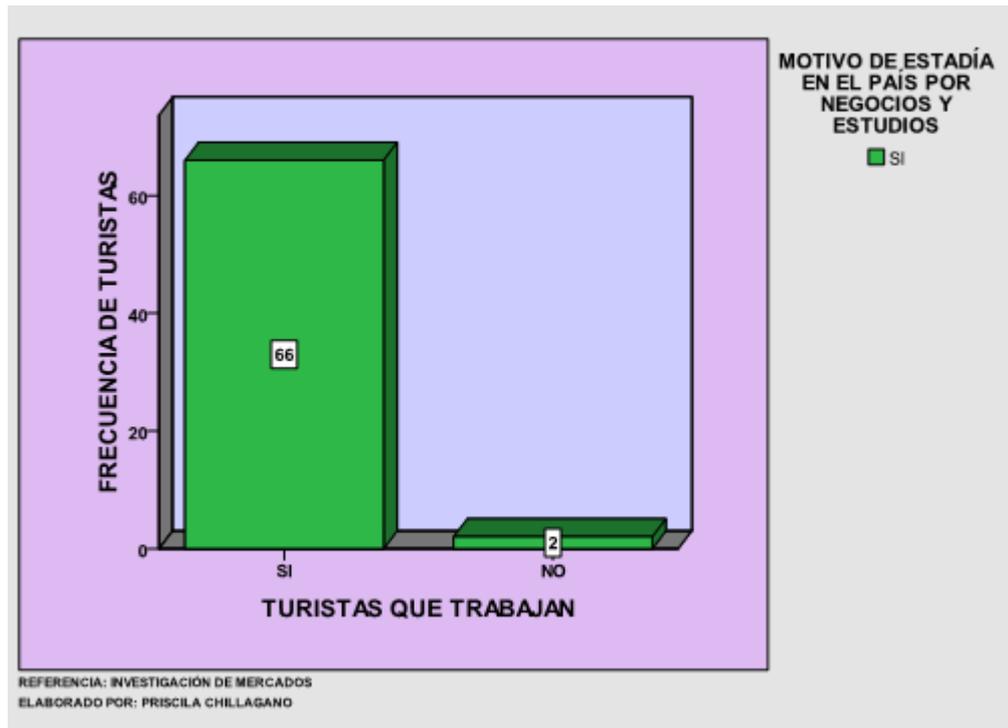


Análisis

En el Gráfico N° 32 se determina que el 34% de los turistas que llegan al país por motivos de negocios y estudios están dispuestos a estudiar español en un Centro Educativo especializado mientras que el 16% de los turistas que llegan por negocios y estudios no están interesados en aprender el idioma español en un Centro Educativo especializado.

✓ GRÁFICA DEL CRUCE DE VARIABLES ENTRE MOTIVO DE ESTADÍA POR NEGOCIOS Y ESTUDIOS CON TURISTAS QUE TRABAJAN

Gráfico N° 33: Negocios y Estudios vs. Trabajan

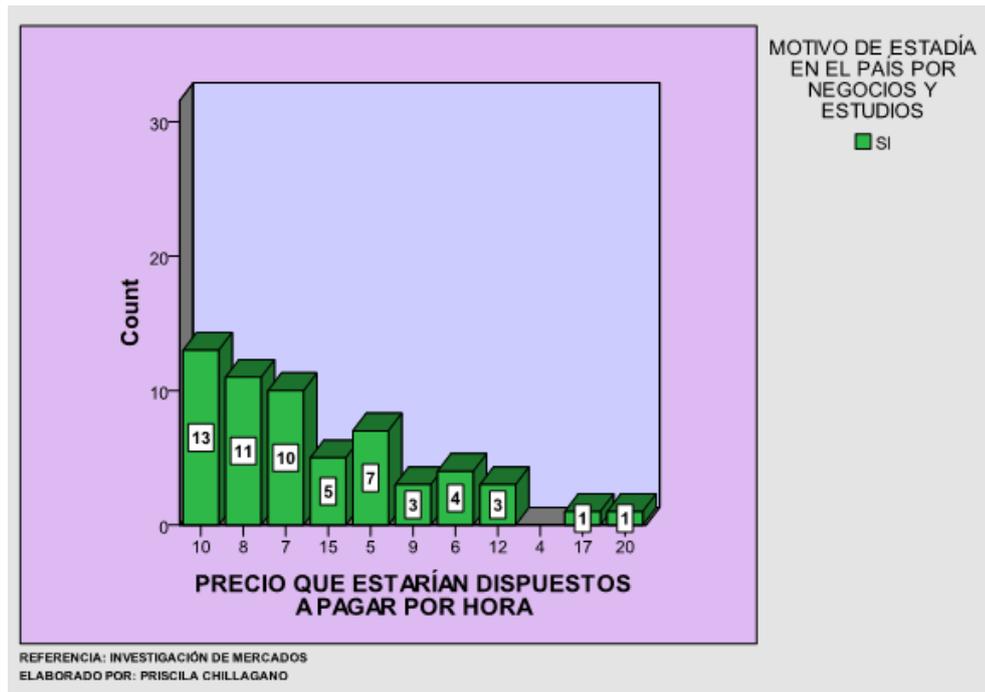


Análisis

En el Gráfico N° 33 se determina que el 48% de los turistas de llegan al país por motivos de negocios y estudios trabajan mientras que el 2% no se encuentra trabajando en este momento.

✓ GRÁFICA DEL CRUCE DE VARIABLES ENTRE MOTIVO DE ESTADÍA POR NEGOCIOS Y ESTUDIOS CON PRECIO QUE ESTARÍAN DISPUESTOS A PAGAR POR HORA

Gráfico N° 34: Negocios y estudios vs. Precio por hora

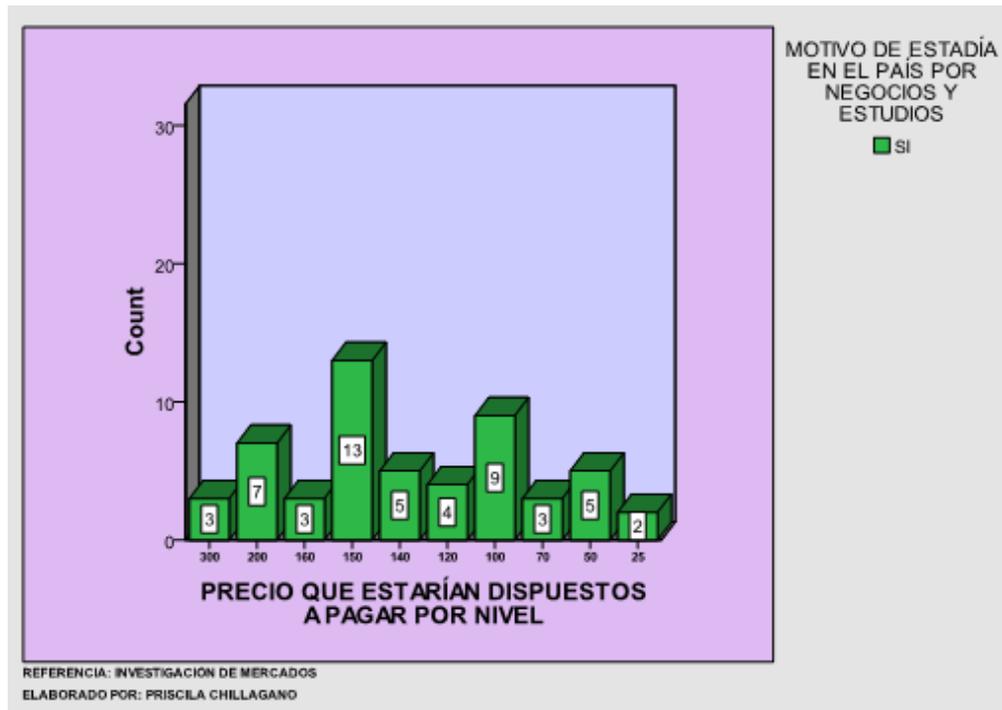


Análisis

En el Gráfico N° 34 se concluye que el 9% de los turistas que llegan al país por motivos de negocios y estudios estarían dispuestos a pagar \$10 por la hora de español, el 8% pagarían \$8, mientras que el 7% pagarían \$7 la hora clase de español.

✓ GRÁFICA DEL CRUCE DE VARIABLES ENTRE MOTIVO DE ESTADÍA POR NEGOCIOS Y ESTUDIOS CON PRECIO QUE ESTARÍAN DISPUESTOS A PAGAR POR NIVEL

Gráfico N° 35: Negocios y estudios vs. Precio por nivel

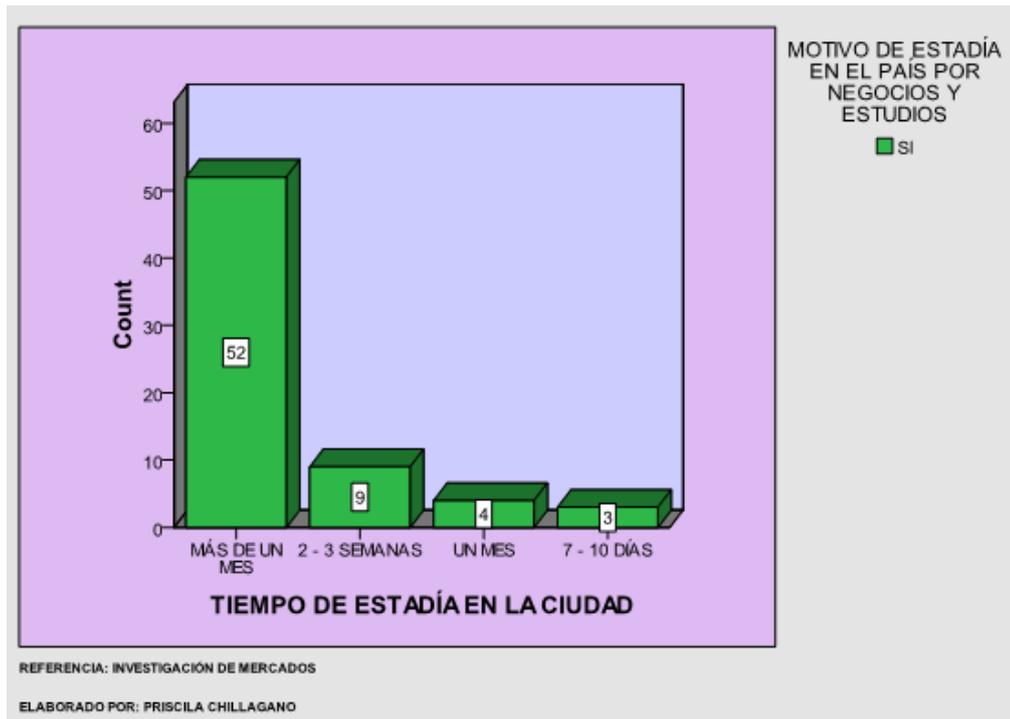


Análisis

En el Gráfico N° 35 se indica que el 9% de los turistas que llegan al país por motivos de negocios y estudios estarían dispuestos a pagar \$150 por un nivel de español, el 7% pagarían \$100 por nivel, mientras que el 5% pagarían \$140 un nivel de español.

✓ **GRÁFICA DEL CRUCE DE VARIABLES ENTRE MOTIVO DE ESTADÍA POR NEGOCIOS Y ESTUDIOS CON TIEMPO DE ESTADÍA EN LA CIUDAD**

Gráfico N° 36: Negocios y estudios vs. Tiempo de estadía

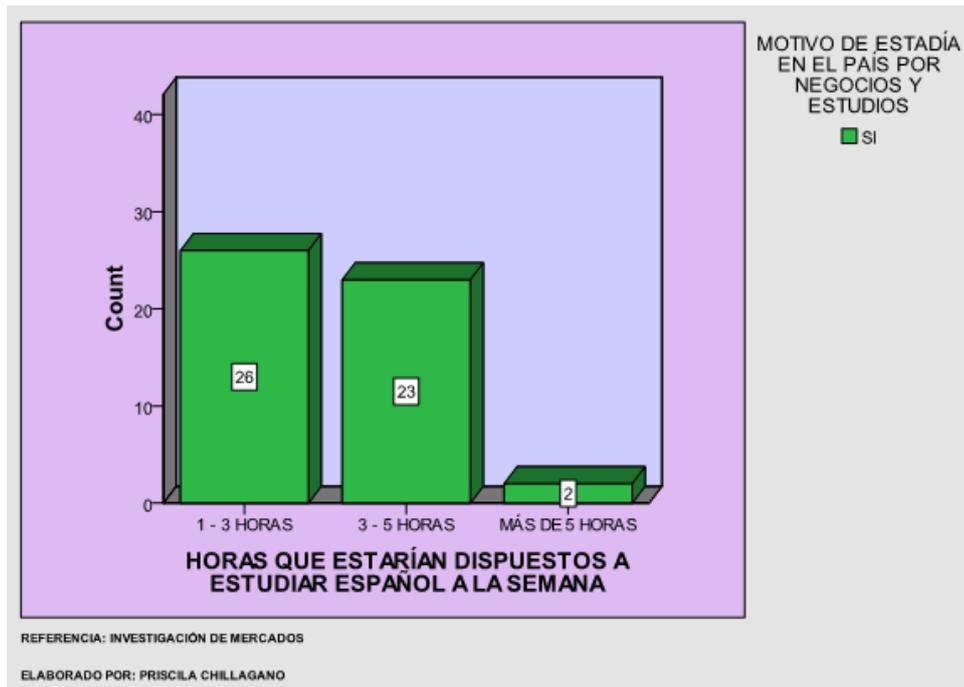


Análisis

En el Gráfico N° 36 se establece que el 38% de los turistas que llegan al país por motivos de negocios y estudios se quedarán en el país por más de un mes, el 7% se hospedarán en el país de 2 a 3 semanas y el 3% estarán en el país por un mes.

✓ **GRÁFICA DEL CRUCE DE VARIABLES ENTRE MOTIVO DE ESTADÍA POR NEGOCIOS Y ESTUDIOS CON HORAS QUE ESTARÍAN DISPUESTOS A ESTUDIAR A LA SEMANA**

Gráfico N° 37: Negocios y estudios vs. Horas a la semana



Análisis

En el Gráfico N° 37 se determina que el 19% de los turistas que llegan al país por motivos de negocios y estudios estarían dispuestos a estudiar español de 1 a 3 horas a la semana, el 17% estudiarían español de 3 a 5 horas semanales y el 2% más de 5 horas a la semana.

1.5 Análisis de la Demanda

"Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado."¹⁸

En general demanda es la cantidad de bienes o servicios que una persona o empresa está dispuesta a adquirir en el mercado a un precio y en un momento determinado.

En términos generales la teoría económica establece que la demanda está en función de los precios; a precios altos menor cantidad demandada y viceversa es decir, a precios bajos mayor cantidad demandada, siempre que los demás factores permanezcan constantes.

El análisis de la demanda trata de determinar los factores que influyen en el comportamiento del mercado y la posibilidad para que el producto y servicio que resulte del proyecto pueda participar efectivamente en él.

Para ponderar la demanda debe existir información estadística disponible, la misma que permita conocer los gustos y preferencias del consumidor y de esta manera satisfacer sus necesidades.

1.5.1 Clasificación de la Demanda

Para realizar un análisis adecuado es preciso considerar la clasificación de la demanda; existen varios tipos de demanda que se pueden clasificar como sigue:

¹⁸ BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw - Hill, pag 14

En relación con su *oportunidad*, existen dos tipos:

- **Demanda insatisfecha**, en la que lo producido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.
- **Demanda satisfecha**, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que este requiere.

Para el presente proyecto el Centro Educativo se encontraría dentro de la demanda insatisfecha, en la cual los servicios educativos no alcanzan a cubrir los requerimientos del mercado.

1.5.2 Factores de Afectan a la Demanda

“El objetivo principal que se pretende alcanzar con el análisis de la demanda es determinar los factores que afectan el comportamiento del mercado y las posibilidades reales de que el producto puede participar en el mercado.”¹⁹

Los factores que mayormente afectan a la demanda y deben analizarse son:

➤ **Tamaño y crecimiento de la población turística**

El factor de tamaño y crecimiento de la población turística que no habla español tiene mayor influencia en la demanda del proyecto ya que al existir bajo crecimiento poblacional turístico, no habría motivo para desarrollar el Centro Educativo de Intercambio Cultural para Extranjeros. Para obtener la variación porcentual se utilizó como año base al 2004. Como se puede observar en la Tabla N°35, en el año 2005 llegaron a la

¹⁹ SAPAG CHAIN Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, Mc.Graw Hill, Cuarta Edición, Pág. 73

ciudad de Quito 171.724 extranjeros que no hablan español, el cual presentó un crecimiento de llegada turística de un 16,63% con respecto al año base 2004. De igual manera existió un crecimiento turístico de extranjeros en los años 2006 con un porcentaje de 10,87%, en el año 2007 con un porcentaje de 27,98%, en el año 2008 con un porcentaje de 66,37% y en el año 2009 un porcentaje de 44,78% con respecto al año base 2004.

El promedio de la variación porcentual de llegada de extranjeros que no hablan español a Quito con respecto al año base 2004 es de 33,33% lo cual nos indica que en promedio cada año existirá un incremento de turistas extranjeros en Quito.

Tabla N° 35: Llegada de Extranjeros a Quito

AÑOS	LLEGADA DE EXTRANJEROS A QUITO	PORCENTAJE DE TURISTAS QUE NO HABLAN ESPAÑOL	LLEGADA DE TURISTAS A QUITO QUE NO HABLAN ESPAÑOL	VARIACIÓN PORCENTUAL
2004	313.286	47%	147.244	
2005	330.238	52%	171.724	16,63%
2006	320.103	51%	163.253	10,87%
2007	348.967	54%	188.442	27,98%
2008	388.848	63%	244.974	66,37%
2009	374.001	57%	213.181	44,78%
TASA PROMEDIO CON RESPECTO AÑO BASE				33,33%

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

➤ **El Ingreso monetario de los consumidores**

La cantidad demandada está íntimamente relacionada con el nivel de ingresos de los consumidores, es así que los consumidores potenciales que no tengan ingresos suficientes para adquirir el servicio no podrán ser efectivos y tampoco lo serán los que tienen ingresos comprometidos con otros gastos diferentes a adquirir el servicio que propone el proyecto.

El ingreso monetario de los consumidores en este proyecto se enfoca en los datos que se obtuvo de las encuestas realizadas a extranjeros en el Distrito Metropolitano de Quito. Se puede observar que los extranjeros cuentan con los ingresos necesarios como para estudiar el idioma español en un Centro Educativo especializado. Mientras mayores son sus ingresos están dispuestos a pagar un mayor precio por aprender el idioma siempre y cuando la educación sea de calidad. Según las encuestas se obtuvo que los ingresos de mayor ponderación son de \$1600 y \$2000 las mismas que representan el 7,25% cada una; el 5,80% corresponde a ingresos de \$2600; el 4,35% corresponde ingresos de \$3000 y el 3,62% corresponden a ingresos de \$1000 y \$4000 cada uno.

➤ **Precio**

Un factor que afecta a la demanda es el precio, ya que con los cambios constantes en la economía, los precios varían.

Este factor influye mucho a la hora de adquirir el servicio educativo del idioma español ya que los turistas toman en cuenta la calidad que adquieren con este factor.

➤ **Gustos, preferencias y hábitos**

Los gustos, preferencias y hábitos de los turistas que llegan a la ciudad de Quito y en general a cualquier destino del mundo influyen al momento de adquirir el servicio educativo ya que, como se mencionó anteriormente los extranjeros son personas que realizan viajes a diferentes culturas con el fin de obtener nuevas experiencias y aprender un nuevo idioma.

➤ **Necesidad que tiene por el servicio**

Los extranjeros que llegan al Distrito Metropolitano de Quito buscan un servicio educativo de calidad en el cual puedan obtener un nivel avanzado de español para poder comunicarse mejor y utilizarlo como una ventaja. Además en la actualidad se observa que muchos países están buscando integrarse con el resto del mundo debido a la globalización por lo que cada día se busca conocer nuevos idiomas para facilitar la comunicación.

El manejo de estos factores permite establecer la situación actual de la demanda, explica su trayectoria histórica y sobre todo determina las bases de la probable demanda en el futuro. Es necesario mencionar que la demanda total del mercado no es sólo un número fijo, es así como ésta se constituye en una función de una serie de factores establecidos tales como el precio, el nivel de ingresos, los gustos y preferencias de los consumidores, el tamaño y crecimiento de la población turística, entre otras.

1.5.3 Análisis histórico de la demanda

Tabla N° 36: Comportamiento Histórico de la Demanda (2004-2009)

AÑOS	LLEGADA DE TURISTAS A QUITO QUE NO HABLAN ESPAÑOL	EXTRANJEROS QUE LLEGAN POR MOTIVO DE NEGOCIOS Y ESTUDIOS	VARIACIÓN PORCENTUAL
2004	147244	72150	
2005	171724	84145	16,63%
2006	163253	79994	10,87%
2007	188442	92337	27,98%
2008	244974	120037	66,37%
2009	213181	104458	44,78%
TASA PROMEDIO CON RESPECTO AÑO BASE			33,33%

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Gráfico N° 38: Comportamiento Histórico de la Demanda (2004-2009)



Fuente: MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

El análisis histórico de la demanda se lo realizó a los extranjeros que llegan al Distrito Metropolitano de Quito los cuales no hablan español y vienen por motivos de negocios y estudios.

Para obtener los resultados de extranjeros que llegan a Quito por motivo de negocios y estudios se tomó el porcentaje obtenido de las encuestas que nos dice que el 49% de extranjeros llegan a la ciudad de Quito por dichas razones. De los extranjeros que llegan a Quito y no hablan español se extrae el 49% de cada año para determinar la demanda histórica del Servicio Educativo del Idioma Español.

En la Tabla N° 36 y el Gráfico N° 38 se establece que el porcentaje de la tasa de crecimiento de la de la demanda en los últimos 5 años con respecto al año base 2004 es de 33,33% lo que nos indica que la curva de la demanda se presenta creciente.

1.5.4 Demanda Actual del servicio

Como se mencionó anteriormente, el promedio de la tasa de crecimiento del período 2004 – 2009 es de 33,33% basándose en la demanda histórica y el año base 2004. Según las encuestas realizadas se obtuvo que el 49% de los extranjeros que llegan a Quito lo realizan por motivo de negocios y estudios. Con estos factores se procedió a determinar la demanda actual anual del servicio educativo del idioma español.

Tabla N° 37: Demanda Actual

EXTRANJEROS QUE LLEGAN A QUITO POR MOTIVO DE NEGOCIOS Y ESTUDIOS	
DEMANDA ACTUAL ANUAL	
2009	104.458

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

La demanda actual analizada anteriormente corresponde a la demanda total del año 2009 de los meses de enero a octubre que es de 104.458 extranjeros. Para obtener la demanda de cada mes, se obtiene con los datos presentados por el Ministerio de Turismo y el porcentaje de extranjeros que llegan a Quito por motivo de negocios y estudios que como se mencionó anteriormente es del 49%. La Tabla N° 38 y el Gráfico N° 39 nos indica la demanda por cada mes del año 2009.

Tabla N° 38: Demanda actual por meses

DEMANDA ACTUAL POR MESES	
MESES	EXTRANJEROS QUE LLEGAN A QUITO POR MOTIVO DE NEGOCIOS Y ESTUDIOS
ENERO	10.214
FEBRERO	9.215
MARZO	9.677
ABRIL	9.525
MAYO	9.605
JUNIO	12.760
JULIO	14.039
AGOSTO	12.183
SEPTIEMBRE	8.721
OCTUBRE	8.520
TOTAL	104.458

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
Elaborado por: PRISCILA Chillagano

Gráfico N° 39: Demanda actual por meses



Fuente: MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Con este análisis de la demanda podemos observar cual es la demanda actual por cada mes y determinar los meses que llegan mayor número de extranjeros a la ciudad de Quito. Como se puede observar en la Tabla N°38 y el Gráfico N°39 existe una estacionalidad de mayor número de extranjeros en los meses de Junio a Agosto debido a que es temporada de vacaciones nórdicas.

1.5.5 Proyección de la Demanda

Se realiza la proyección de la demanda basándose en el promedio de variación porcentual del crecimiento de la población turística con respecto a los turistas que llegan al Distrito Metropolitano de Quito por motivo de negocios y estudios. Con lo cual se quiere pronosticar la evolución de los extranjeros utilizando un modelo causal “el cual se basa en proyectar el mercado sobre la base de antecedentes cuantitativos históricos, suponiendo que los factores condicionantes del comportamiento histórico de alguna o todas variables del mercado permanecerán estables”²⁰

A lo largo de los años la tasa promedio de crecimiento de los extranjeros que no hablan español y que llegan por motivo de negocios y estudios a Quito, según los datos analizados en la demanda histórica, es del 33,33% con respecto al año base 2004.

Para la proyección de la demanda en los siguientes seis años se considera la tasa de variación porcentual promedio, como se muestra en la Tabla N° 39 y el Gráfico N°40. La proyección de la demanda indica una curva creciente desde el año 2010 hasta el año 2015.

²⁰ SAPAG CHAIN Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, Mc.Graw Hill, Cuarta Edición, Pág. 88

Tabla N° 39: Demanda Proyectada

AÑOS	EXTRANJEROS QUE LLEGAN A QUITO POR MOTIVO DE NEGOCIOS Y ESTUDIOS $M_n = M_o (1 + i)^t$
2009	104.458
2010	139.274
2011	185.695
2012	247.587
2013	330.107
2014	440.132
2015	586.828

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

$$M_n = M_o (1 + i)^t$$

Donde:

M_n = Demanda Futura

M_o = Año base histórico

i = Tasa de crecimiento

t = Años proyectados

Gráfico N° 40: Demanda Proyectada



Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

1.6 Análisis de la Oferta

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (Productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”²¹

El estudio de oferta tiene por objeto identificar la forma como se han atendido y se atenderán en un futuro las demandas o necesidades del consumidor. No suele ser tarea fácil estimar con algún grado de certeza la oferta en un proyecto determinado, puesto que la información que interesa está en manos de la competencia, que por obvias razones no está interesada en divulgarla. Sin embargo, a través de algunos mecanismos indirectos de información global se podrá llegar a tener una idea aproximada del comportamiento de la oferta.

1.6.1 Clasificación

Se debe observar si se trata de un solo proveedor (monopolio) o por lo contrario, son varios (oligopolio) o muchos (competencia).

➤ **Oferta monopólica**

Es en la que existe un solo productor del bien o servicio, y por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente productor único. Si el productor domina o posee más del 95% del mercado siempre impondrá el precio y calidad.

²¹ BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw - Hill, pag 25.

➤ **Oferta oligopólica**

Se da cuando en el mercado existen pocos vendedores de un producto que puede ser idéntico o con mínimas diferencias, pero donde cada uno tiene gran influencia sobre el precio. Tratar de penetrar en este tipo de mercados no solo es riesgoso sino en ocasiones hasta imposible.

➤ **Oferta competitiva**

Es en la que los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, precio y servicio que se ofrecen al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.

Para el presente proyecto estaríamos en una oferta competitiva de mercado libre ya que existen varias escuelas de español que brindan el mismo servicio.

1.6.2 Factores que afectan a la oferta

Al igual que la demanda la cantidad ofertada se encuentra en función de algunos factores, entre ellos están los siguientes:

- **Barreras de Entrada:** Las barreras de entrada son elementos de protección para las empresas que pertenecen a un sector dado, cualquier barrera de entrada a un sector, lo que hace es que el competidor potencial tenga que realizar esfuerzos (en inversiones) para entrar al sector. Cuantos mayores sean los costos por asumir, mayores serán las barreras de ingreso para los competidores.

Por lo tanto el ingreso de las empresas a este mercado está abierto a la mejor propuesta, para ganar y afianzar a clientes.

- **Precio Insumos:** Para el caso de servicios se determina a los recursos de entrada al proceso cuyo flujo de salida es el servicio entregado. Los insumos que se utilizará para el Centro Educativo son los materiales didácticos de enseñanza como los diferentes libros, software, entre otros.
- **Servicios Alternativos:** En cuanto a los servicios alternativos encontramos a las diferentes escuelas de español que brinden servicios similares.
- **Tecnología:** Este factor es muy importante ya que en la actualidad existen diferentes paquetes de software que permiten un mejor aprendizaje, además a mayor tecnología, mayor ahorro de costos, y por ende, mayor oferta.
- **Precio Esperado:** La expectativa de un alza futura en el precio de un servicio desplaza la curva de la oferta hacia la izquierda y sucede lo contrario con la expectativa de una baja futura.

1.6.3 Comportamiento histórico de la oferta

Luego de la investigación realizada en el Ministerio de Turismo se ha podido establecer el comportamiento de la oferta en los cinco últimos años, como se muestra en la Tabla N°40. Para determinar la oferta, se utilizó el promedio de capacidad de las principales Escuelas de Español que es de 25 estudiantes por cada escuela por cada semana. De esta manera se obtiene el número de estudiantes pertenecientes a la oferta de cada año.

**Tabla N° 40: Número histórico de escuelas de idiomas en Quito
(2004-2009)**

AÑOS	NÚMERO DE ESCUELAS DE ESPAÑOL EN QUITO	NÚMERO DE ESTUDIANTES	VARIACIÓN PORCENTUAL
2004	28	33.600	
2005	30	36.000	7,14%
2006	30	36.000	7,14%
2007	33	39.600	17,86%
2008	35	42.000	25,00%
2009	35	42.000	25,00%
PROMEDIO	32	38.200	16,43%

Fuente: GUÍA TURÍSTICA DE QUITO
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

**Gráfico N°41: Número histórico de escuelas de idiomas en Quito
(2004-2009)**



Fuente: GUÍA TURÍSTICA DE QUITO
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

El análisis histórico de la oferta se lo realizó a los Centros Educativos de idioma español que se encuentran ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito.

En la Tabla N° 40 y el Gráfico N° 41 se analizó el comportamiento histórico de la oferta donde se puede concluir que, de acuerdo a los datos, el porcentaje de crecimiento de la oferta es de 16,43% con respecto al año base 2004.

1.6.4 Oferta Actual

En la actualidad en el Distrito Metropolitano de Quito existen 35 escuelas de español de las cuales, para realizar el análisis de la oferta actual, se tomó las principales Escuelas de Español consideradas como competencia directa las cuales preparan a los estudiantes que quieren aprobar el DELE (Diploma de Español como Lengua Extranjera). El DELE es un título oficial del Instituto Cervantes a nombre del Ministerio Español de Educación, Cultura y Deportes. Es el aval más respetado en cuanto a lengua española en el mundo.

En la Tabla N° 41 se puede observar algunas características de los principales Centros Educativos competidores más importantes.

Tabla N° 41: Número histórico de escuelas de idiomas en Quito

CENTRO EDUCATIVO	CAPACIDAD MÁXIMA	UBICACIÓN	HORARIOS DE ATENCIÓN	SERVICIOS	PRECIO	DESCUENTOS POR GRUPO	FORMA DE PAGO
Andean Global Studies: AGS	45	Calle El Mercurio #346 y la Razón Quito Pichincha Ecuador	Mañana, Tarde y Noche	Inmersión en Español	\$10 por hora	Una sesión gratis	Efectivo, tarjetas de crédito y transferencias bancarias
				Niveles de español	Paquete básico de 5 horas \$50 y de 10 horas \$95	10% de descuento en los paquetes básicos	
				Clases de español en línea	Paquete silver de 15 horas \$140	15% de descuento en el paquete silver	
				Actividades y tours	\$435 por viaje		
Escuela de Español Atahualpa	35	Luis Godin N 20-29 y Condamine Quito, Ecuador	Horario a escoger	Curso Standard	\$303 por 20 horas a la semana con hospedaje. \$12 hora		Efectivo y tarjetas de crédito
				Curso Individual	\$240 por 20 horas semana o \$271 por 25 horas semana		
				Actividades y tours	Promedio de \$50 por día y persona		
La Lengua Spanish School	20	Colón 1001 y Juan León Mera Edificio 'Ave María' 8vo piso	8:30 AM-17:30 PM	Niveles de Español	\$6.50 por hora	Max. 4 personas pagan \$5.50 por hora	Efectivo y tarjetas de crédito
				Programa para estudiantes de medicina y profesionales	\$964 con hospedaje, 60 horas de español y 4 horas de trabajo voluntario.		
Instituto Superior de Español	25	Darquea Terán 1650 y Av. 10 de Agosto P.O. 17-03-00490 Quito, Ecuador	Mañana, Tarde y Noche	Curso de Español Intensivo	\$130 a la semana por 4 horas al día. \$6,50 hora	Si paga por adelantado recibe 5% de descuento	Tarjeta de Crédito o Pay Pal
				Niveles de español	\$160, \$180 y \$209 a la semana por 5, 6 y 7 horas al día respectivamente		
				Hospedaje con Familias Ecuatorianas	\$18 por noche (Incluye 3 comidas al día y servicio de lavandería)		
Quito S.I.Spanish Institute-Centro Asociado Cervantes	20	9 de Octubre N27-09 y Orellana	Mañana, Tarde y Noche	Niveles de Español	\$9.75 por hora	2 estudiantes pagan \$7.00 De 3-6 estudiantes \$6.00	Tarjeta de crédito
				Español puertas afuera	\$190 incluye 5 días y 4 noches en la selva		

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO - QUITO TURÍSTICO
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

CENTRO EDUCATIVO	CAPACIDAD MÁXIMA	UBICACIÓN	HORARIOS DE ATENCIÓN	SERVICIOS	PRECIO	DESCUENTOS POR GRUPO	FORMA DE PAGO
Colonial Spanish School	20	152 Pasaje La Isla and La Isla Sector Las Casas. Quito, Ecuador	Mañana, Tarde y Noche	Niveles de Español, Cursos para viajeros, por períodos de tiempo	Todos lo cursos requieren una registracion de \$2 \$6.50 por hora y persona		Transferencias bancarias, International Bank Transfer, Pay Pal
				Español en línea			
Vida Verde	20	Leonidas Plaza N23-100 y Wilson Quito, Ecuador	Mañana, Tarde y Noche	Niveles de español	\$7.50 por hora de 0 a 99 horas y \$10.00 por hora los fines de semana	5% de descuento por 100 horas o más.	Efectivo y tarjetas de crédito
				Lecciones de Grupos pequeños	\$5 por hora, \$6 por hora los fines de semana		
				Hospedaje con Familias Ecuatorianas	\$20 incluye 3 comidas, \$18 incluye 2 comidas, \$15 incluye desayuno.		
EL-Spanish Language and Culture Center	25	Hernando de la Cruz N31-37 and Mariana de Jesús Quito, Ecuador		Cursos one-to-one de español			
				Cursos en grupos			
				Viajes de estudio en español			
				Programas de interes especial			
Bipo & Toni's Academi de Español	20	Carrión E8-183 y Leonidas Plaza Quito, Ecuador	Mañana, Tarde y Noche	Niveles de Español	\$160 por semana o \$100 por grupos pequeños		Efectivo y tarjetas de crédito
				Curso Intensivo	\$225 por semana		
				Español para propósitos específicos.	\$180 por semana o 120 grupos pequeños. \$9 hora		
				Hospedaje con familias Ecuatorianas	\$52 por día		
Simon Boliva Spanish School	25	Mariscal Foch E9-20 y Av. 6 de Diciembre, Quito, Ecuador	Mañana, Tarde y Noche	Lecciones Individuales	\$200 por semana. \$10 hora	25% descuento en lecciones individuales	Efectivo y tarjetas de crédito
				Lecciones Grupales	\$90 por persona por 20 horas máximo 6 personas por grupo		

Fuente: MINISTERIO DE TURISMO - QUITO TURÍSTICO

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Dentro de las características principales de las Escuelas de Español que se encuentran en la Tabla N°41 tenemos la capacidad máxima, ubicación, horarios de atención, servicios, precio, descuentos y la forma de pago.

La capacidad máxima de las Escuelas de Español varía entre 20 y 45 estudiantes. Las que tienen mayor capacidad son las que cuentan con instalaciones físicas y tecnológicas mejores y más grandes. Cabe destacar que existen escuelas pequeñas que están adecuadas también a la exigencia del cliente.

En cuanto a la ubicación, encontramos que el 60% de las Escuelas de Español mencionadas se encuentran por el Sector de la Mariscal y el 40% se encuentran en el sector Norte de la ciudad cerca del sector antes mencionado.

Los horarios de atención de todas las escuelas de español son tanto en la mañana como en la tarde y varían de acuerdo a las necesidades y conveniencias de los estudiantes. Existen diferentes horarios de español debido a que las clases de varían de acuerdo al número de estudiantes que asistan.

Cada Escuela de Español tiene diferentes servicios en cuanto a la enseñanza del idioma español, entre los principales se encuentran programas de español en diferentes niveles, clases por hora, clases privadas one to one, clases grupales, clases de viajeros, clases en línea, programas de español cultural, actividades y tours de estudio en español, hospedaje con familias ecuatorianas, programas de español para propósitos específicos, trabajo voluntario, español conversacional y cursos de baile latinoamericano.

Los precios varían de acuerdo a los servicios, las instalaciones, y la ubicación. Por lo general los servicios de las escuelas que se encuentran por el norte de la ciudad tienen precios más altos en comparación a los que están ubicados por el sector de la Mariscal. Los precios de las Escuelas de Español que se encuentran por el sector de la Mariscal varían desde \$5,50 a \$9,00 por cada hora de clase y las que se encuentran por el Norte tienen precios desde \$9,75 a \$12 por hora clase. En cuanto a las actividades turísticas y tours los precios se encuentran desde \$40 a \$80 por día y por persona dependiendo la distancia del lugar, las actividades que se realicen, los alimentos y el hospedaje.

Existen diferentes tipos de descuentos para grupos que aplican las Escuelas de Español los cuales varían de acuerdo a las políticas de cada instituto. Se puede observar que algunas Escuelas de Español ofrecen sesiones gratis por cumplir un determinado número de horas de clases. Además existen descuentos desde 5% a 25% dependiendo de la cantidad del grupo y descuentos por pagos por adelantado. Para captar un mayor número de estudiantes, las Escuelas de Español utilizan promociones de rebajas de precio si vienen con amigos.

En cuanto a la forma de pago que utilizan las diferentes Escuelas de Español se encuentra el efectivo, las tarjetas de crédito y las transferencias bancarias. La mayoría de las escuelas utilizan las tarjetas de crédito como principal forma de pago, seguida por el efectivo y solamente algunas escuelas utilizan las transferencias bancarias.

Para determinar la oferta actual se utiliza el promedio de la capacidad máxima de estudiantes que cada escuela puede acoger, tomando en cuenta que dicha capacidad es semanal ya que cada nivel por lo general es de 20 horas semanales. Además las clases, por lo general, son para un máximo de 10 estudiantes y los cursos se dictan tanto en la mañana como en la tarde o la noche. Así se obtiene como resultado una oferta actual de 25 estudiantes a la semana por cada Centro Educativo.

Tabla N° 42: Oferta actual en Quito

OFERTA ACTUAL ANUAL		
AÑO	NÚMERO DE ESCUELAS DE ESPAÑOL EN QUITO	NÚMERO DE ESTUDIANTES
2009	35	42.000

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Para obtener la oferta actual de las Escuelas de Español del año 2009 se toma el promedio de la capacidad máxima de 25 estudiantes por semana y se multiplica por las 35 escuelas de español en Quito considerando las cuatro semanas al mes y los doce meses del año. La tabla N°42 indica oferta actual del año 2009 es de 42.000 estudiantes.

1.6.5 Proyección de la oferta

Según el comportamiento histórico de la oferta, la variación porcentual promedio para el periodo 2004 a 2009 es de 16,43% con respecto al año base 2004. Con este factor se procedió a la proyección de la oferta de Centros Educativos especializados para extranjeros.

Tabla N° 43: Proyección del número de escuelas en Quito

AÑOS	NÚMERO DE ESCUELAS DE ESPAÑOL EN QUITO	NÚMERO DE ESTUDIANTES
2009	35	42.000
2010	41	48.901
2011	47	56.935
2012	55	66.289
2013	64	77.181
2014	75	89.862
2015	87	104.626

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Gráfico N°42: Proyección del número de escuelas en Quito



Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

La proyección de la oferta de acuerdo a la Tabla N° 43 y Gráfico N° 42 tiene una curva creciente desde el año 2010 al año 2015.

1.7 Estimación de la demanda insatisfecha

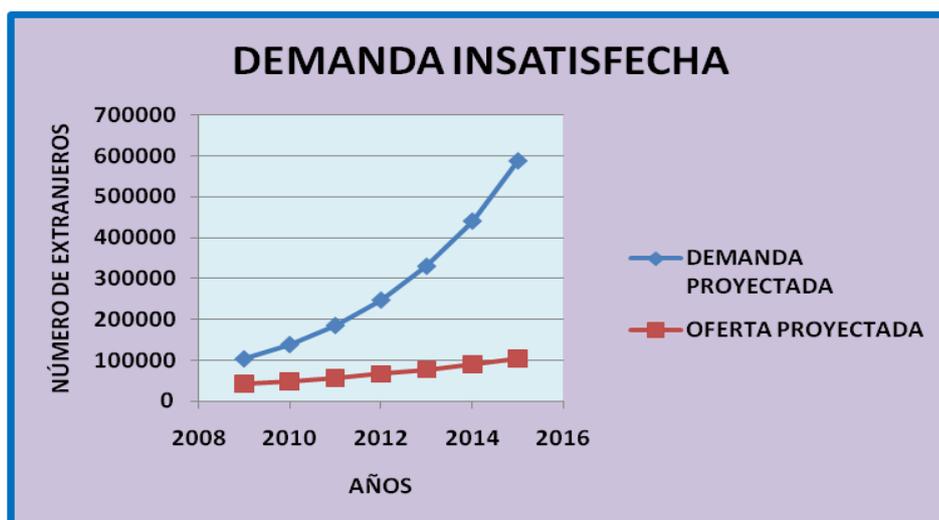
“Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en los cuales se hizo el cálculo”²²

Tabla N° 44: Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2009	104.458	42.000	62.458
2010	139.274	48.901	90.374
2011	185.695	56.935	128.760
2012	247.587	66.289	181.297
2013	330.107	77.181	252.927
2014	440.132	89.862	350.271
2015	586.828	104.626	482.202

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Gráfico N° 43: Demanda Insatisfecha



Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

²² BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw - Hill

1.8 Análisis de Precios

“Se considera el factor precio de un producto como el elemento más importante de la estrategia comercial, en la determinación de la rentabilidad del proyecto, ya que él será el que defina en último término el nivel de ingresos.”²³

El análisis del precio es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el servicio. Nunca se debe olvidar a qué tipo de mercado se orienta el producto; se debe conocer si lo que busca el consumidor es la calidad, sin importar mucho el precio o si el precio es una de las variables de decisión principales.

1.8.1 Precios históricos y actuales

Los precios de las clases de español en las Escuelas de Español han tenido una tendencia al alza en los últimos años, esto se ha dado por la inestabilidad económica existente en el país, a continuación la Tabla N°45 muestra la variación de precios dependiente de la inflación anual.

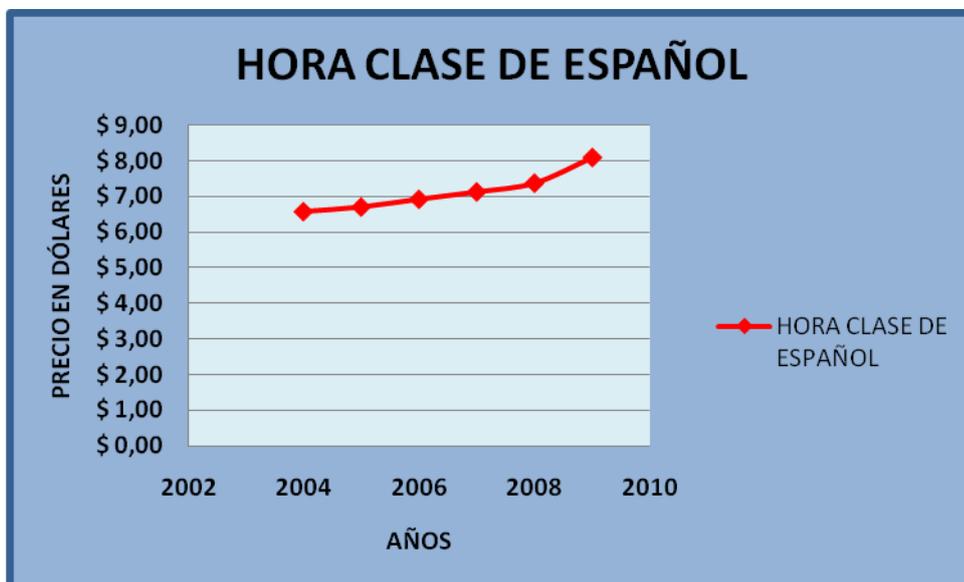
Tabla N° 45: Precios Históricos

PRECIOS HISTÓRICOS			
AÑO	INFLACIÓN ANUAL	HORA CLASE DE ESPAÑOL	NIVELES DE ESPAÑOL (20 Horas a la semana)
2004	1,90%	\$ 6,58	\$ 122,48
2005	3,14%	\$ 6,70	\$ 124,85
2006	2,87%	\$ 6,92	\$ 128,90
2007	3,32%	\$ 7,12	\$ 132,70
2008	8,83%	\$ 7,37	\$ 137,26
2009	3,50%	\$ 8,08	\$ 150,56

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

²³ SAPAG CAHIN, Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill, Cuarta Edición, Pág. #36

Gráfico N° 44: Precios Históricos



Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

El paso siguiente es seleccionar el método o procedimiento para fijar precios de una manera permanente. Son muchos los métodos o fórmulas empleadas para fijar precios, a continuación se tratarán los métodos más comunes.

- ✓ Fijación de precios con base en los costos.
- ✓ Fijación de precios con base en el análisis del punto de equilibrio.
- ✓ Fijación de precios con base en la demanda.
- ✓ Fijación de precios con base en la competencia.

Para el proyecto se aplicará el método de fijación de precios con base a la competencia porque los servicios son similares a los de la oferta existente y es en este punto donde el precio es la clave estratégica del mercado.

Tabla N° 46: Precios Actuales (2009)

PRECIOS ACTUALES		
CENTRO EDUCATIVO	HORA CLASE DE ESPAÑOL	NIVELES DE ESPAÑOL (20 Horas a la semana)
Andean Global Studies: AGS	\$ 10,00	\$ 185
Escuela de Español Atahualpa	\$ 12,00	\$ 240
La Lengua Spanish School	\$ 6,50	\$ 120
Instituto Superior de Español	\$ 6,50	\$ 130
Quito S.I. Spanish Institute-Centro Asociado Cervantes	\$ 9,75	\$ 170
Colonial Spanish School	\$ 6,50	\$ 120
Vida Verde	\$ 7,50	\$ 140
Bipo & Toni's Academia de Español	\$ 8,50	\$ 160
Simón Bolívar Spanish School	\$ 5,50	\$ 90
PROMEDIO	\$ 8	\$ 151

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

La Tabla N° 46 indica los precios de las principales Escuelas de Español que son consideradas como competencia directa de acuerdo al mercado actual. Se indica un promedio de \$8 la Hora Clase de Español y \$151 los diferentes Niveles de Español.

De acuerdo al análisis que se obtuvo de las principales Escuelas de Español, los precios de las que se encuentran ubicadas por el sector de la Mariscal varían desde \$5,50 a \$9,00 por cada hora de clase. Esto nos indica que para el presente proyecto es importante situarse en precios que comprendan el rango mencionado. Debido a que es una empresa nueva, en la fase de introducción al mercado se utilizará estrategia de precios bajos para atraer a clientes con un servicio de calidad pero a precios accesibles.

Los costos fijos, en la fase de introducción, principalmente se toma en cuenta las instalaciones y los profesores. El Centro Educativo contará con tres profesores para los horarios de la mañana y tarde, a cada uno se le pagará \$700 más beneficios; además se tomará en cuenta los gastos de los servicios básicos.

Una vez analizado los costos fijos y los precios de la competencia, el Centro Educativo establecerá sus precios en \$5,50 la hora de clase de español.

El Centro Educativo de Intercambio Cultural utilizará la estrategia de precios bajos con \$5,50 la hora clase de español y \$300 el nivel de 80 horas al mes.

1.8.2 Márgenes de Precios: estacionalidad, volumen, forma de pago.

Los márgenes de precios que se utilizarán para el desarrollo del presente proyecto son la estacionalidad, el volumen y la forma de pago.

➤ Estacionalidad

Según los datos otorgados por el Ministerio de Turismo, los meses de mayor llegada de extranjeros comprenden del período de Junio a Agosto. Esto se debe a que es temporada de vacaciones nórdica. Por esta razón se concluye que durante estos meses existe una estacionalidad y a los precios del Centro Educativo se aplicarán descuentos.

➤ Volumen

El Centro Educativo aplicará descuentos por número de estudiantes grupales. Si se inscriben en un grupo se aplicará de 5% a 15% de descuento dependiendo de la cantidad de estudiantes del grupo. Además se entregará sesiones gratis por grupo por cada cierto número de clases como por ejemplo por cada 20 horas de clase una sesión de 2 horas gratis.

➤ Forma de pago

En cuanto a la forma de pago que se aceptará en el Centro Educativo será con tarjetas de crédito y en efectivo. Además se otorgará un 5% de descuento si paga por adelantado.

CAPÍTULO 2

ESTUDIO TECNICO

“El estudio técnico se encarga de identificar el tamaño óptimo, la localización adecuada y el nivel de capacidad instalada que se requiere en general, para el normal desarrollo de las actividades de la nueva empresa.”²⁴

Una vez realizado el estudio de mercado, la siguiente parte del presente proyecto de inversión es el estudio técnico, el cual se sustenta en los diversos recursos para el funcionamiento del Centro Educativo.

Según el concepto indicado anteriormente, el objetivo del estudio técnico consiste en demostrar la forma óptima en que el Centro Educativo desarrollará sus actividades, racionalizando el uso de los diferentes factores de producción requeridos; esto es determinando las necesidades de capital, talento humano y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha, como para su posterior operación.

La importancia del Estudio Técnico del Centro Educativo de Intercambio Cultural para Extranjeros se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización, cuantitativa y cualitativa que optimice la utilización de los recursos disponibles en la producción del servicio del Centro Educativo. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha, como para la posterior operación del proyecto.

²⁴ MENESES EDILBERTO, Preparación y Evaluación de Proyectos, Pág. 75.

El estudio técnico para el presente proyecto de inversión debe considerar principalmente cuatro aspectos de información:

- ✓ El estudio de materias primas
- ✓ Localización general y específica del proyecto
- ✓ Dimensión o tamaño de la planta
- ✓ El estudio de ingeniería del proyecto

Estos subtemas deberán contar con los antecedentes correspondientes a la información cuantitativa y cualitativa que emanó el estudio de mercado con el propósito de contar con la profundidad y calidad de la información que se necesite para el análisis y la toma de decisión, concretamente referida a la continuidad o no del proyecto.

2.1 Tamaño del Proyecto

“El tamaño del proyecto está definido por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un periodo normal.

Esta capacidad se expresa en cantidad producida por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de producto elaboradas por ciclo de operación.”²⁵

De acuerdo a la definición de los párrafos anteriores, el objetivo de este punto consiste en determinar la capacidad física que deben tener las instalaciones del Centro Educativo para satisfacer las necesidades del mercado en cuanto a los alumnos que requerirán el servicio, así como la capacidad de la mano de obra requerida para cumplir con los horarios adecuados de los estudiantes ya sea para los diferentes niveles de español o las clases dictadas por horas.

²⁵ <http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r2583.DOC>

2.1.1 Factores determinantes del tamaño

Determinar y optimizar la capacidad del Centro Educativo es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño, la demanda, la disponibilidad de los insumos, la tecnología, los equipos y el financiamiento.

Son varios los factores que inciden en la decisión del tamaño. En general, los más determinantes son los siguientes:

Gráfico N° 45: Factores determinantes del tamaño



Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

2.1.1.1 El mercado

“El mercado es un conjunto de compradores, reales y potenciales; y vendedores de un determinado bien o servicio. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio.”²⁶

El mercado es el factor orientador más importante que condiciona el tamaño del presente proyecto y por ello, en su primera aproximación, el análisis de tamaño debe partir de la información de la demanda insatisfecha.

²⁶ Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz, Marketing, Décima Edición, Prentice Hall, Pág. 10.

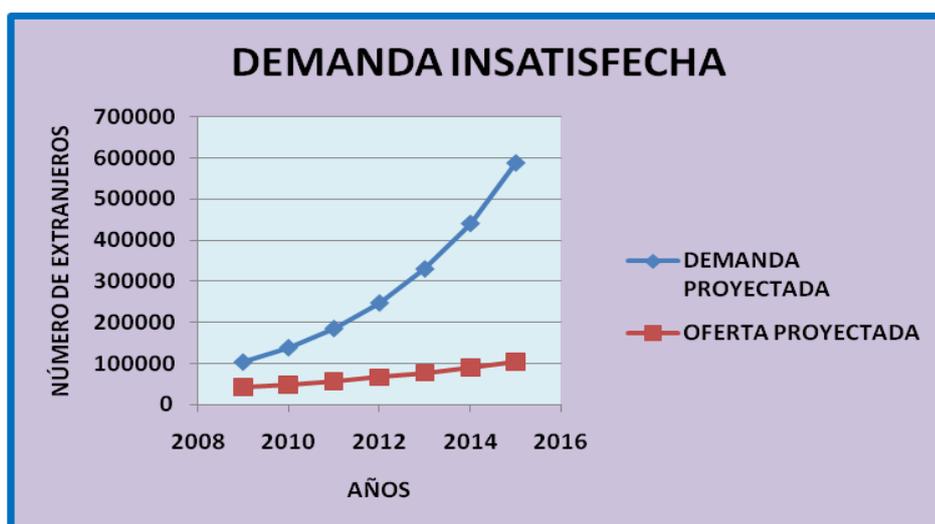
En el estudio de mercado realizado en el capítulo anterior, se detectó que existe una demanda insatisfecha para la creación de un Centro Educativo de Intercambio Cultural para extranjeros ubicado en la ciudad de Quito. Esta demanda insatisfecha se obtuvo del balance de la oferta y la demanda proyectada.

Tabla N°47: Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2009	104.458	42.000	62.458
2010	139.274	48.901	90.374
2011	185.695	56.935	128.760
2012	247.587	66.289	181.297
2013	330.107	77.181	252.927
2014	440.132	89.862	350.271
2015	586.828	104.626	482.202

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Gráfico N° 46: Demanda Insatisfecha



Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Como se observa en la tabla y el gráfico anterior, la demanda insatisfecha del servicio del Centro Educativo en el año 2010 es de 90.374 extranjeros. El presente proyecto pretende abarcar un 0,5% de la demanda insatisfecha que corresponde a 456 extranjeros durante el año 2010 que estudiarán en el Centro Educativo. Esto nos indica que el Centro Educativo tendrá en promedio una capacidad diaria de 19 alumnos en la mañana y 19 alumnos en la tarde. Para los siguientes años el presente proyecto abarcará 2% más cada año.

2.1.1.2 Disponibilidad de recursos financieros

“La organización y distribución de los recursos financieros destinados para cada actividad, es el ingrediente más efectivo para ejecutar todas y cada una de las actividades y tareas que componen el proceso administrativo.

La asignación de recursos financieros, previamente planeados por centro de gastos y costos, permitirá el uso racional de ellos y por lo tanto la obtención de los resultados esperados en la operación, así mismo la colocación de esos recursos en el sitio correcto y con los rendimientos favorables, darán cumplimiento a sus compromisos y obligaciones contraídas por la empresa.”²⁷

La disponibilidad de recursos financieros actúa generalmente como el factor restrictivo más importante. La exploración del volumen de recursos financieros posibles para el proyecto nos indica hasta dónde se podrá llegar en la búsqueda de alternativas de tamaño.

²⁷“El recurso humano y los recursos financieros” < <http://www.mailxmail.com/curso-principios-administrativos-estructura-organizacional/recurso-humano-recursos-financieros>>

Los recursos para cubrir las necesidades del proyecto que es de iniciativa privada pueden provenir de dos fuentes principales:

- ✓ Del capital social suscrito y pagado por los accionistas de la empresa.
- ✓ De los créditos que se pueden obtener de instituciones bancarias o financieras y de proveedores.

El capital inicial del presente proyecto se distribuye de la siguiente manera:



Fuente: ACCIONISTAS
Elaborado por: PRISCILA Chillagano

El proyecto que se desea implementar será financiado el 60% con recursos propios y el 40% restante mediante un crédito bancario.

2.1.1.3 Disponibilidad de Talento Humano

Después de determinar el tamaño óptimo para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con los recursos humanos necesarios para la operación y dirección.

El talento humano constituye un importante recurso en la operación del presente proyecto. Por tal motivo, es necesario identificar y cuantificar el tipo de personal que el proyecto requiere; así como determinar el costo en remuneraciones que implica.

El talento humano requerido es de alta calificación o especializado para la enseñanza del idioma español. Para el caso del presente proyecto existe disponibilidad de personal actual y potencial por lo que existe los recursos humanos para trabajar en el área de enseñanza.

Tabla N° 48: Disponibilidad de talento Humano

CANT.	CARGO	SUELDO	TOTAL SUELDO
1	Director	800	800
1	Administrador Financiero	500	500
1	Administrador de Sistemas	500	500
1	Jefe de Marketing	500	500
1	Secretaria Bilingüe	400	400
3	Profesores de Español	700	2100
1	Persona de Aseo y Limpieza	240	240
9	TOTAL	\$ 3.640	\$ 5.040

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

2.1.1.4 Disponibilidad de Tecnología de Información y Comunicaciones, materiales e insumos

El abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto vital en el desarrollo del presente proyecto. Muchas grandes empresas se han visto frenadas por la falta de este insumo. Para demostrar que este aspecto no es limitante para el tamaño del presente proyecto, se deberán listar todos los materiales e insumos con sus respectivos costos.

Para la adquisición de materiales del presente proyecto se considerarán los requerimientos de los estudiantes para su comodidad, seguridad y aprendizaje.

Entre los principales materiales e insumos tenemos los siguientes:

Tabla N° 49: Disponibilidad de TIC, materiales e insumos

DETALLE	CLASIFICACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	TOTAL SEGÚN CLASIFICACIÓN
Computadoras de oficina	TIC	6	\$ 600,00	\$ 3.600,00	Total TIC
Laptops para aulas	TIC	3	\$ 550,00	\$ 1.650,00	\$ 9.593,00
Radio Grabadora	TIC	3	\$ 100,00	\$ 300,00	
DVD Player	TIC	1	\$ 62,00	\$ 62,00	
Impresora - Escáner	TIC	1	\$ 135,00	\$ 135,00	
Teléfonos	TIC	2	\$ 48,00	\$ 96,00	
Televisión	TIC	1	\$ 600,00	\$ 600,00	
Fax	TIC	1	\$ 130,00	\$ 130,00	
Proyectores	TIC	4	\$ 755,00	\$ 3.020,00	
Libros	Insumo	6	\$ 25,00	\$ 150,00	
Videos	Insumo	10	\$ 8,00	\$ 80,00	\$ 406,00
Música	Insumo	10	\$ 8,00	\$ 80,00	
Carteles Didácticos Gramaticales	Insumo	7	\$ 3,00	\$ 21,00	
Material Impreso (Mapas, Cultura)	Insumo	5	\$ 15,00	\$ 75,00	
Pizarrón de Tiza Líquida	Material	4	\$ 70,00	\$ 280,00	Total Material
Cartelera	Material	2	\$ 30,00	\$ 60,00	\$ 4.830,00
Escritorios para oficinas	Material	5	\$ 150,00	\$ 750,00	
Escritorios para aulas	Material	3	\$ 60,00	\$ 180,00	
Archivadores	Material	3	\$ 80,00	\$ 240,00	
Mesas para estudiantes	Material	19	\$ 70,00	\$ 1.330,00	
Sillas para oficina	Material	6	\$ 30,00	\$ 180,00	
Sillas para estudiantes y profesores	Material	22	\$ 25,00	\$ 550,00	
Juego de Sala	Material	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Mesas para Computadoras	Material	1	\$ 35,00	\$ 35,00	
Cuadros decorativos para oficinas	Material	5	\$ 45,00	\$ 225,00	
TOTAL				\$ 14.829,00	\$ 14.829,00

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

2.1.2 Optimización del tamaño

“La solución óptima en cuanto a tamaño es aquella que dé lugar al resultado económico más favorable para el proyecto en conjunto. Es por eso que si se tiene distintas alternativas de tamaño para el proyecto, cada tamaño obliga a una formulación y evaluación completa del mismo, que permita conocer los indicadores que habrán de ayudar en la decisión final.”²⁸

²⁸“Tamaño de Proyecto” <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>

La determinación del tamaño debe basarse en consideración al número de estudiantes que se puedan llegar a alcanzar en este proyecto, como referencia se toma en cuenta las clases que se dictan por horas y por nivel, de esta manera podemos saber aproximadamente el nivel de ventas del servicio educativo y los futuros clientes que tendrá el presente proyecto.

2.1.3 Definición de las capacidades de producción

Después de realizar la Investigación de Mercados y analizar los datos se determinó la capacidad potencial promedio del Centro Educativo será para 19 estudiantes. Como se pudo observar en la investigación de campo el proyecto iniciará el 2010 con 456 extranjeros que estudien español al año; esto nos indica que el Centro Educativo tendrá en promedio una capacidad diaria de 19 alumnos los que se distribuirán en los horarios y las clases más apropiadas de acuerdo a sus necesidades.

2.2 Localización del Proyecto

“El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuye a minimizar los costos de inversión y los gastos.”²⁹

“La decisión acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e incluso de preferencias emocionales. Con todos ellos, sin embargo, se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto.”³⁰

²⁹ <http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r2581.DOC>

³⁰ SAPAG Y SAPAG Preparación y Evaluación de Proyectos”, McGRAW HILL cuarta edición, 2000

La ubicación del proyecto se da por criterios de ubicación, sectores económicos, servicios básicos, servicios de transporte, los mismos que permitirán mantener una rentabilidad.

2.2.1 Macrolocalización

La macrolocalización tiene por objeto determinar el lugar ya sea país, provincia, cantón, ciudad en la que el proyecto tendrá influencia en el medio.

El Centro Educativo de Intercambio Cultural para Extranjeros estará localizado en la Provincia de Pichincha, cantón Quito, específicamente al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.



2.2.2 Microlocalización

“La microlocalización es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.”³¹

Esta busca seleccionar el instalación óptima del proyecto, básicamente se describe las características de los terrenos, infraestructura y medio ambiente, leyes y reglamentos imperantes y dirección del emplazamiento.

A continuación se detallan los posibles lugares en donde va a funcionar el proyecto.

Zona 1:

Como primera alternativa, el presente proyecto se ubicará en la Zona Norte de Quito en el barrio La Mariscal, calles Luis Cordero y Reina Victoria, porque el mercado meta se concentra en esta zona que se caracteriza por tener una fluencia de turistas, además este sector cuenta con todos los servicios básicos necesarios para el funcionamiento del Centro Educativo de Intercambio Cultural.

Zona 2:

Como segunda alternativa, el presente proyecto se ubicará en la Zona Norte de Quito en el barrio La Mariscal, calles Juan león Mera y Jerónimo Carrión.

³¹ Elementos básicos de un proyecto de inversión. <http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/elementos-de-un-proyecto-de-inversion.htm>

2.2.2.1 Criterios de selección de alternativas

Para efecto de este estudio se debe tomar en cuenta ciertos factores los cuales se evaluarán de acuerdo al grado de importancia. Esta evaluación ayudará a seleccionar el lugar óptimo en el cual el proyecto debe localizarse. Estos factores son:

➤ Lugar físico

Para la implantación del presente proyecto se requiere un local amplio para adecuar las diferentes aulas, salas de recreación, bar y una oficina.

➤ Frecuencia de Tráfico

Por las zonas transitan la mayor parte de transporte terrestres tales como automóviles, taxis y buses; el tráfico aumenta en las horas pico en las principales calles como son la av. Amazonas y Juan León Mera no así en las calles donde se ubicaría el Centro Educativo que no existe mucho tráfico vehicular.

➤ Cercanía al Mercado

El Centro Educativo estará ubicado en un sector donde existe gran afluencia de extranjeros, los cuales puedan movilizarse sin problema alguno para asistir a las clases de español. Además se ubicaría en la zona comercial y turística en cuanto a los lugares de diversión.

➤ Disponibilidad de servicios básicos

La zona de la Mariscal es una zona urbanizada y comercial que en la actualidad es muy conocida tanto por los quiteños como por los turistas la

cual cuenta con todos los servicios básicos necesarios: luz eléctrica, agua potable, teléfono, transporte, alcantarillado; los mismos que son de importancia para satisfacer las necesidades de los consumidores y alcanzar los objetivos deseados del proyecto.

➤ **Factores Ambientales**

El Centro Educativo se desarrollará en el sector urbano de la ciudad de Quito, las instalaciones ya se encuentran construidas por lo que únicamente se realizarían ciertas adecuaciones para el funcionamiento como ajustes para la sala de juegos, aulas y decoración. Por lo tanto al ser considerado el negocio como un servicio no provocaría un mayor impacto ambiental.

2.2.2.2 Matriz de Localización

“Existe el método cualitativo por puntos, para determinar la localización más apropiada de un proyecto. Este método consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de aspectos que se consideran relevantes para la localización. Esto deriva en una comparación cuantitativa de diferentes sitios.”³²

Para el desarrollo del proyecto se tomó en cuenta dos lugares para la posible ubicación del Centro Educativo de Intercambio Cultural. La ubicación 1 se encuentra en la Calle Luis Cordero y Reina Victoria; la ubicación 2 se encuentra en las calles Juan león Mera y Jerónimo Carrión.

³² Econ. MENESES ALVAREZ, Edilberto, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, tercera edición, impreso en Quito. Ecuador, 2001

Para definir la localización, se realizará el método cuantitativo utilizando puntos, este método consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados de pesos relativos, de acuerdo con la importancia que se le atribuyen.

Tabla N° 50: Matriz de Localización

MATRIZ DE LOCALIZACIÓN					
CALIFICACIÓN DEL 1 AL 10					
FACTOR RELEVANTE	PESO	CALLE JUAN LEÓN MERA		CALLE LUIS CORDERO	
		CALIFICACIÓN	TOTAL	CALIFICACIÓN	TOTAL
MERCADO	0,5	9	4,5	10	5
TALENTO HUMANO	0,2	9	1,8	8	1,6
INSUMOS	0,1	9	0,9	8	0,8
INFRAESTRUCTURA	0,1	9	0,9	10	1
DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS	0,1	10	1	10	1
TOTAL	1		9,1		9,4

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

2.2.2.3 Selección de la Alternativa Optima

En base a la información proporcionada por el cuadro anterior, se determinó que el lugar más conveniente para localizar el presente proyecto es en el Distrito Metropolitano de Quito, en las calles Luis Cordero y Reina Victoria pues posee la más alta ponderación y todos los servicios requeridos.

La mayor puntuación se tomó a mercados ya que se ubica en un lugar conocido por los turistas en la zona comercial y de diversión.

2.2.2.4 Plano de la Microlocalización

El Centro Educativo de Intercambio Cultural para Extranjeros se encontrará ubicado en las calles Luis Cordero y Reina Victoria como se puede observar en el plano.

Gráfico N° 47: Plano de la Microlocalización



Fuente: GOOGLMAP
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

2.3 Ingeniería del Proyecto

“El objetivo general del estudio de ingeniería de proyecto es resolver todos lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva.”³³

2.3.1 Cadena de valor

Según Porter “el valor es la suma de los beneficios percibidos que el cliente recibe menos los costos percibidos por un producto o servicio. La cadena de valor es un análisis de la actividad empresarial mediante la cual descompone a una empresa en sus partes constitutivas, buscando ventajas competitivas en actividades que generan el valor. Se consigue una ventaja competitiva cuando la empresa desarrolla e integra actividades de la cadena de valor de forma menos costosa y mejor diferenciada que sus rivales. Por lo tanto la cadena de valor está conformada por las actividades que generan valor y por los márgenes que estas aportan.”³⁴

La cadena de valor que aplicará el Centro Educativo de Intercambio Cultural se explica a continuación:



Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA Chillagano

³³ BACA URBINA, GABRIEL, Evaluación de Proyectos, IV edición, McGraw - Hill, pag 895.

³⁴ “Cadena de Valor” <http://www.12manage.com/methods_porter_value_chain_es.html>

GESTIÓN DIRECTIVA

- ✓ Planificación
- ✓ Organización
- ✓ Dirección
- ✓ Control

ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

- ✓ Logística
- ✓ Contabilidad
- ✓ Presupuestos
- ✓ Tesorería

SISTEMAS

- ✓ Organización del sistema operativo
- ✓ Control y optimización del rendimiento

ADMISIONES

- ✓ Admisión
- ✓ Inscripción
- ✓ Ubicación y distribución

CAPACITACIÓN E INSTRUCCIÓN

- ✓ Docencia
- ✓ Planificación
- ✓ Organización

MARKETING

- ✓ Publicidad
- ✓ Promoción
- ✓ Relación con proveedores
- ✓ Seguimiento postventas

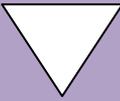
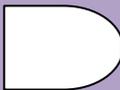
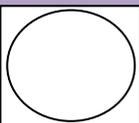
2.3.2 Flujograma del proceso

“Es la representación gráfica de hechos, situaciones, movimientos, relaciones o fenómenos de todo tipo por medio de símbolos que clarifican la interrelación entre diferentes factores y/o unidades administrativas, así como la relación causa-efecto que prevalece entre ellos”³⁵

Los símbolos a utilizarse en el diagrama de flujo de las actividades principales para brindar el servicio de educación, son los siguientes:

³⁵ Enrique Benjamín Franklin, Organización de Empresas, Análisis, diseño y estructura, Editorial Mc Graw Hill.

Simbología Internacional para Operaciones³⁶

	INSPECCIÓN	Indica que se verifica la calidad y/o cantidad del producto o servicio.
	TRANSPORTE O DESPLAZAMIENTO	Indica el movimiento de los empleados, material y equipo de un lugar a otro.
	ALMACENAMIENTO PERMANENTE	Indica el depósito de un documento o información dentro de un archivo, o de un objeto cualquiera en un almacén.
	OPERACIÓN	Indica las principales fases del proceso, método o procedimiento.
	DEPÓSITO PROVISIONAL O ESPERA	Indica demora en el desarrollo de los hechos o actividades.
	DOCUMENTO	Representa cualquier tipo de documento que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	OPERACIÓN COMBINADA	Ocurre cuando se efectúa simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

Fuente: Econ. MENESES ALVAREZ, Edilberto, "Preparación y Evaluación de Proyectos"
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

El diagrama de proceso es una forma gráfica de presentar las actividades involucradas en la elaboración de un bien y/o servicio terminado.

A continuación se presenta los diagramas de flujo de los procesos: Gestión Directiva, Administración y Finanzas, Sistemas, Admisiones, Capacitación e instrucción y Marketing que realizará el Centro Educativo.

³⁶ Econ. MENESES ALVAREZ, Edilberto, "Preparación y Evaluación de Proyectos", tercera edición, impreso en Quito, Ecuador, 2001

Tabla N° 51: Proceso de Gestión Directiva

FLUJOGRAMA DE PROCESOS									
CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS									
PROCESO DE GESTIÓN DIRECTIVA									
SUBPROCESO	ACTIVIDAD	SÍMBOLOS					TIEMPO		RESPONSABLE
								MIN	
PLANIFICACIÓN	Diseñar y formular planes, programas y proyectos.				X			1	Director
	Formular presupuestos de inversiones y gastos.				X			1	Director
	Diseñar políticas, lineamientos y más normativas institucionales.				X			1	Director
	Evaluar y controlar lo planificado con lo ejecutado.	X						30	Director
	Reformular los planes y proyectos de acuerdo al mercado.				X			30	Director
ORGANIZACIÓN	Diseñar y formular un plan de desarrollo del talento humano.				X			1	Director
	Verificar la puesta en marcha del plan de desarrollo del talento humano.	X			X			20	Director
	Evaluar la cultura organizacional del instituto.	X						30	Director
	Reformular el plan de desarrollo del talento humano.				X			30	Director
DIRECCIÓN	Diseñar y dirigir las actividades del Centro Educativo mediante la comunicación, liderazgo y motivación de Personal				X			1	Director
	Verificar el cumplimiento de las actividades	X			X			30	Director
	Reformular las actividades de acuerdo a las necesidades del Centro.				X			40	Director
CONTROL	Diseñar y definir los estándares para medir el desempeño				X			45	Director
	Corregir desviaciones y garantizar que se realice la planeación	X			X			30	Director

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
 Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Tabla N° 52: Proceso de Administración y Finanzas

FLUJOGRAMA DE PROCESOS										
CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS										
PROCESO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS										
SUBPROCESO	ACTIVIDAD	SÍMBOLOS					TIEMPO		RESPONSABLE	
								MIN		HORAS
LOGÍSTICA	Planificar un plan de compra de insumos y materiales de acuerdo a la rotación de los mismos.				x			40		Secretaria
	Diseñar y formular una base de datos de mis clientes potenciales.				x			45		Administrador Financiero
	Evaluar la cartera de proveedores considerando la variedad de los servicios e insumos, sus precios, rotación y calidad	x			x			45		Administrador Financiero
	Reformular la cartera de proveedores de acuerdo a las necesidades del Centro.				x			45		Administrador Financiero
CONTABILIDAD	Registrar, clasificar y resumir en términos monetarios las transacciones que realiza el centro educativo.				x			30		Administrador Financiero
	Formular y analizar los estados financieros				x		x		2	Administrador Financiero
	Formular e implementar acciones correctivas que se generen del análisis financiero.				x			40		Director y Administrador Financiero
PRESUPUESTOS	Diseñar y elaborar presupuestos de inversiones y gastos para la realización de actividades académicas				x			40		Administrador Financiero
	Evaluar y controlar lo planificado con lo ejecutado.	x			x			30		Administrador Financiero
	Reformular los presupuestos de inversiones y gastos de acuerdo a las necesidades del Centro Educativo.				x			40		Administrador Financiero
TESORERÍA	Definir los pagos y cobros				x			30		Administrador Financiero
	Realizar análisis financieros de acuerdo a los estados financieros				x		x		1	Director y Administrador Financiero
	Evaluar y replantear los estados financieros	x			x		x		1	Director y Administrador Financiero

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Tabla N° 53: Proceso de Sistemas

FLUJOGRAMA DE PROCESOS										
CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS										
PROCESO DE SISTEMAS										
SUBPROCESO	ACTIVIDAD	SÍMBOLOS						TIEMPO		RESPONSABLE
								MIN	HORAS	
ORGANIZACIÓN DEL SISTEMA OPERATIVO	Diseñar y formular procesos informáticos para el Centro Educativo.				X				2	Administrador de Sistemas
	Difundir los procesos informáticos en las diferentes áreas de la empresa.				X				1	Administrador de Sistemas
	Evaluar los procesos informáticos a fin de establecer una buena organización del Centro Educativo	X			X			40		Administrador de Sistemas
	Reformular los procesos infromáticos.				X			45		Administrador de Sistemas
CONTROL Y OPTIMIZACIÓN DEL RENDIMIENTO	Diseñar planes de rendimiento para los diferentes procesos				X				1	Administrador de Sistemas
	Evaluar el rendimiento de los procesos	X			X			30		Administrador de Sistemas
	Reformular los planes de rendimiento para mejorar los procesos informáticos.				X			40		Administrador de Sistemas

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
 Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Tabla N° 54: Proceso de Admisiones

FLUJOGRAMA DE PROCESOS										
CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS										
PROCESO DE ADMISIONES										
SUBPROCESO	ACTIVIDAD	SÍMBOLOS						TIEMPO		RESPONSABLE
								MIN	HORAS	
ADMISIÓN	Planificar y alinear las estrategias de admisión con los objetivos institucionales y los objetivos del proyecto.				X				1	Secretaria
	Diseñar y aplicar las estrategias de admisión.				X			40		Secretaria
	Evaluar y replantear las estrategias de admisión tomando en cuenta la demanda existente.	X			X				1	Secretaria
INSCRIPCIÓN	Diseñar y formular los requisitos de inscripción.				X			30		Secretaria
	Evaluar y replantear los requisitos de inscripción.	X			X			40		Secretaria
UBICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN	Planificar y coordinar la ubicación y distribución de estudiantes				X			30		Secretaria
	Evaluar la ubicación y distribución de estudiantes de acuerdo a las exigencias del mercado.				X			30		Secretaria
	Reubicar de acuerdo a la evaluación.				X			30		Secretaria

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
 Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Tabla N° 55: Proceso de Capacitación e Instrucción

FLUJOGRAMA DE PROCESOS										
CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS										
PROCESO DE CAPACITACIÓN E INSTRUCCIÓN										
SUBPROCESO	ACTIVIDAD	SÍMBOLOS						TIEMPO		RESPONSABLE
		□	→	▽	○	◐	◑	MIN	HORAS	
ATENCIÓN Y ENSEÑANZA	Planificar y realizar la programación académica				X				2	Profesores
	Diseñar y aplicar planes curriculares y extracurriculares.				X				1	Profesores
	Evaluar y replantear la programación académica y planes académicos.	X			X			40		Profesores
PLANIFICACIÓN	Diseñar y aplicar estrategias de programas de enseñanza				X			40		Profesores
	Realizar programas de enseñanza cultural				X			30		Profesores
	Evaluar las estrategias y programas de enseñanza	X			X			30		Profesores
	Replantear las estrategias y programas de enseñanza de acuerdo a las exigencias del mercado.				X				1	Profesores
ORGANIZACIÓN	Planificar y diseñar estrategias de aprendizaje dinámicos.				X			30		Profesores
	Evaluar las estrategias de aprendizaje	X			X			30		Profesores
	Replantear las estrategias de aprendizaje dinámicas de acuerdo a las necesidades del cliente.				X			30		Profesores

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Tabla N° 56: Proceso de Marketing

FLUJOGRAMA DE PROCESOS									
CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS									
PROCESO DE MARKETING									
SUBPROCESO	ACTIVIDAD	SÍMBOLOS					TIEMPO		RESPONSABLE
		□	→	▽	○	◐	◑	MIN	
PUBLICIDAD	Diseñar y formular el Plan de Medios				X			2	Jefe de Marketing
	Difundir el Plan de Medios a nivel interno y externo con el fin de posicionar a la empresa en el mercado				X		30		Jefe de Marketing
	Evaluar el Plan de Medios a fin de establecer el impacto del mismo en el mercado	X			X		30		Director
	Realizar un Estudio de Mercado de manera que permita replantear las estrategias de mercado				X			1	Jefe de Marketing
PROMOCIÓN	Planificar y alinear las estrategias de promoción con los objetivos institucionales y los objetivos del proyecto.				X			3	Jefe de Marketing
	Diseñar y aplicar las estrategias considerando el segmento de mercado al cual se va a dirigir				X			1	Jefe de Marketing
	Evaluar y replantear las estrategias de promoción tomando en cuenta la demanda existente.	X			X		30		Director
RELACIÓN CON PROVEEDORES	Diseñar y formular políticas de negociación con los proveedores				X			1	Jefe de Marketing
	Diseñar y formular estrategias de negociación				X			1	Jefe de Marketing
	Evaluar y replantear las estrategias de negociación para cumplir con las políticas planteadas	X			X		30		Director
SEGUIMIENTO POSTVENTA	Planificar y coordinar el seguimiento del cliente				X		20		Jefe de Marketing
	Evaluar y replantear las estrategias para mantener e incrementar la cartera de clientes	X			X		20		Director

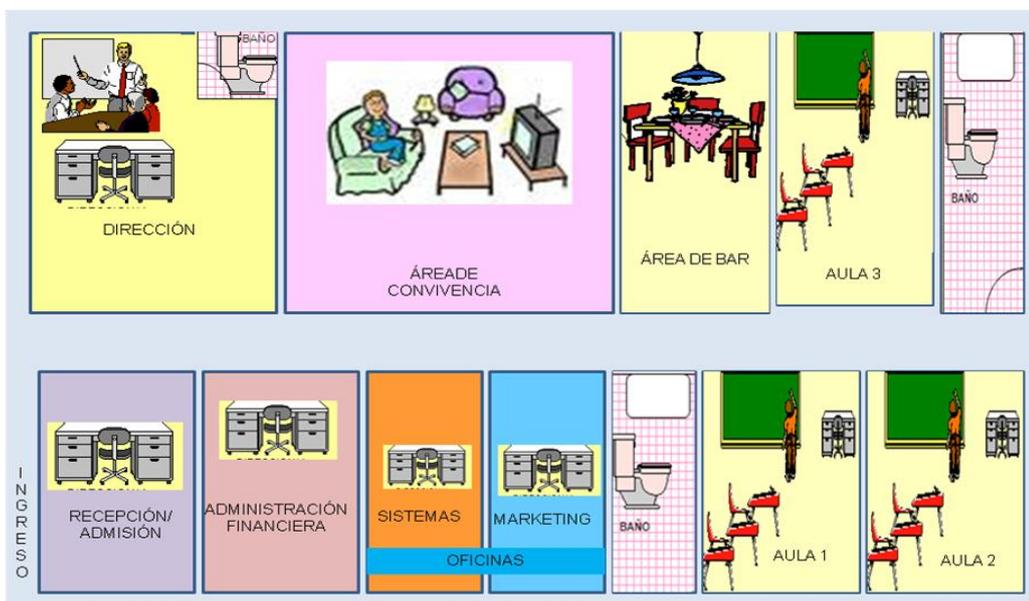
Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

2.3.3 Distribución del Centro Educativo

El Centro Educativo de Intercambio Cultura estará establecido en un piso, a continuación se detalla la distribución de las áreas requeridas:

- ✓ **Dirección:** en este lugar se ubicará la oficina del Director quien estará encargado de la organización del Centro Educativo.
- ✓ **Administración Financiera:** se ubicará el Administrador Financiero.
- ✓ **Oficinas:** de Marketing y Sistemas
- ✓ **Área de Recepción:** en este lugar se ubicará la oficina de la secretaria.
- ✓ **Aulas:** Las aulas se encontraran organizadas para cada nivel de aprendizaje, es decir una para nivel básico, intermedio y avanzado.
- ✓ **Área de Convivencia:** donde los estudiantes podrán realizar actividades grupales de integración y juegos recreativos sobre el idioma español y la cultura. Esta área será utilizada para el esparcimiento de los estudiantes.
- ✓ **Área del Bar:** Se proporcionará diferentes alimentos para que los estudiantes puedan realizar conversación sobre temas alimenticios.

Gráfico N° 48: Distribución del Centro Educativo



Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

2.3.4 Requerimiento de TIC y materias primas/materiales directos

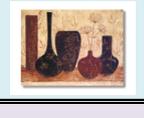
Para la adquisición de materiales del presente proyecto se considerará los requerimientos de los estudiantes para su comodidad, seguridad y aprendizaje.

Tabla N° 57: Requerimiento TIC

Requerimiento de TIC					
CANT.	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	FOTO
6	Computadoras de oficina	Intel Dual Core, Procesador 2.5 Dual Core, memoria 2GB, Sonido, Video, red, 4 puertos USB, case ATX, teclado multimedia, mouse óptico, parlantes, DVD writer, monitor 17"	\$ 600,00	\$ 3.600,00	
3	Laptops para aulas	Netbook ACER, disco duro de 160GB, Memoria RAM 1GB, Cámara Web, Pantalla 11 pulgadas	\$ 550,00	\$ 1.650,00	
3	Radio Grabadora	Radio Grabadora Sony CFD-E90	\$ 100,00	\$ 300,00	
1	DVD Player	DVD LG DV487	\$ 62,00	\$ 62,00	
1	Impresora - Escáner	Multifunción Color Canon Pixma MP 190 + Sistema De Tinta Continua	\$ 135,00	\$ 135,00	
2	Teléfonos	2.4 GHZ MODELO UNIDEN EXAI4580, Panasonic	\$ 48,00	\$ 96,00	
1	Televisión	Lcd 22 Hi Definition	\$ 600,00	\$ 600,00	
1	Fax	Panasonic con altavoz y call ID Papel Normal Modelo KX-FP205	\$ 130,00	\$ 130,00	
4	Proyectores	Proyector LG DS325 2500 LUMENS	\$ 755,00	\$ 3.020,00	
TOTAL				\$ 9.593	

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Tabla N° 58: Requerimiento de muebles y enseres

Requerimiento de Muebles y Enseres					
CANT.	DESCRIPCIÓN	CARACTERÍSTICAS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	FOTO
4	Pizarrón de Tiza Líquida	Pizarrón De Tiza Líquida 240 X 120 Cm	\$ 70,00	\$ 280,00	
2	Cartelera	Cartelera De Corcho De 90 X 60 Cm	\$ 30,00	\$ 60,00	
5	Escritorios para oficinas	Tableros en melaminico, Cajonera de 3 gavetas (2 cajones y 1 archivador), pedestal o pata metalica muy resistente, porta teclado corredizo con estructura metalica y tablero de melaminico, pasa cables plástico	\$ 150,00	\$ 750,00	
3	Escritorios para aulas	Escritorios básicos	\$ 60,00	\$ 180,00	
3	Archivadores	Archivador aéreo y archivador tipo credenza en melamínico	\$ 80,00	\$ 240,00	
19	Mesas para estudiantes	Tableros en melamínico de 50 cm x 40 cm	\$ 70,00	\$ 1.330,00	
6	Sillas para oficina	Giratorias y cómodas	\$ 30,00	\$ 180,00	
22	Sillas para estudiantes y profesores	Sillas de madera	\$ 25,00	\$ 550,00	
1	Juego de Sala	Para ocho personas	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
1	Mesa para Computadora	Dimensiones: 68 x 70 x 125cm	\$ 35,00	\$ 35,00	
5	Cuadros decorativos para oficinas	Dimensiones: 30 x 40cm	\$ 45,00	\$ 225,00	
TOTAL				\$ 4.830	

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

2.3.5 Requerimiento de talento humano

Para la prestación de servicio de enseñanza del idioma español, se contará con personal especializado y capacitado como profesores de idiomas que estarán en contacto directo con los estudiantes extranjeros y serán el área operativa para el funcionamiento del Centro Educativo.

Tabla N° 59: Requerimiento de talento humano

NÓMINA DE PERSONAL											
CARGO	# EMPLEADOS	SUELDO	SUELDO BÁSICO ANUAL	DÉCIMO TERCER SUELDO	DÉCIMO CUARTO SUELDO	APORTE AL IESS (PERSONAL)	TOTAL INGRESOS ANUAL	VACACIONES	APORTE AL IESS (PATRONAL)	FONDOS DE RESERVA	COSTO ANUAL
Director	1	800	9600	800	218	897,60	9720,40	400	1166,40	-	11286,80
Administrador Financiero	1	500	6000	500	218	561,00	6157,00	250	729,00	-	7136,00
Administrador de Sistemas	1	500	6000	500	218	561,00	6157,00	250	729,00	-	7136,00
Jefe de Marketing	1	500	6000	500	218	561,00	6157,00	250	729,00	-	7136,00
Secretaria Bilingüe	1	400	4800	400	218	448,80	4969,20	200	583,20	-	5752,40
Profesores de Español	3	700	8400	700	218	785,40	8532,60	350	1020,60	-	29709,60
Persona de Aseo y Limpieza	1	240	2880	240	218	269,28	3068,72	120	349,92	-	3538,64
TOTAL COSTO TALENTO HUMANO											\$ 71.695,44

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

2.3.6 Requerimiento anual de materiales, insumos y servicios

El Centro Educativo necesitará de servicios básicos como energía eléctrica, agua potable, servicio telefónico e internet y pagar un arriendo mensual para su funcionamiento.

Tabla N° 60: Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	Kwh	\$ 120	\$ 1.440
Agua Potable	m3	\$ 40	\$ 480
Servicio Telefónico e Internet	min	\$ 100	\$ 1.200
Arriendo	Mensual	\$ 600	\$ 7.200
TOTAL		\$ 860	\$ 10.320

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Tabla N° 61: Materiales e insumos

MATERIALES E INSUMOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Libros	6	\$ 25	\$ 150
Videos	10	\$ 8	\$ 80
Música	10	\$ 8	\$ 80
Carteles Didácticos Gramaticales	7	\$ 3	\$ 21
Material Impreso (Mapas, Cultura)	5	\$ 15	\$ 75
TOTAL			\$ 406

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Tabla N° 62: Suministros

SUMINISTROS	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Suministros de Oficina	Mensual	\$ 30	\$ 360
Suministros de Aseo y Limpieza	Mensual	\$ 25	\$ 300
TOTAL		\$ 55	\$ 660

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Tabla N° 63: Costo del Estudio

COSTO DEL ESTUDIO	
RUBRO	VALOR TOTAL \$
Dirección de proyecto	\$ 1.050
Impresiones	\$ 150
TOTAL COSTO DEL ESTUDIO	\$ 1.200,00

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Tabla N° 64: Gastos de constitución y puesta en marcha

GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA	
RUBRO	VALOR TOTAL \$
Honorarios abogado	\$ 2.000
Puesta en marcha	\$ 200
TOTAL COSTO DEL ESTUDIO	\$ 2.200,00

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Tabla N° 65: Adecuaciones

ADECUACIONES	
RUBRO	VALOR TOTAL \$
Adecuaciones aulas	\$ 1.000
Adecuaciones oficinas	\$ 1.000
TOTAL COSTO DEL ESTUDIO	\$ 2.000,00

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

2.3.7 Determinación de las inversiones

Para la determinar la inversión para la puesta en marcha del Centro Educativo debemos sumar todos los requerimientos que se tomaron en cuenta en los puntos anteriores y estos son:

Tabla N° 66: Determinación de las inversiones

DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN	
RUBRO	VALOR TOTAL \$
Tecnología de Información y Comunicaciones	\$ 9.593
Muebles y enseres	\$ 4.830
Costo del estudio	\$ 1.200
Gastos de constitución y puesta en marcha	\$ 2.200
Adecuaciones Aulas y Oficinas	\$ 2.000
Capital de Trabajo	\$ 3.437
TOTAL COSTO INVERSIÓN	\$ 23.260,00

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Para poner en marcha el proyecto se va a necesitar la suma de \$23.260. Dicha cantidad incluye los equipos TIC, los muebles y enseres, costos del estudio, gastos de constitución y puesta en marcha, adecuaciones de aulas y oficinas y capital de trabajo.

2.3.8 Calendario de Ejecución del proyecto

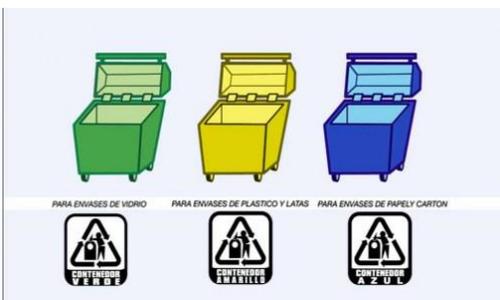
ACTIVIDAD	MES									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	SEPT	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
Elaboración y aprobación del proyecto	■	■	■	■	■	■				
Constitución de la empresa						■	■			
Negociación del financiamiento						■	■			
Adecuaciones								■	■	
Adquisiciones de maquinaria y equipo									■	■
Adquisiciones de muebles y materiales									■	■
Reclutamiento, selección del personal									■	■
Inicio de operaciones										■

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
 Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

2.4 Estudio de impacto ambiental

El impacto ambiental que va a generar el proyecto es casi nulo debido a que el Centro Educativo no es una industria que cuente con maquinaria contaminante al medio ambiente, materiales o desechos tóxicos. A la comunidad tampoco se la perjudicaría ya que no existen ruidos o contaminación que les afecte.

Sin embargo, cabe mencionar que el Centro Educativo tomará en cuenta la responsabilidad social en cuanto a los sonidos y desechos orgánicos que pueda provocar en la puesta en marcha y posterior funcionamiento del mismo.



En consecuencia se ubicará y se clasificará los desechos en depósitos de diferentes colores. El verde oscuro para desechos orgánicos, el azul para envases de papel y cartón, el amarillo para envases de plástico y latas, el verde claro para envases de vidrios.

CAPÍTULO 3

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

Este capítulo consiste en el estudio de la parte ejecutiva de la empresa que comprende la organización, los procedimientos administrativos y los aspectos legales a los que debe dar cumplimiento.

3.1 Base legal

Dentro de la base legal se definirán todos los pasos para determinar que una empresa está legalmente constituida.

3.1.1 Constitución de la empresa

La empresa se constituirá bajo la categoría de compañía de responsabilidad limitada, debido a que en sus inicios la empresa contará con tres socios que responderán hasta el monto de sus aportaciones, conforme lo establece la Superintendencia de Compañías, que al respecto en su parte fundamental señala:

Constitución: Compañía de Responsabilidad Limitada

Requisitos

“El nombre: Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como “comercial”, “industrial”, “agrícola”, “constructora”, etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar.

Solicitud de aprobación: La compañía de responsabilidad limitada se constituye oficialmente luego de obtener la aprobación de las escrituras de constitución por parte de la Superintendencia de Compañías y la publicación sub-secuente de un anuncio al respecto en el periódico local de mayor circulación.

Número mínimo y máximo de socios: La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura.

La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Capital Mínimo: Su capital inicial debe ser mínimo de US \$ 400, dividido en participaciones de US \$ 1,00 ó en múltiplos de US \$ 1,00. Por lo menos el 50% de su capital debe ser pagado a su formación, y la diferencia en el transcurso del año siguiente.

El objeto social: Todo depende del sector donde estará dirigida la actividad de la empresa, puede ser: cámara de la construcción, cámara de minería, cámara de agricultura, cámara de industriales o de la pequeña industria, cámara de turismo, cámara de acuicultura, cámara de comercio, cámara ecuatoriana del libro.

De las personas que pueden asociarse: Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

No obstante las amplias facultades que esta Ley concede a las personas para constituir compañías de responsabilidad limitada, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges”.³⁷.

3.1.2 Tipo de empresa (sector/actividad, CIU)

Según qué aspecto se tome en cuenta se puede clasificar a las empresas de la siguiente manera.

Según la actividad económica que desarrolla:

- **Del sector primario:** son las que crean la utilidad de los bienes al obtener los recursos de la naturaleza (agrícolas, ganaderas, pesqueras, mineras, otras).
- **Del sector secundario:** son las que centra su actividad productiva al transformar físicamente bienes en otros más útiles para su uso. En este grupo se encuentran las empresas industriales y de construcción.
- **Del sector terciario o de servicios:** realizan actividades de diversa naturaleza, como comerciales, transporte, turismo, asesoría, entre otros.

³⁷ Superintendencia de Compañías. Instructivo Societario. <www.supercias.gov.ec>

Según la actividad empresarial:

- **“Comercial:** Se dedica fundamentalmente a la compraventa de un producto determinado.
- **Industrial:** Toda empresa de producción, que ofrezca un producto final o intermedio.
- **Servicios:** Aquellas empresas que ofrecen un producto intangible al consumidor”³⁸.

Tomando en cuenta las clasificaciones de las empresas antes descritas, el Centro Educativo se enmarca dentro del sector terciario y Según la Clasificación Industrial Internacional Unificada (CIIU) la actividad de la nueva empresa pertenece al Sector enseñanza teniendo como Subsector a educación de adultos y otros tipos de enseñanza.

Tabla N° 67: Tipo de empresa

TIPO DE EMPRESA	
ACTIVIDAD ECONOMICA	Sector Terciario
ACTIVIDAD EMPRESARIAL	Servicios
ACTIVIDAD	Educación de adultos y otros tipos de enseñanza

Fuente: CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL UNIFICADA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

³⁸ ALCARAZ, Rafael, El emprendedor de éxito, Editorial Mc Graw Hill, México.

3.1.3 Razón social, logotipo, slogan

➤ Razón Social

El nombre escogido para el Centro Educativo de Intercambio Cultural para Extranjeros es:

CEDIC SPANISH SCHOOL

Este nombre se ha tomado de las siglas de Centro Educativo de Intercambio Cultural (CEDIC) acompañado de Spanish School para dar a conocer a los extranjeros que es un instituto de idiomas.

➤ Logotipo



➤ Slogan

Breaking Barriers

3.2 Base Filosófica de la Empresa

La filosofía de la organización representa la forma de pensar oficial y el camino a seguir por la empresa. La filosofía empresarial está basada en la misión, visión, valor, objetivos estratégicos y principios que constituyen a la empresa.

3.2.1 Visión

Convertirse en una de las instituciones líderes en los servicios educativos de comunicación y conocimiento cultural, ofreciendo enseñanza de calidad dentro de un marco comunicativo, práctico y accesible para cumplir con las expectativas del cliente, ofreciendo educación integral y personalizada; innovando el servicio permanentemente, contando con personal calificado y capacitado en el área.

3.2.2 Misión

Enseñar el idioma español con alto nivel comunicativo, desarrollando un nuevo enfoque globalizador a través de un proceso cognitivo, socio-afectivo, interactivo, efectivo e investigativo; mediante la integración de aspectos lingüísticos, culturales y humanos.

3.2.3 Objetivos estratégicos

- ✓ Ofrecer un servicio de calidad con el propósito de cubrir el 0,5% de la demanda insatisfecha en el primer año de operaciones.
- ✓ Ofrecer enseñanza dentro de un marco comunicativo, práctico y accesible con un alto nivel de inmersión en el aspecto cultural del país.
- ✓ Brindar un servicio diferenciado e innovarlo permanentemente mediante la investigación de mercados de los diferentes servicios que ofrece el Centro, a efecto de satisfacción a los consumidores.
- ✓ Lograr que los empleados sean más productivos, desarrollando sus actividades al 100% comprometándose al crecimiento del Centro Educativo.

3.2.4 Principios y valores

➤ Principios

“Es el conjunto de creencias que establecen un estilo propio de comportamiento, sobre el cual se fundamenta la conducta de los miembros que integran y aportan al desarrollo de la organización”³⁹.

Los principios en los que se basará la empresa son:

- ✓ **Calidad** del servicio.
- ✓ **Creatividad** para resolver problemas, encontrar nuevos caminos para proyectarse hacia el crecimiento y desarrollo de la empresa.
- ✓ **Compromiso** con los clientes internos y externos.

³⁹ SACOTO, Remigio, Algo sobre valores, Escuela de Derecho.

- ✓ **Liderazgo** de manera que sustituya a la supervisión tradicional, mediante un liderazgo democrático, en donde coopere todo el personal que conforma la empresa.
- ✓ **Comunicación** para promover el trabajo en equipo, porque la empresa, necesita indispensablemente de un trabajo mancomunado; así como la comunicación abierta y sincera entre todos los clientes internos de la empresa.

➤ Valores

“Son el conjunto de creencias permanentes sobre lo que es apropiado y lo que no es, que guía las acciones y el comportamiento de los empleados para cumplir los objetivos de la organización. Se puede afirmar que los valores forman una ideología que se infiltra en las acciones diarias”⁴⁰

La empresa se sustentará en los siguientes valores:

- ✓ **Respeto** mutuo entre los miembros de la empresa, en su trato diario con sus compañeros, autoridades y clientes, demostrando actitudes de consideración y cortesía.
- ✓ **Honestidad** en todos sus actos, al decir la verdad cuando ejecuten cada una de sus funciones y al interactuar con sus compañeros, clientes, proveedores y organismos de control.
- ✓ **Lealtad** con la empresa.
- ✓ **Responsabilidad** en el cumplimiento de sus obligaciones, al ejecutar sus funciones con entrega y dar el mayor esfuerzo porque cada actividad sea mejor que los requerimientos impuestos.

⁴⁰ KOONTZ, Harold, Administración una Perspectiva Global, Cuarta Edición.

- ✓ **Solidaridad** entre los miembros internos y externos de la empresa.
- ✓ **Consideración** y prioridad al cliente.
- ✓ **Puntualidad** al cumplir las obligaciones y entregar el servicio en el tiempo acordado.

3.2.5 Estrategia Empresarial

“La estrategia es escoger un conjunto único de recursos y actividades para entregar al mercado, una mezcla única de valor. Una estrategia exitosa es aquella que atrae clientes de posiciones establecidas o a nuevos clientes al mercado.”⁴¹

3.2.5.1 Estrategia de Competitividad

Son estrategias que permiten que la empresa llegue a ser más competitiva dentro del mercado en el que se desarrollará.

- ✓ Implantar servicios adicionales como factor diferenciador que permita establecer un enlace entre las expectativas del cliente, la tecnología utilizada y el precio.
- ✓ Implementar una campaña extensa de marketing que le permita tener servicios nuevos en el mercado logrando una buena aceptación de los clientes y así tener un mejor posicionamiento en su segmento de mercado

⁴¹ PORTER Michael, Futuro con Calidad, Pág. 11.

3.2.5.2 Estrategia de Crecimiento

Buscan el crecimiento de las ventas o de la participación en el mercado para estabilizar o reforzar el beneficio de la empresa.

- ✓ Crear alianzas estratégicas con diferentes centros culturales y escuelas de español en los diferentes sectores de Quito.
- ✓ Realizar investigación de mercados para centrarse en nichos de mercado.
- ✓ Introducir nuevos servicios que se enfoquen con la marca ya existente y que se puedan brindar a nuevos gustos de clientes logrando captar las necesidades cambiantes de los mismos y consiguiendo mejores ventas

3.2.5.3 Estrategia de Competencia

Buscan una posición favorable, provechosa y sostenible con la que la organización compita en el mercado, en aspectos como calidad, servicio y precio.

- ✓ Innovar el servicio permanentemente para ofrecer un servicio de calidad a efecto de satisfacción de los clientes.
- ✓ Realizar encuestas periódicas que me permitan captar los requerimientos del cliente para así poder satisfacer las necesidades inmediatas.

3.2.5.4 Estrategia operativa

- ✓ Monitorear permanentemente los procesos a fin de disminuir los costos operativos y eliminar procesos innecesarios.

- ✓ Diseñar un plan de motivación e incentivo para los profesores del Centro Educativo que permita mantener un clima laboral adecuado y una buena disposición hacia el trabajo

3.3 Estrategias de mercadotecnia

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro Fundamentos de Marketing, la estrategia de mercadotecnia es "la lógica de mercadotecnia con el que la unidad de negocios espera alcanzar sus objetivos de mercadotecnia, y consiste en estrategias específicas para mercados meta, posicionamiento, la mezcla de mercadotecnia y los niveles de gastos en mercadotecnia"⁴²

3.3.1 Estrategia de Precio

“Una estrategia de precios es un conjunto de principios, rutas, directrices y límites fundamentales para la fijación de precios inicial y a lo largo del ciclo de vida del producto, con lo cual, se pretende lograr los objetivos que se persiguen con el precio, al mismo tiempo que se mantiene como parte de la estrategia de posicionamiento general.”⁴³

⁴² <http://manuelgross.blogoo.com/content/view/490389/Philip-Kotler-Las-7-estrategias-de-marketing-para-el-siglo-21.html>

⁴³ Geoffrey Randall, Principios de Marketing, Segunda Edición, International Thomson Editores, 2003, Pág. 243.

La estrategia que se utilizará es la penetración en el mercado ya que al ser este un tipo de servicio que no es único y que va a competir con otros Centros Educativos de Español.

- ✓ Establecer precios competitivos a fin de posicionar la imagen corporativa del Centro Educativo e incrementar la demanda.

3.3.2 Estrategia de Promoción

“Planificar y desarrollar a corto o medio plazo una acción promocional teniendo en cuenta la función y los objetivos de la promoción.”⁴⁴

- ✓ Informar, persuadir y reafirmar la preferencia del cliente, con las herramientas de la publicidad, promociones y relaciones públicas
- ✓ Diseñar nuevos servicios considerando las tendencias, estilo de vida y comportamientos, a fin de generar necesidades de compra de los mismos mediante campaña publicitaria.
- ✓ Motivar con regalos y descuentos a los estudiantes que refieran clientes potenciales.

⁴⁴ www.avizora.com/glosarios/glosarios_p/textos_p/periodisticos_periodismo_p_0003.htm

3.3.3 Estrategia de Servicio

“Se ha decidido tomar como estrategia en los servicios la diferenciación (aplica una firma cuando desea ser única en su industria, en dimensiones que sean sumamente apreciadas por los compradores).”⁴⁵

- ✓ Realizar estudios de marketing o encuestas que me permitan establecer las expectativas del cliente a fin de diseñar nuevos servicios.
- ✓ Diversificar la gama de servicios tomando como base un marco comunicativo, práctico y accesible.

3.3.4 Estrategia de Plaza

El Centro Educativo estará ubicado en un lugar de fácil acceso para los estudiantes extranjeros, contará con infraestructura amplia, instalaciones acogedoras, claras, con zonas de convivencias y servicios adecuados necesarios para un adecuado aprendizaje.

3.3.5 Estrategia de Distribución

Siendo una empresa dedicada a la prestación de servicios de educación, la distribución se vuelve directa, es decir se entrega el servicio al usuario sin necesidad de intermediarios.

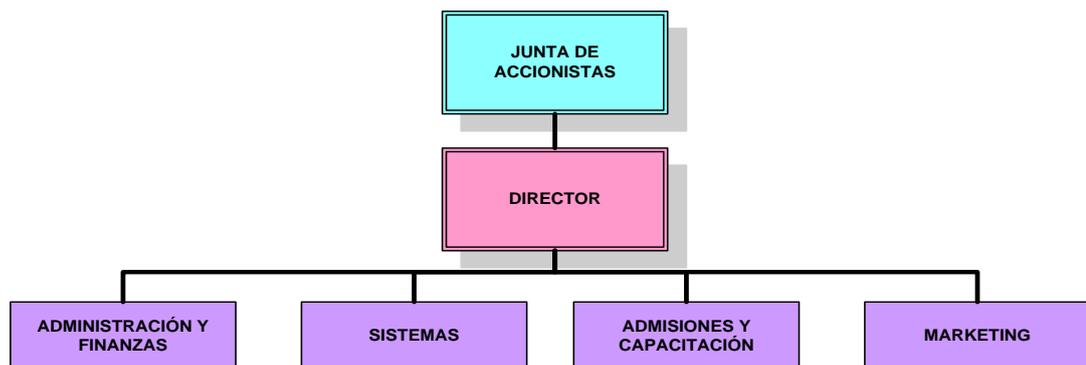
⁴⁵ Administración, Stephen P. Robins, Mary Coulter, Prentice Hall, Sexta edición.

3.4 La organización

Es un sistema diseñado para lograr metas y objetivos por medio de recursos humanos y materiales de manera de establecer una estructura racional de funciones de personal.

3.4.1 Estructura orgánica

“Es una división ordenada y sistemática de las unidades de trabajo atendiendo al objeto de su creación.”⁴⁶



➤ Análisis

Para el presente proyecto el organigrama estructural no es muy extenso ya que al iniciar las actividades no se tendrá mucho personal y se tratará de que las personas que están en la empresa realicen todas las labores en forma ordenada y colaborando con las actividades.

⁴⁶ GRANDA, Galo, El Enfoque Sistémico, Folleto.

Se va a tener a la cabeza de la organización un director que realizará funciones de gerencia general, el cual tendrá a cargo a las personas encargadas de administración y finanzas, sistemas, admisión y capacitación y marketing.

Para el proyecto se utilizará una organización lineal donde las personas que trabajan en cada área se complementan, por medio de consejos y recomendaciones; y la autoridad de línea ejecuta las actividades propuestas en dirección a los objetivos que la organización se ha propuesto. En tal virtud en las actividades ejecutadas en la organización intervienen todos sus integrantes, por lo tanto se debe concienciar sobre la necesidad de compromiso total de cada uno de los empleados en la organización para el cumplimiento de los objetivos.

3.4.2 Responsabilidades

A continuación se describen las funciones que realizarán cada miembro de la organización:

Director

- ✓ Cumplir las funciones de representante legal del Centro Educativo.
- ✓ Planificar, organizar, dirigir y coordinar las actividades técnicas, administrativas y financieras del Centro Educativo.
- ✓ Gestionar la asignación oportuna de recursos financieros que permitan el cumplimiento de los programas de enseñanza.
- ✓ Evaluar el desempeño del trabajo de los miembros de la organización.
- ✓ Informar a los accionistas sobre el desarrollo y evolución del Centro Educativo y sus actividades.

- ✓ Desarrollar estrategias para cumplir con los objetivos y metas propuestas.
- ✓ Buscar la excelencia en el trabajo de manera que se satisfaga al cliente con un servicio de calidad.

Administrador Financiero

- ✓ Planificar un plan de compra de insumos y materiales de acuerdo a la rotación de insumos y materiales.
- ✓ Evaluar la cartera de proveedores considerando la variedad de los servicios e insumos, sus precios, rotación y calidad.
- ✓ Fijará los descuentos a los clientes, el manejo de crédito con proveedores del Centro Educativo.
- ✓ Planifica, controla y apoya la entrega del pedido y el servicio durante un evento.
- ✓ Administrar los registros de operaciones en cuanto a débitos y créditos de las cuentas y determina los saldos de las mismas.
- ✓ Elaboración de presupuestos para la realización de actividades académicas
- ✓ Define los pagos y cobros que deberán efectuarse y verifica los movimientos de las cuentas bancarias.

Administrador de Sistemas

- ✓ Cumplir con los requerimientos informáticos que sean solicitados y previamente autorizados por la Dirección
- ✓ Estabilidad del Hardware y Software
- ✓ Agilidad en el procesamiento de datos, velado por el buen funcionamiento.
- ✓ Optimización del rendimiento en los diferentes procesos.
- ✓ Soporte técnico en los procesos y de apoyo correspondientes.

- ✓ Entrega oportuna de informes.
- ✓ Preservación de la seguridad de los sistemas y de la privacidad de los datos de usuario.
- ✓ Seguridad en el manejo de información por medio de backups.

Secretaria Bilingüe

- ✓ Recepción y atención a clientes brindando información general y tours del Centro Educativo.
- ✓ Indicar requisitos de ingreso al Centro Educativo.
- ✓ Recibir los documentos de los estudiantes.
- ✓ Indicar los costos de ingreso de los diferentes niveles.
- ✓ Entregar pruebas de ubicación a los estudiantes.
- ✓ Entregar calificaciones y distribuir en el nivel correspondiente.
- ✓ Confirmar horarios de asistencia.
- ✓ Otras funciones que le asigne el director.

Profesores

- ✓ Responsabilizarse directamente de las clases y atención de un grupo de estudiantes que se le asigne.
- ✓ Planificar, ejecutar y evaluar los programas de educación, en función de las características, necesidades e interés de los estudiantes.
- ✓ Evaluar a los estudiantes y a las clases.
- ✓ Diseñar y aplicar estrategias de programas de enseñanza
- ✓ Organizar trabajos en grupo y realizar dinámicas de integración y discusiones de diferentes temas.
- ✓ Responsable del material de trabajo entregado a su cargo.
- ✓ Asistir a cursos o seminarios que la institución lo requiera.

Jefe de Marketing

- ✓ Se encargara de desarrollar la publicidad y promoción indicadas de acuerdo a las necesidades del Centro Educativo.
- ✓ Planificar y alinear las estrategias de promoción con los objetivos institucionales y los objetivos del proyecto.
- ✓ Diseñar y aplicar las estrategias considerando el segmento de mercado al cual se va a dirigir.
- ✓ Diseñar y formular políticas de negociación con los proveedores.
- ✓ Diseñar y formular estrategias de negociación.
- ✓ Planificar y coordinar el seguimiento del cliente.

3.4.3 Perfiles profesionales

A continuación se describen los perfiles profesionales que requieren cada miembro de la organización:

Director

- ✓ Ingeniero Comercial dinámico, emprendedor, creativo, responsable, que posea liderazgo para asumir retos y dispuesto a trabajar bajo presión.
- ✓ Excelente manejo del idioma inglés.
- ✓ Disponibilidad de tiempo completo y experiencia en el área educativa.

Administrador Financiero

- ✓ Profesional universitario en Finanzas y Auditoría con alto grado de principios morales y éticos en el desempeño de sus funciones.
- ✓ Disponibilidad de tiempo y experiencia en el área educativa.

Administrador de Sistemas

- ✓ Profesional universitario en Administrador de Sistemas, responsable, creativo, dinámico, con alto grado de principios morales y éticos en el desempeño de sus funciones.
- ✓ Disciplinas básicas de la Ingeniería, administración, cómputo, simulación y Control de Procesos Administrativos y de Ingeniería.
- ✓ Disponibilidad de tiempo y experiencia.

Secretaria Bilingüe

- ✓ Profesionales tituladas como Asistentes de Gerencia Bilingües de preferencia con estudios superiores en Relaciones Públicas o Marketing.
- ✓ Experiencia requerida de 3 años como Asistente de Gerencia, Marketing o Relaciones Públicas de preferencia en instituciones educativas.
- ✓ Excelente manejo del idioma inglés.
- ✓ Conocimientos de office.

Profesores

- ✓ Licenciado en idiomas dinámico, creativo y responsable; preferible con certificación para profesor de español.
- ✓ Disponibilidad de tiempo según los horarios de los estudiantes y que acredite una experiencia mínima de 1 año de trabajo como profesor de español.

Jefe de Marketing

- ✓ Profesional universitario en Marketing, dinámico, emprendedor, creativo y responsable con conocimientos de diseño gráfico.
- ✓ Disponibilidad de tiempo y experiencia mínima de 1 año.

3.5 Costos de Talento Humano

Tabla N° 68: Número de Trabajadores

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS											
RECURSOS HUMANOS: Generación de empleo											
NUMERO DE TRABAJADORES											
Mano de Obra Directa	AÑOS: UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ	
Profesores de Español	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	
SUMA:	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	
Mano de Obra Indirecta	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ	
Jefe de Marketing	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Administrador de Sistemas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
SUMA:	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
PERSONAL ADMINISTRATIVO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ	
Director	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Administrador Financiero	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Secretaria Bilingüe	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
SUMA:	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
PERSONAL DE ASEO Y LIMPIEZA	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ	
Persona de Aseo y Limpieza	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
SUMA:	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Generación de empleo directo: Puestos permanentes											
Mano de Obra Directa	33,3%	3	3	3	3	3	4	4	4	4	
Mano de Obra Indirecta	22,2%	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
PERSONAL ADMINISTRATIVO	33,3%	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
PERSONAL DE SEGURIDAD	11,1%	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
TOTAL	100,0%	9	9	9	9	9	10	10	10	10	

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Tabla N° 69: Remuneraciones Talento Humano

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS											
RECURSOS HUMANOS											
Generación de empleo: Remuneraciones (DINERO requerido)											
MANO DE OBRA DIRECTA	UNITARIO ANUAL	AÑOS: UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SBS	SIETE	OCHO	NOVE	DIEZ
Profesores de Español	9.903,2	29.709,6	29.709,6	29.709,6	29.709,6	29.709,6	39.612,8	39.612,8	39.612,8	39.612,8	39.612,8
SUMA:		29.709,6	29.709,6	29.709,6	29.709,6	29.709,6	39.612,8	39.612,8	39.612,8	39.612,8	39.612,8
MANO DE OBRA INDIRECTA	UNITARIO ANUAL	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SBS	SIETE	OCHO	NOVE	DIEZ
Jefe de Marketing	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0
Administrador de Sistemas	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0
SUMA:		14.272,0	14.272,0	14.272,0	14.272,0	14.272,0	14.272,0	14.272,0	14.272,0	14.272,0	14.272,0
PERSONAL ADMINISTRATIVO	UNITARIO ANUAL	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SBS	SIETE	OCHO	NOVE	DIEZ
Director	11.286,8	11.286,8	11.286,8	11.286,8	11.286,8	11.286,8	11.286,8	11.286,8	11.286,8	11.286,8	11.286,8
Administrador Financiero	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0	7.136,0
Secretaria Bilingüe	5.752,4	5.752,4	5.752,4	5.752,4	5.752,4	5.752,4	5.752,4	5.752,4	5.752,4	5.752,4	5.752,4
SUMA:		24.175,2	24.175,2	24.175,2	24.175,2	24.175,2	24.175,2	24.175,2	24.175,2	24.175,2	24.175,2
PERSONAL DE ASEO Y LIMPIEZA	UNITARIO ANUAL	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SBS	SIETE	OCHO	NOVE	DIEZ
Persona de Aseo y Limpieza	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6
SUMA:		3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6
Generación de empleo directo: Distribución porcentual y Recursos monetarios requeridos											
MANO DE OBRA DIRECTA	41,4%	29.709,6	29.709,6	29.709,6	29.709,6	29.709,6	39.612,8	39.612,8	39.612,8	39.612,8	39.612,8
MANO DE OBRA INDIRECTA	19,9%	14.272,0	14.272,0	14.272,0	14.272,0	14.272,0	14.272,0	14.272,0	14.272,0	14.272,0	14.272,0
PERSONAL ADMINISTRATIVO	33,7%	24.175,2	24.175,2	24.175,2	24.175,2	24.175,2	24.175,2	24.175,2	24.175,2	24.175,2	24.175,2
PERSONAL DE ASEO Y LIMPIEZA	4,9%	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6	3.538,6
TOTAL	100%	71.695,4	71.695,4	71.695,4	71.695,4	71.695,4	81.598,6	81.598,6	81.598,6	81.598,6	81.598,6

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

CAPÍTULO 4

ESTUDIO FINANCIERO

“Constituye la sistematización contable y financiera de los estudios realizados anteriormente y que permitirán verificar los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez que genere para cumplir con sus obligaciones operacionales y no operacionales y, finalmente, la estructura financiera expresada por el balance general proyectado.”⁴⁷

Mediante este estudio se garantiza que los recursos disponibles sean utilizados en forma adecuada, a fin de que los accionistas tomen decisiones acertadas que permitan captar una inversión satisfactoria para la empresa.

4.1 Presupuestos

“Es un plan integrado y coordinado, que se expresa en términos financieros, respecto de las operaciones y recursos que forman parte de una empresa para un período determinado, con el fin de lograr los objetivos fijados por la alta gerencia.”⁴⁸

Para cuantificar la inversión requerida para el estudio, es necesario contar con la información recopilada en los estudios anteriores como son: el de mercado, así como también el técnico y el organizacional, obteniendo un panorama real de la inversión que necesita el estudio.

⁴⁷ MENESES, Álvarez, Edilberto, Preparación y evaluación de proyectos, Tercera edición, 2001.

⁴⁸ BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de proyectos, Mc Graw Hill, México, Tercera Edición, 1995.

4.1.1 Presupuesto de Inversión

La decisión de llevar adelante un proyecto, comprende asignar los recursos que permita poner en marcha el proyecto. Estos se agrupan de la siguiente manera:

- ✓ Recursos para la creación y operación de la empresa
- ✓ Recursos que viabilicen el ciclo de vida del proyecto.

Los recursos para la creación y operación comprenden de activos fijos y corrientes, muebles y enseres y de los recursos que se requieren para el funcionamiento, estos constituyen el capital de trabajo o circulante.

De esta forma para la elaboración del Estudio Financiero, se ha tomado en cuenta los rubros e información recopilada desde la Investigación de Mercados, Estudio Técnico y la Ingeniería Estructural y Organizacional y que involucra básicamente los requerimientos de activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo que a continuación se presentan.

Tabla N° 70: Presupuesto de inversión

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS				
PRESUPUESTO DE INVERSIONES				
MAQUINARIA Y EQUIPO PARA:	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	%
Equipos TIC (Ref. Tabla N°57)	1	9.593	9.593	100,0%
Suma:			9.593	41,2%
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES PARA:				
AULAS: Adecuación aula	1	1.000	1.000	50,0%
OFICINAS: Adecuación oficinas	1	1.000	1.000	50,0%
Suma:			2.000	8,6%
MUEBLES,ENSERES Y OTRAS INVERSIONES PARA:				
Muebles y enseres (Ref. Tabla N° 58)	1	4.830	4.830	100,0%
Suma:			4.830	20,8%
DIFERIDAS Y OTRAS AMORTIZABLES				
Costo del estudio	1	1.200	1.200	35,3%
Gastos de constitución	1	2.000	2.000	58,8%
Gastos de puesta en marcha	1	200	200	5,9%
Suma:			3.400	14,6%
CAPITAL DE TRABAJO INICIAL				
Suma:			3.437	14,8%
INVERSION TOTAL INICIAL :			23.260	100,0%

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

La inversión total inicial requerida para el Centro Educativo es de \$23.260. Además se puede observar que el valor más representativo de la inversión son los equipos TIC, los cuales representan un 41,2% de la inversión total, es decir \$9.593. A este rubro le siguen los muebles y enseres que representan el 20,8% de la inversión total inicial que corresponde a \$4,830. Los activos diferidos representan el 14,6% y el Capital de Trabajo el 14,8% de la inversión total inicial requerida.

4.1.1.1 Activos Fijos

“Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de las materias primas o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto.”⁴⁹

Para efectos contables y según aplicación de la ley, los activos fijos, excepto los terrenos, están sujetos a depreciación.

Los activos fijos presupuestados se muestran a continuación:

Tabla N° 71: Activos fijos

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS			
ACTIVOS FIJOS			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadoras de oficina	6	\$ 600,00	\$ 3.600,00
Laptops para aulas	3	\$ 550,00	\$ 1.650,00
Radio Grabadora	3	\$ 100,00	\$ 300,00
DVD Player	1	\$ 62,00	\$ 62,00
Impresora - Escáner	1	\$ 135,00	\$ 135,00
Teléfonos	2	\$ 48,00	\$ 96,00
Televisión	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Fax	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Proyectores	4	\$ 755,00	\$ 3.020,00
Pizarrón de Tiza Líquida	4	\$ 70,00	\$ 280,00
Cartelera	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Escritorios para oficinas	5	\$ 150,00	\$ 750,00
Escritorios para aulas	3	\$ 60,00	\$ 180,00
Archivadores	3	\$ 80,00	\$ 240,00
Mesas para estudiantes	19	\$ 70,00	\$ 1.330,00
Sillas para oficina	6	\$ 30,00	\$ 180,00
Sillas para estudiantes y profesores	22	\$ 25,00	\$ 550,00
Juego de Sala	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Mesas para Computadoras	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Cuadros decorativos para oficinas	5	\$ 45,00	\$ 225,00
TOTAL			\$ 14.423,00

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

⁴⁹ MENESES, Álvarez, Edilberto, Preparación y evaluación de proyectos, Tercera edición, 2001.

Además es importante indicar las depreciaciones de los activos fijos presupuestados.

Depreciación: Para la depreciación de los activos fijos, el cálculo se lo realizará mediante el método de línea recta.

De acuerdo a la obra titulada “Contabilidad General”, del autor Pedro Zapata Sánchez, los coeficientes anuales de depreciación son:

- ✓ 33% sobre el costo de los equipos de computación y anexos.
- ✓ 20% sobre el costo o valor de vehículos.
- ✓ 10% sobre el costo o valor de maquinaria, muebles y otros activos fijos.

Tabla N° 72: Cálculo de depreciaciones

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS											
CALCULO DE DEPRECIACIONES											
		DOLARES									
1. MAQUINARIA Y EQUIPO	VIDA UTIL	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
Equipos TIC (Ref. Tabla N°57)	3	3.197,67	3.197,67	3.197,67	3.197,67	3.197,67	3.197,67	3.197,67	3.197,67	3.197,67	3.197,67
SUMA:		3.197,67									
2. CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES PARA:	VIDA UTIL	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
AULAS: Adecuación aula	10	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
OFICINAS: Adecuación oficinas	10	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
SUMA:		200,00									
3. MUEBLES,ENSERES Y OTRAS INVERSIONES PARA:	VIDA UTIL	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
Muebles y enseres (Ref. Tabla N° 58)	10	483,00	483,00	483,00	483,00	483,00	483,00	483,00	483,00	483,00	483,00
SUMA:		483,00									
Suma amortizaciones	5	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00					
TOTAL DEPRECIACIONES y AMORTIZACIONES :		4560,67	4560,67	4560,67	4560,67	4560,67	3880,67	3880,67	3880,67	3880,67	3880,67

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

4.1.1.2 Activos Intangibles

“Son todas aquellas inversiones que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha de la empresa. Constituyen inversiones intangibles susceptibles de amortizar”⁵⁰

Estos rubros son:

Tabla N° 73: Activos intangibles

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS	
ACTIVOS INTANGIBLES	
DETALLE	VALOR TOTAL \$
Honorarios abogado	\$ 2.000
Puesta en marcha	\$ 200
Costo del estudio	\$ 1.200
TOTAL	\$ 3.400,00

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

La amortización sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles y es el valor anual que se hace para recuperar la inversión.

Los gastos pre-operacionales disminuyen gradualmente, y es necesario recuperarlos; esto se dará durante un período de 5 años, la amortización anual de dichos activos se calcula a continuación:

⁵⁰ SAPAG Nassir – SAPAG Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, Editorial Mc Graw Hill.

Tabla N° 74: Amortización de activos intangibles

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS						
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS INTANGIBLES						
DETALLE	VALOR TOTAL \$	AÑOS: UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO
Honorarios abogado	\$ 2.000	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400
Puesta en marcha	\$ 200	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40	\$ 40
Costo del estudio	\$ 1.200	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240
TOTAL	\$ 3.400,00	\$ 680,00				

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

4.1.1.3 Capital de Trabajo

Esta inversión constituye el conjunto de recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinado.

Por tanto, el Capital de Trabajo es el rubro que el inversionista necesita para la operación de la empresa antes de percibir los primeros ingresos por la venta del servicio.

Para efectos del estudio, el Capital de Trabajo se ha estimado para los primeros treinta días de operación del Centro Educativo, de tal manera que el cálculo del indicador del Capital de trabajo a través del método de desfase está dado por la siguiente fórmula:

$$CAPITAL DE TRABAJO = \frac{COSTO TOTAL \cdot 30}{365}$$

$$CAPITAL DE TRABAJO = \frac{41.816,80 \cdot 30}{365}$$

$$CAPITAL DE TRABAJO = 3437$$

Tabla N° 75: Capital de trabajo

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS				
CAPITAL DE TRABAJO POR CICLO DE CAJA				
Concepto/AÑO	TOTAL ANUAL	# DÍAS AL AÑO	CICLO DE CAJA	KT INICIAL AÑO CERO
Mano de Obra directa MOD	29.709,60	365	30	2.441,88
Suministros y Servicios	12.107,20	365	30	995,11
SUMA:	41.816,80	365	30	3.437,00
K.T. CICLO DE CAJA:				3.437,00

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

El capital de trabajo necesario para la ejecución del presente proyecto es de \$3.437 USD, los cuales serán financiados por los accionistas.

4.1.2 Cronograma de Inversiones y reinversiones

“Además de la reunión y sistematización de todos los antecedentes correspondientes a las inversiones iniciales en activos fijos, diferidos y capital de trabajo del proyecto, se debe elaborar un calendario de inversiones previas a la operación, que identifique los montos para invertir en cada período anterior a la puesta en marcha del proyecto.”⁵¹

El siguiente cronograma permite visualizar durante el tiempo de evaluación del proyecto, el momento en que se realizan nuevas inversiones, es muy importante tomar en cuenta que la evaluación del proyecto será de diez años y en este lapso existirán tres reinversiones que se detalla a continuación:

Tabla N° 76: Cronograma de inversiones y reinversiones

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS														
PRESUPUESTO DE REINVERSIONES														
MAQUINARIA Y EQUIPO PARA:	VALOR TOTAL	Vida Util	CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ	VALOR RESIDUAL
Equipos TIC (Ref. Tabla N°57)	9.593,0	3	9.593,0	0,0	0,0	9.593,0	0,0	0,0	9.593,0	0,0	0,0	9.593,0	0,0	3.197,7
Suma:	9.593,0		9.593,0	0,0	0,0	9.593,0	0,0	0,0	9.593,0	0,0	0,0	9.593,0	0,0	3.197,7
CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES														
AULAS: Adecuación aula	1.000,0	10	1.000,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1.000,0	900,0
OFICINAS: Adecuación oficinas	1.000,0	10	1.000,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1.000,0	900,0
Suma:	2.000,0		2.000,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2.000,0	1.800,0
MUEBLES, ENSERES Y OTRAS INVERSIONES														
Muebles y enseres (Ref. Tabla N° 58)	4.830,0	10	4.830,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4.830,0	4.347,0
Suma:	4.830,0	10	4.830,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4.830,0	4.347,0
DIFERIDAS Y OTRAS AMORTIZABLES														
Costo del estudio	1.200,0		1.200,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos de constitución	2.000,0		2.000,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos de puesta en marcha	200,0		200,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Suma:	3.400,0		3.400,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
CAPITAL DE TRABAJO INICIAL														
Suma:	3.437,0													
INVERSION TOTAL INICIAL :	23.260,0		23.260,0	0,0	0,0	9.593,0	0,0	0,0	9.593,0	0,0	0,0	9.593,0	6.830,0	9.344,7

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

⁵¹ MENESES, Álvarez, Edilberto, Preparación y evaluación de proyectos, Tercera edición, 2001.

Como se observa en la tabla anterior, se realizarán reinversiones de \$9.593 cada tres años que corresponden a la adquisición de los equipos de Tecnología de Información y Comunicación que se deprecian en dicho tiempo. Además en el décimo año se realiza otra reinversión correspondiente a los muebles y enseres y a las adecuaciones de las aulas y oficinas.

4.1.3 Presupuesto de Operación

Son las estimaciones económicas que se requieren para mantener la operación de la empresa en un periodo determinado, por lo que es necesario estructurar presupuestos que estén conformados por los ingresos y egresos en los que se va a incurrir en la creación del Centro Educativo, y de esta manera llegar a obtener una rentabilidad razonable para el inversionista.

Los presupuestos de operaciones del Centro Educativo se sustentan básicamente en la venta del servicio de educación de los diferentes niveles de español, tomando en cuenta la demanda que va a ser captada, análisis que se desarrolló en el Estudio de Mercado y cuyo propósito es establecer tanto los ingresos como egresos que tendrá la empresa.

Tabla N° 77: Presupuesto de operación

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS											
INGRESOS ESPERADOS											
	DOLARES										
INGRESOS POR VENTAS LOCALES	AÑOS: CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
NIVEL DE ESPAÑOL		109.440,0	111.600,0	113.760,0	116.160,0	118.560,0	120.720,0	123.360,0	125.760,0	128.160,0	130.800,0
Venta de desechos/obsoletos		-	-	479,7	-	-	479,7	-	-	479,7	341,5
Porcentaje de ventas locales %		80,00%	80,00%	80,00%	80,00%	80,00%	80,00%	80,00%	80,00%	80,00%	80,00%
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS:		109.440,00	111.600,00	114.239,65	116.160,00	118.560,00	121.199,65	123.360,00	125.760,00	128.639,65	131.141,50
CONSOLIDADO DE EGRESOS											
	DOLARES										
Concepto/año	CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
1. OPERACION											
1.1 Talento Humano											
1.1.1 Mano de obra directa		29.710	29.710	29.710	29.710	29.710	39.613	39.613	39.613	39.613	39.613
1.1.2 Mano de obra indirecta		14.272	14.272	14.272	14.272	14.272	14.272	14.272	14.272	14.272	14.272
Suma mano obra para produccion =		43.982	43.982	43.982	43.982	43.982	53.885	53.885	53.885	53.885	53.885
1.1.3 Personal administrativo		24.175	24.175	24.175	24.175	24.175	24.175	24.175	24.175	24.175	24.175
1.1.4 Personal de aseo y limpieza		3.539	3.539	3.539	3.539	3.539	3.539	3.539	3.539	3.539	3.539
Suma recursos humanos =		71.695	71.695	71.695	71.695	71.695	81.599	81.599	81.599	81.599	81.599
1.2 Suministros, Servicios y otros gastos											
1.2.1 Produccion/servicios		1.200	1.224	1.248	1.274	1.299	1.325	1.351	1.378	1.406	1.434
1.2.2 Administrativos		8.180	8.180	8.180	8.180	8.180	8.180	8.180	8.180	8.180	8.180
1.2.3 Otros		2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727
Suma SS y otros gastos =		12.107	12.131	12.156	12.181	12.206	12.232	12.259	12.286	12.313	12.341
1.3 Mantenimiento											
1.3.1 Produccion/servicios		254	254	254	254	254	254	254	254	254	254
Suma Mantenimiento =		254									
1.4 Depreciaciones y amortizaciones											
1.4.1 Produccion/servicios		3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881
1.4.2 Administrativos		680	680	680	680	680	0	0	0	0	0
Suma depreciacion y amortizacion =		4.561	4.561	4.561	4.561	4.561	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881
2. INVERSIONES Y REINVERSIONES											
2.1 Produccion/servicios		16.423	0	0	9.593	0	0	9.593	0	0	9.593
2.2 Diferidos		3.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.3 Capital de trabajo		3.437	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suma inversiones y reinversiones =		23.260	0	0	9.593	0	0	9.593	0	0	9.593
CONSOLIDADOS CON DEPREC/AMORTIZACIONES											
Produccion/servicios		16.423	49.316	49.340	58.958	49.390	49.415	68.938	59.371	59.398	69.019
Administrativos		0	33.036	33.036	33.036	33.036	33.036	32.356	32.356	32.356	32.356
Limpieza		0	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265
Diferidos		3.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital de trabajo		3.437	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL		23.260	88.618	88.642	98.259	88.691	88.716	107.559	97.992	98.019	107.640
CONSOLIDADO SIN DEPREC/AMORTZ.											
Produccion/servicios		16.423	45.436	45.460	55.077	45.509	45.535	65.057	55.490	55.517	65.138
Administrativos		0	32.356	32.356	32.356	32.356	32.356	32.356	32.356	32.356	32.356
Limpieza		0	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265
Diferidos		3.400									
Capital de trabajo		3.437									
TOTAL		23.260	84.057	84.081	93.698	84.130	84.156	103.678	94.111	94.138	103.759
DEPRECIACIONES AMORTIZACIONES											
Produccion/servicios		0	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881
Administrativos		0	680	680	680	680	0	0	0	0	0
Suma :		0	4.561	4.561	4.561	4.561	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881
Total depreciaciones y amortizaciones		0	4.561	4.561	4.561	4.561	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881
SERVICIO DE LA DEUDA											
Capital =		785	871	967	1.073	1.191	1.322	1.467	1.629	0	0
Intereses =		1.023	937	841	735	617	486	341	179	0	0
Cuota Anual =		1.808	0	0							

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

4.1.3.1 Presupuesto de Ingresos

Este presupuesto está integrado por los ingresos operacionales que se sustentan en la venta del servicio. Como se indicó en el Estudio Técnico en el Capítulo 2, el presente proyecto pretende abarcar un 0,5% de la demanda insatisfecha que corresponde a 456 extranjeros durante el año 2010 que estudiarán en el Centro Educativo. Para los siguientes años el presente proyecto abarcará 2% más cada año.

Para calcular los ingresos que se tendrá anualmente, se ha considerado una deserción del 20% de los estudiantes, es así que tenemos la siguiente tabla de ingresos esperados:

Tabla N° 78: Presupuesto de ingresos

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS										
INGRESOS ESPERADOS										
DOLARES										
INGRESOS POR VENTAS LOCALES	AÑOS: UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
NIVEL DE ESPAÑOL	109.440,0	111.600,0	113.760,0	116.160,0	118.560,0	120.720,0	123.360,0	125.760,0	128.160,0	130.800,0
Venta de desechos/obsoletos	-	-	479,7	-	-	479,7	-	-	479,7	341,5
Porcentaje de ventas locales %	80,00%	80,00%	80,00%	80,00%	80,00%	80,00%	80,00%	80,00%	80,00%	80,00%
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS:	109.440,00	111.600,00	114.239,65	116.160,00	118.560,00	121.199,65	123.360,00	125.760,00	128.639,65	131.141,50

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Los ingresos esperados del Centro Educativo para el primer año son de \$109.440 con una curva creciente para el resto de años del horizonte del proyecto. A dichos valores se ha considerado que podría existir un 20% de deserción de estudiantes. Sin embargo, de no tener dicho porcentaje de deserción se considerará un excedente en los ingresos en el horizonte del proyecto.

4.1.3.2 Presupuesto de Egresos

Los egresos iniciales constituyen el total de la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto. El capital de trabajo, se considerará también como un egreso en el momento cero, ya que deberá quedar disponible para que el administrador del proyecto pueda utilizarlo en su gestión.

En la tabla de presupuesto de ingresos, presentada a continuación, se puede observar que el valor más significativo es el de talento humano ya que éste está relacionado directamente con las principales actividades del Centro Educativo.

Los egresos presupuestados para los primeros cinco años se encuentran en alrededor de \$88.600 a excepción del tercer año, en el que el egreso es superior debido a la reinversión que se realizará. A partir del sexto año, los egresos aumentarán encontrándose en alrededor de \$98.000 debido a que el talento humano incrementará, a excepción de los años sexto y noveno en los que también se realizarán reinversiones.

A continuación se detallan los egresos requeridos por el proyecto.

Tabla N° 79: Presupuesto de egresos

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS											
CONSOLIDADO DE EGRESOS											
Concepto/año	DOLARES										
	CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
1. OPERACION											
1.1 Talento Humano											
1.1.1 Mano de obra directa		29.710	29.710	29.710	29.710	29.710	39.613	39.613	39.613	39.613	39.613
1.1.2 Mano de obra indirecta		14.272	14.272	14.272	14.272	14.272	14.272	14.272	14.272	14.272	14.272
Suma mano obra para produccion =		43.982	43.982	43.982	43.982	43.982	53.885	53.885	53.885	53.885	53.885
1.1.3 Personal administrativo		24.175	24.175	24.175	24.175	24.175	24.175	24.175	24.175	24.175	24.175
1.1.4 Personal de aseo y limpieza		3.539	3.539	3.539	3.539	3.539	3.539	3.539	3.539	3.539	3.539
Suma recursos humanos =		71.695	71.695	71.695	71.695	71.695	81.599	81.599	81.599	81.599	81.599
1.2 Suministros, Servicios y otros gastos											
1.2.1 Produccion/servicios		1.200	1.224	1.248	1.274	1.299	1.325	1.351	1.378	1.406	1.434
1.2.2 Administrativos		8.180	8.180	8.180	8.180	8.180	8.180	8.180	8.180	8.180	8.180
1.2.3. Otros		2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727	2.727
Suma SS y otros gastos =		12.107	12.131	12.156	12.181	12.206	12.232	12.259	12.286	12.313	12.341
1.3 Mantenimiento											
1.3.1 Produccion/servicios		254	254	254	254	254	254	254	254	254	254
Suma Mantenimiento =		254	254	254	254	254	254	254	254	254	254
1.4 Depreciaciones y amortizaciones											
1.4.1 Produccion/servicios		3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881
1.4.2 Administrativos		680	680	680	680	680	0	0	0	0	0
Suma depreciacion y amortizacion =		4.561	4.561	4.561	4.561	4.561	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881
2. INVERSIONES Y REINVERSIONES											
2.1 Produccion/servicios	16.423	0	0	9.593	0	0	9.593	0	0	9.593	6.830
2.2 Diferidos	3.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.3 Capital de trabajo	3.437	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suma inversiones y reinversiones =	23.260	0	0	9.593	0	0	9.593	0	0	9.593	6.830
CONSOLIDADOS CON DEPREC/AMORTIZACIONES											
Produccion/servicios	16.423	49.316	49.340	58.958	49.390	49.415	68.938	59.371	59.396	69.019	66.284
Administrativos	0	33.036	33.036	33.036	33.036	33.036	32.356	32.356	32.356	32.356	32.356
Limpieza	0	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265
Diferidos	3.400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital de trabajo	3.437	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	23.260	88.618	88.642	98.259	88.691	88.716	107.559	97.992	98.019	107.640	104.905
CONSOLIDADO SIN DEPREC/AMORTIZ.											
Produccion/servicios	16.423	45.436	45.460	55.077	45.509	45.535	65.057	55.490	55.517	65.138	62.403
Administrativos	0	32.356	32.356	32.356	32.356	32.356	32.356	32.356	32.356	32.356	32.356
Limpieza	0	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265	6.265
Diferidos	3.400										
Capital de trabajo	3.437										
TOTAL	23.260	84.057	84.081	93.698	84.130	84.156	103.678	94.111	94.138	103.759	101.024
DEPRECIACIONES AMORTIZACIONES											
Produccion/servicios	0	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881
Administrativos	0	680	680	680	680	680	0	0	0	0	0
Suma :	0	4.561	4.561	4.561	4.561	4.561	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881
Total depreciaciones y amortizaciones	0	4.561	4.561	4.561	4.561	4.561	3.881	3.881	3.881	3.881	3.881
SERVICIO DE LA DEUDA											
Capital =		785	871	967	1.073	1.191	1.322	1.467	1.629	0	0
Intereses =		1.023	937	841	735	617	486	341	179	0	0
Cuota Anual =		1.808	1.808	1.808	1.808	1.808	1.808	1.808	1.808	0	0

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

4.1.3.3 Estado de Origen y Aplicación de Recursos

El estado de origen y aplicación de fondos muestra, desde el punto de vista financiero, de donde provienen los fondos y su utilización. Es importante por cuanto permite evaluar la capacidad para generar recursos financieros que le permitan cumplir con sus obligaciones.

Tabla N° 80: Estado de origen y aplicación de recursos

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS			
Fuentes y usos de fondos (Dólares)			
Origen y aplicación de fondos			
		Financiamiento:	
INVERSIONES		Recursos Propios	Aportes externos
1. MAQUINARIA Y EQUIPO PARA:	VALOR TOTAL	60%	40%
Equipos TIC (Ref. Tabla N°57)	9.593,00	5.755,80	3.837,20
Suma:	9.593,00	5.755,80	3.837,20
2. CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES	VALOR TOTAL	60%	40%
AULAS: Adecuación aula	1.000,00	600,00	400,00
OFICINAS: Adecuación oficinas	1.000,00	600,00	400,00
Suma:	2.000,00	1.200,00	800,00
3. MUEBLES, ENSERES Y OTRAS INVERSIONES	VALOR TOTAL	0,60	0,40
Muebles y enseres (Ref. Tabla N° 58)	4.830,00	2.898,00	1.932,00
Suma:	4.830,00	2.898,00	1.932,00
4. DIFERIDAS Y OTRAS AMORTIZABLES	VALOR TOTAL	60%	40%
Costo del estudio	1.200,00	720,00	480,00
Gastos de constitución	2.000,00	1.200,00	800,00
Gastos de puesta en marcha	200,00	120,00	80,00
Suma:	3.400,00	2.040,00	1.360,00
INVERSION TOTAL INICIAL :	23.260,00	13.956,00	9.304,00
Capital de trabajo	3.437,00	2.062,20	1.374,80
Total de la inversion inicial	23.260,00	13.956,00	9.304,00

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

En el cuadro de origen y aplicación de fondos podemos ver que todos los recursos son financiados en un 60% por capital propio y el otro 40% por capital financiado mediante un préstamo a la Corporación Financiera Nacional.

4.1.3.4 Estructura de Financiamiento

La estructura de financiamiento permite identificar el origen de los recursos del proyecto, es decir si se va a financiar con recursos propio o recursos de crédito.

De acuerdo al estudio técnico realizado, se estableció que el financiamiento para la creación de la empresa estará constituido por el 40% mediante préstamo bancario y el 60% con capital de los accionistas, tales rubros se indica en la tabla siguiente:

Tabla N° 81: Estructura Financiera

ESTRUCTURA FINANCIERA		
RECURSOS PROPIOS	13.956,00	60%
Crédito	9.304,00	40%
TOTAL:	23.260,00	100%

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

El préstamo a ser contraído se lo realizará por un valor de \$ 9.304 a un interés del 11% a ocho años plazo con la Corporación Financiera Nacional, por lo que la tabla de amortización de la deuda es la siguiente:

Tabla N° 82: Financiamiento

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS	
SERVICIO DE LA DEUDA: PLAN DE PRESTAMOS Y PAGOS	
CUOTA FIJA	
Interés Anual	1023,44
Préstamo	9304,00
INTERES	11,0%
Años de Plazo	8,00
Años de Gracia	0,00
Cuota Fija Anual	\$ 1.807,96

TABLA DE AMORTIZACIÓN			
Año	Capital	Intereses	Cuota Fija
1	784,52	1.023,44	1.807,96
2	870,82	937,14	1.807,96
3	966,61	841,35	1.807,96
4	1.072,94	735,02	1.807,96
5	1.190,96	617,00	1.807,96
6	1.321,97	486,00	1.807,96
7	1.467,38	340,58	1.807,96
8	1.628,80	179,17	1.807,96
TOTAL	9.304,00	5.159,70	14.463,70

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Como se puede observar en la tabla anterior, la deuda de \$9.304 a un interés anual del 11% que se adquirirá con la Corporación Financiera Nacional a ocho años plazo será con una cuota fija de \$1.807,96 compuesta de capital más intereses. Dichos intereses disminuirán a medida que pase el tiempo debido a que estarán calculados en base a los saldos actuales. Al final de los ocho años de plazo se habrá cancelado \$14.463,70 compuestos de \$9.304 de la deuda con los \$5.159,70 de intereses.

4.1.4 Punto de equilibrio

“El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre costos fijos, costos variables y beneficios. El punto de equilibrio es el nivel de producción en que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los fijos y los variables.”⁵²

Los costos se clasifican como fijos y variables en base al costo del servicio, gastos administrativos, de ventas y financieros, con la finalidad de determinar cuál es el volumen de ventas donde los costos totales se igualan a los ingresos.

“Se entiende como costo fijo aquellos egresos constantes en su valor, sin importar el volumen de producción; y se considera como costos variables a aquellos egresos que aumentan o disminuyen, según el volumen de producción.”⁵³

Para la determinación del punto de equilibrio se debe en primer lugar conocer los costos fijos y variables del Centro Educativo; entendiendo por costos variables aquellos que cambian en proporción directa con el volumen del servicio.

⁵² BACA Urbina Gabriel, “Evaluación de proyectos”, Cuarta Edición, México 2001, Pág. 171.

⁵³ NARANJO, Salguero Marcelo, “Contabilidad de Costos por órdenes de Producción” Primera Edición, Quito, Pág.29

Tabla N° 83: Costos fijos y variables

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS										
IDENTIFICACION DE LOS COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES										
DOLARES										
Concepto/años	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
COSTOS FIJOS										
Fijo: Servicios Básicos (Ref. Tabla N° 60)	9.120,00	9.120,00	9.120,00	9.120,00	9.120,00	9.120,00	9.120,00	9.120,00	9.120,00	9.120,00
Fijo: Útiles de oficina y limpieza	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00
Fijo: Materiales (Ref. Tabla N° 61)	406,00	406,00	406,00	406,00	406,00	406,00	406,00	406,00	406,00	406,00
Fijo: Seguro de Activos Fijos	721,20	721,20	721,20	721,20	721,20	721,20	721,20	721,20	721,20	721,20
Recursos humanos: MOI, ADM, LIMPIEZA	41.985,84	41.985,84	41.985,84	41.985,84	41.985,84	41.985,84	41.985,84	41.985,84	41.985,84	41.985,84
Costos financieros: intereses	1.023,44	937,14	841,35	735,02	617,00	486,00	340,58	179,17	-	-
TOTAL COSTOS FIJOS :	53.916,48	53.830,18	53.734,39	53.628,06	53.510,04	53.379,04	53.233,62	53.072,21	52.893,04	52.893,04
COSTOS VARIABLES										
Costo variable: Energía para servicio	1.200,00	1.224,00	1.248,45	1.273,50	1.298,85	1.324,95	1.351,35	1.378,35	1.405,95	1.434,15
Mano de obra directa MOD	29.709,60	29.709,60	29.709,60	29.709,60	29.709,60	29.709,60	29.709,60	29.709,60	29.709,60	29.709,60
TOTAL COSTOS VARIABLES:	30.909,60	30.933,60	30.958,05	30.983,10	31.008,45	40.937,75	40.964,15	40.991,15	41.018,75	41.046,95

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que se igualan los ingresos y gastos (la suma de los costos fijos y los variables); es decir, permite calcular el punto de producción al que debe operarse para no incurrir ni en pérdidas ni en ganancias.

La fórmula que se va a utilizar expresará el punto de equilibrio:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas Netas}}}$$

Tabla N° 84: Punto de equilibrio

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS											
CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO											
DOLARES											
CONCEPTO	AÑOS: UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ	
COSTOS FIJOS	53.916,48	53.830,18	53.734,39	53.628,06	53.510,04	53.379,04	53.233,62	53.072,21	52.893,04	52.893,04	
COSTOS VARIABLES	30.909,60	30.933,60	30.958,05	30.983,10	31.008,45	40.937,75	40.964,15	40.991,15	41.018,75	41.046,95	
VENTAS TOTALES	109.440,00	111.600,00	114.239,65	116.160,00	118.560,00	121.199,65	123.360,00	125.760,00	128.639,65	131.141,50	
Punto de equilibrio :											
Unidades monetarias totales :	75.138,03	74.472,75	73.708,94	73.135,28	72.461,89	80.605,12	79.699,39	78.736,01	77.654,33	76.991,03	
% al punto de equilibrio financiero	69%	67%	65%	63%	61%	67%	65%	63%	60%	59%	
Promedio PE financiero :	64%										
SERVICIO PARA LLEGAR AL PUNTO DE EQUILIBRIO											
Número de estudiantes requeridos para alcanzar el punto de equilibrio											
Producto	Venta /Unidad	AÑOS: UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
NIVEL DE ESPAÑOL	Nacional	250	248	246	244	242	269	266	262	259	257

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
 Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

En la tabla anterior se detalla los datos necesarios para el cálculo del punto de equilibrio, que son los costos fijos, costos variables y ventas totales; con estos valores se proyectará el punto de equilibrio. Se debe tomar en cuenta que para su cálculo no se considera la inversión inicial que da origen a los beneficios proyectados.

Mediante la aplicación de la fórmula indicada para el punto de equilibrio, se ha calculado que al vender \$75.138,03 anuales en el primer año, no se tendrá ni pérdida ni ganancia; pero si las ventas bajan de este valor se generaría pérdida. Lo ideal es que se venda más de \$75.138,03 para tener ganancia en el Centro Educativo.

Además el punto de equilibrio nos indica el número mínimo de estudiantes que se requiere para que el Centro Educativo no tenga pérdidas. En el caso del primer año, se necesita de un mínimo de 250 estudiantes para no tener pérdida ni ganancia. Dicho resultado se obtiene dividiendo los \$75.138,03 para \$300 que cuesta el nivel por alumno. Cabe mencionar que, es importante que la asistencia supere los 250 estudiantes para así obtener ganancias.

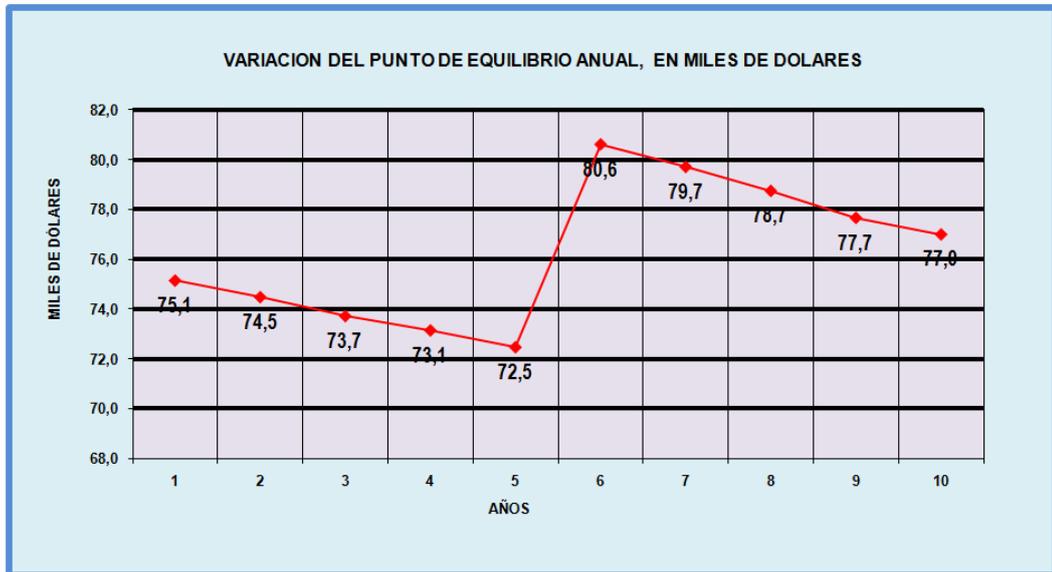
Tabla N° 85: Punto de equilibrio (número de alumnos)

SERVICIO PARA LLEGAR AL PUNTO DE EQUILIBRIO											
Número de estudiantes requeridos para alcanzar el punto de equilibrio											
Producto	Venta /Unidad	AÑOS: UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
NIVEL DE ESPAÑOL	Nacional	250	248	246	244	242	269	266	262	259	257

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

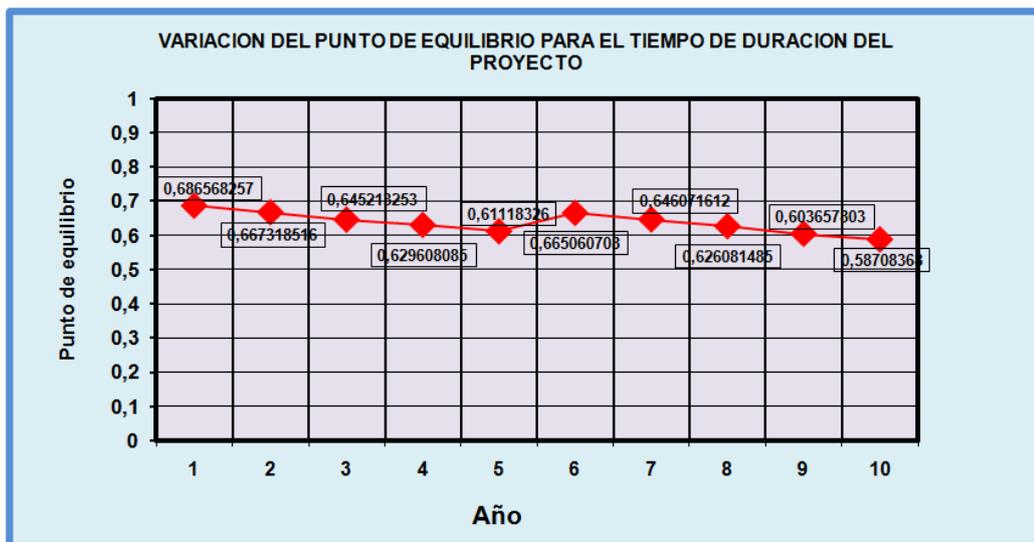
Gráfico N° 49: Variación del punto de equilibrio anual



Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

A continuación se muestra en el Gráfico 47 la variación del porcentaje del punto de equilibrio anual.

Gráfico N° 50: Variación porcentual del punto de equilibrio



Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

4.2 Estados financieros proyectados

“Los estados Financieros se requieren, principalmente, para realizar evaluaciones y tomar decisiones de carácter económico. De ahí que la información consignada en los Estados Financieros deba ser muy confiable.

Los Estados Financieros, generados en la marcha de una empresa, deben contener en forma clara y comprensible la información relevante de la empresa, ya que junto con la administración son muchos los individuos e instituciones que se interesan en la información contable de ella”.⁵⁴

4.2.1 Del proyecto

4.2.1.1 Estado de Resultados

“Muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea de ganancia o pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la entidad durante un periodo determinado.”⁵⁵

En el estado de resultados del proyecto se identifica la utilidad neta que se generará durante los diez años proyectados; para el primer año es de \$13.274 siendo este valor muy considerable que seguirá en aumento para los siguientes años, es decir que la utilidad neta se presenta en una curva creciente, a excepción de los años tercero, sexto y noveno debido a las reinversiones que se realizará por los equipos de TIC. Sin embargo, cabe mencionar que en dichos años sigue existiendo una considerable utilidad neta al igual que el resto de los años del horizonte del proyecto.

⁵⁴ MENESES, Álvarez, Edilberto, Preparación y evaluación de proyectos, Tercera edición, 2001.

⁵⁵ ZAPATA SÁNCHEZ, Pedro, Contabilidad General, Cuarta Edición, Editorial Mc Graw Hill, 2003.

Tabla N° 86: Estado de Resultados del proyecto

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS										
ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO (Sin credito)										
CONCEPTO/AÑO:	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
(+) Ingreso por ventas netas	109.440,0	111.600,0	114.239,7	116.160,0	118.560,0	121.199,7	123.360,0	125.760,0	128.639,7	143.923,2
(-) Costos de produccion	49.316,5	49.340,5	58.957,9	49.390,0	49.415,3	68.937,6	59.371,0	59.398,0	69.018,6	66.283,8
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	60.123,5	62.259,5	55.281,7	66.770,0	69.144,7	52.262,0	63.989,0	66.362,0	59.621,0	77.639,3
(-) Gastos administrativos	33.035,6	33.035,6	33.035,6	33.035,6	33.035,6	32.355,6	32.355,6	32.355,6	32.355,6	32.355,6
(-) Gastos de Otros	6.265,4	6.265,4	6.265,4	6.265,4	6.265,4	6.265,4	6.265,4	6.265,4	6.265,4	6.265,4
(=) UTILIDAD (pérdida) OPERACIONAL	20.822,5	22.958,5	15.980,7	27.469,0	29.843,6	13.641,0	25.367,9	27.740,9	21.000,0	39.018,3
(=) Utilidad/perdida, antes de participacion	20.822,5	22.958,5	15.980,7	27.469,0	29.843,6	13.641,0	25.367,9	27.740,9	21.000,0	39.018,3
(-) 15 % participacion de trabajadores	3.123,4	3.443,8	2.397,1	4.120,3	4.476,5	2.046,1	3.805,2	4.161,1	3.150,0	5.852,7
(=) utilidad antes impuesto a la renta	17.699,1	19.514,7	13.583,6	23.348,6	25.367,1	11.594,8	21.562,7	23.579,8	17.850,0	33.165,5
(-) Impuesto la renta 25%	4.424,8	4.878,7	3.395,9	5.837,2	6.341,8	2.898,7	5.390,7	5.894,9	4.462,5	8.291,4
(=) UTILIDAD NETA	13.274,3	14.636,0	10.187,7	17.511,5	19.025,3	8.696,1	16.172,0	17.684,8	13.387,5	24.874,2
Reserva legal (10% utilidad)	1.327,4	1.463,6	1.018,8	1.751,1	1.902,5	869,6	1.617,2	1.768,5	1.338,7	2.487,4

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Como se puede observar en la tabla anterior y lo de acuerdo a lo mencionado, el estado de resultados del proyecto nos indica que el Centro Educativo contará con utilidad en cada uno de los años del horizonte de proyecto, dicha utilidad será menor para los años en que se realizarán las reinversiones.

4.2.1.2 Flujo Neto de Fondos

“Constituye uno de los elementos más importantes del estudio del proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en él se determine.”

El flujo de fondos mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá una empresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y obviamente va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene.

El flujo neto de fondos tiene una curva creciente para el horizonte del proyecto con una disminución cada 3 años debido a las reinversiones que se realizará.

Tabla N° 87: Flujo de Fondos del proyecto

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS											
FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO (SIN CREDITO)											
CONCEPTO/AÑOS	CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
+ ingresos de la operación		109.440,00	111.600,00	114.239,65	116.160,00	118.560,00	121.199,65	123.360,00	125.760,00	128.639,65	140.486,17
- costo de operación		84.056,87	84.080,87	93.698,32	84.130,37	84.155,72	103.678,02	94.111,42	94.138,42	103.759,02	101.024,22
- depreciación		3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67
- amortización		680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	-	20.822,46	22.958,46	15.980,66	27.468,96	29.843,61	13.640,96	25.367,91	27.740,91	20.999,96	35.581,28
- participación de trabajadores 15% de la utilidad	-	3.123,37	3.443,77	2.397,10	4.120,34	4.476,54	2.046,14	3.805,19	4.161,14	3.149,99	5.337,19
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	17.699,09	19.514,69	13.583,56	23.348,62	25.367,07	11.594,82	21.562,73	23.579,78	17.849,97	30.244,09
- impuesto a la renta 25%	-	4.424,77	4.878,67	3.395,89	5.837,15	6.341,77	2.898,70	5.390,68	5.894,94	4.462,49	7.561,02
UTILIDAD/PERDIDA NETA	-	13.274,32	14.636,02	10.187,67	17.511,46	19.025,30	8.696,11	16.172,04	17.684,83	13.387,48	22.683,07
+ depreciación		3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67
+amortización activos diferidos	0,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	0,00				
- valor de la inversión y reinversión	19.823,00	-	-	9.593,00	-	-	9.593,00	-	-	9.593,00	6.830,00
- capital de trabajo	3.437,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
+ recuperación del capital de trabajo											3.437,00
FLUJO DE FONDOS NETOS DEL PROYECTO	-23.260,00	17.834,99	19.196,69	5.155,34	22.072,13	23.585,97	2.983,78	20.052,71	21.565,50	7.675,14	23.170,73
FLUJO DE FONDOS PURO = (año uno a año diez:)		-5.425,01	19.196,69	5.155,34	22.072,13	23.585,97	2.983,78	20.052,71	21.565,50	7.675,14	23.170,73

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

4.2.2 Del inversionista

4.2.2.1 Estado de resultados

En el estado de resultados del inversionista se identifica la utilidad neta que se generará durante los diez años proyectados; para el primer año es de \$12.621 siendo este valor muy considerable que seguirá en aumento para los siguientes años a excepción de los años tercero, sexto y noveno debido a las reinversiones. Sin embargo, cabe mencionar que en dichos años sigue existiendo una considerable utilidad neta al igual que el resto de los años del horizonte del proyecto.

A comparación con el estado de resultados del proyecto, la utilidad neta del inversionista es menor durante los ocho primeros años del horizonte del proyecto debido a que este incluye los gastos financieros de los intereses a pagar a la Corporación Financiera Nacional. Los gastos financieros para el primer año son de \$1.023 los cuales disminuirán a medida que pase el tiempo hasta el final de la deuda en el octavo año. Es por esta razón que la utilidad de los dos últimos años es igual tanto para el proyecto como para el inversionista.

Tabla N° 88: Estado de Resultados del inversionista

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS										
ESTADO DE RESULTADOS DEL INVERSIONISTA (Con credito)										
CONCEPTO/AÑO:	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
(+) Ingreso por ventas netas	109.440,0	111.600,0	114.239,7	116.160,0	118.560,0	121.199,7	123.360,0	125.760,0	128.639,7	143.923,2
(-) Costos de produccion	49.316,5	49.340,5	58.957,9	49.390,0	49.415,3	68.937,6	59.371,0	59.398,0	69.018,6	66.283,8
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	60.123,5	62.259,5	55.281,7	66.770,0	69.144,7	52.262,0	63.989,0	66.362,0	59.621,0	77.639,3
(-) Gastos administrativos	33.035,6	33.035,6	33.035,6	33.035,6	33.035,6	32.355,6	32.355,6	32.355,6	32.355,6	32.355,6
(-) Gastos de Otros	6.265,4	6.265,4	6.265,4	6.265,4	6.265,4	6.265,4	6.265,4	6.265,4	6.265,4	6.265,4
(=) UTILIDAD (pérdida) OPERACIONAL	20.822,5	22.958,5	15.980,7	27.469,0	29.843,6	13.641,0	25.367,9	27.740,9	21.000,0	39.018,3
(-) Gastos financieros	1.023,4	937,1	841,4	735,0	617,0	486,0	340,6	179,2	0,0	0,0
(=) Utilidad/perdida, antes de participacio	19.799,0	22.021,3	15.139,3	26.733,9	29.226,6	13.155,0	25.027,3	27.561,7	21.000,0	39.018,3
(-) 15 % participacion de trabajadores	2.969,9	3.303,2	2.270,9	4.010,1	4.384,0	1.973,2	3.754,1	4.134,3	3.150,0	5.852,7
(=) utilidad antes impuesto a la renta	16.829,2	18.718,1	12.868,4	22.723,8	24.842,6	11.181,7	21.273,2	23.427,5	17.850,0	33.165,5
(-) Impuesto la renta 25%	4.207,3	4.679,5	3.217,1	5.681,0	6.210,7	2.795,4	5.318,3	5.856,9	4.462,5	8.291,4
(=) UTILIDAD NETA	12.621,9	14.038,6	9.651,3	17.042,9	18.632,0	8.386,3	15.954,9	17.570,6	13.387,5	24.874,2
Reserva legal (10%utilidad)	1.262,2	1.403,9	965,1	1.704,3	1.863,2	838,6	1.595,5	1.757,1	1.338,7	2.487,4

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

4.2.2.2 Flujo neto de fondos

El flujo neto de fondos tiene una curva creciente para el horizonte del proyecto con una disminución cada 3 años debido a las reinversiones que se realizará.

A comparación con el flujo de fondos proyecto, los fondos del inversionista serán menores debido a que este incluye los pagos de la deuda y los gastos financieros que se tendrá con la Corporación Financiera Nacional.

El flujo de fondos permite medir la rentabilidad de la actividad económica de la empresa.

Como se puede observar en el cuadro los flujos de caja de cada año son positivos, indicando que la viabilidad del estudio es factible en su realización y rentable para los inversionistas.

Tabla N° 89: Flujo de Fondos del inversionista

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS											
FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA (PARTE DEL FINANCIAMIENTO ES CON CREDITO)											
CONCEPTO/AÑOS	CERO	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
+ ingresos de la operación	-	109.440,00	111.600,00	114.239,65	116.160,00	118.560,00	121.199,65	123.360,00	125.760,00	128.639,65	140.486,17
- costo de operación		84.056,87	84.080,87	93.698,32	84.130,37	84.155,72	103.678,02	94.111,42	94.138,42	103.759,02	101.024,22
- depreciación		3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67
- amortización		680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	-	-	-	-	-
- pago intereses por los créditos recibidos		1.023,44	937,14	841,35	735,02	617,00	486,00	340,58	179,17	-	-
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	-	19.799,02	22.021,32	15.139,31	26.733,94	29.226,61	13.154,97	25.027,33	27.561,75	20.999,96	35.581,28
- participación de trabajadores 15% de la utilidad	-	2.969,85	3.303,20	2.270,90	4.010,09	4.383,99	1.973,25	3.754,10	4.134,26	3.149,99	5.337,19
UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	-	16.829,17	18.718,12	12.868,41	22.723,85	24.842,62	11.181,72	21.273,23	23.427,48	17.849,97	30.244,09
- impuesto a la renta 25%	-	4.207,29	4.679,53	3.217,10	5.680,96	6.210,65	2.795,43	5.318,31	5.856,87	4.462,49	7.561,02
UTILIDAD/PERDIDA NETA	-	12.621,88	14.038,59	9.651,31	17.042,89	18.631,96	8.386,29	15.954,93	17.570,61	13.387,48	22.683,07
+ depreciación	-	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67	3.880,67
+ amortización activos diferidos	0,00	680,00	680,00	680,00	680,00	680,00	0,00				
- valor de la inversión y reinversión	19.823,00	-	-	9.593,00	-	-	9.593,00	-	-	9.593,00	6.830,00
- capital de trabajo	3.437,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
+ recuperación del capital de trabajo											3.437,00
+ crédito recibido	9.304,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- pago del capital (amortización del principal)		784,52	870,82	966,61	1.072,94	1.190,96	1.321,97	1.467,38	1.628,80	-	-
FLUJO DE FONDOS NETOS DEL INVERSIONISTA	-13.956,00	16.398,02	17.728,44	3.652,37	20.530,61	22.001,67	1.351,99	18.368,21	19.822,48	7.675,14	23.170,73
FLUJO DE FONDOS PURO =(año uno a año diez:)		2.442,02	17.728,44	3.652,37	20.530,61	22.001,67	1.351,99	18.368,21	19.822,48	7.675,14	23.170,73

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

4.3 Evaluación Financiera

“La evaluación compara los beneficios proyectados asociados a una decisión de inversión con su correspondiente flujo de desembolsos proyectados.”⁵⁶

La evaluación es un balance de las ventajas y desventajas que se originarían en el caso de asignarse recursos para poner en ejecución un proyecto; es decir, la tarea de evaluar consiste en comparar los beneficios y los costos del proyecto, con el fin de determinar si se presentan ventajas mayores que las que se obtendrían con otros proyectos igualmente viables.

En este apartado, se presentarán los criterios y técnicas de evaluación para mostrar que tan atractivo es el proyecto presentado.

La evaluación económica, tiene como objetivo el lucro de tipo empresarial y su propósito consiste en medir la eficiencia de la inversión involucrada en un proyecto. Es decir, incluye tanto la eficiencia de los recursos propios (capital social) como los recursos obtenidos de créditos y préstamos. A esta evaluación, se le denominará indistintamente evaluación económica, sin financiamiento ó evaluación para el proyecto en sí.

La evaluación financiera, es con fines de lucro o de tipo empresarial, y tiene como objetivo medir la eficiencia del capital social aportado para financiar un proyecto. A esta evaluación se le denominará indistintamente como evaluación financiera, con financiamiento ó evaluación para el empresario.

⁵⁶ SAPAG Nassir – SAPAG Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, Editorial Mc Graw Hill.

4.3.1 Determinación de las tasas de descuento

➤ Del proyecto

Se define como la menor cantidad de dinero que se espera obtener como rendimiento de un capital puesto a trabajar de manera que pueda cubrir los compromisos de costos de capital.

Para la determinación de la tasa de descuento del presente caso se han tomado en consideración los siguientes aspectos:

- ✓ Se tomará en cuenta la tasa de los Bonos actual al mes de Enero del 2009 es del 8%.
- ✓ La tasa de riesgo que incluye el riesgo país y el premio al riesgo se ha considerado en el 2%.
- ✓ La tasa pasiva en Ahorros del 2%.

Tabla N° 90: Determinación de la TMAR del proyecto

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS	
DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO	
PARA EL PROYECTO: financiamiento con recursos propios	
Tasa pasiva a largo plazo, Bonos o % Inflación:	8,00%
Tasa Pasiva en Ahorros	2,00%
Tasa de riesgo (máximo 5%)	2,00%
Tasa ajustada por el riesgo :	12,00%

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

➤ **Del inversionista**

En la tasa del inversionista, se considera los recursos propios y los recursos solicitados a cualquier entidad Bancaria o a terceros, considerando los rubros de impuestos por el Banco, y del escudo fiscal, como son el Impuesto a la Renta y la Participación de Trabajadores que es del 36.25%.⁵⁷

$$cppc = \left(\frac{C}{C+D} \right) rs + \left(\frac{D}{C+D} \right) rd$$

Tabla N° 91: Determinación de la TMAR del inversionista

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS			
DETERMINACIÓN DE LA TASA DE DESCUENTO			
PARA EL INVERSIONISTA: con crédito			
TASA ACTIVA DE INTERES QUE LE COBRA LA CFN			11,00%
FINANCIAMIENTO	% APORTACIÓN	TASA INDIVIDUAL	PONDERACION
CREDITO (D)	40,00%	7,013% rd	2,8050%
PROPIO (C)	60,00%	12,000% rs	7,2000%
TOTAL	100,00%		
Costo promedio ponderado del capital o Tasa de Descuento (TMAR)			10,01%

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

⁵⁷ ASPECTOS RELEVANTES PARA LA ESTRUCTURA DEL FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO, Econ. Francisco Carrasco, PAG 7

4.3.2 Evaluación financiera del proyecto

4.3.2.1 Criterios de evaluación

Para una correcta evaluación del proyecto, es necesario considerar criterios de evaluación, mediante lo cual se conocerá la viabilidad de este, de ser aceptado o rechazado.

4.3.2.1.1 Tasa Interna de Retorno (TIR%)

La tasa interna de retorno (TIR), es una técnica que al igual que el VAN, convierte los beneficios futuros a valores presentes, solo que en lugar de utilizar un porcentaje fijo, determina el rendimiento de la inversión expresando este como una tasa de interés, (es la tasa que hace el VAN del proyecto igual a cero); es decir, refleja el nivel de rentabilidad del proyecto.

Se puede definir como la tasa de descuento que hace que el valor actual neto sea igual a cero.

Los criterios de aceptación de la TIR son:

- ✓ Cuando la TIR es mayor a la TMAR el proyecto se acepta.
- ✓ Cuando la TIR es igual a la TMAR el proyecto es indiferente.
- ✓ Cuando la TIR es menor que la TMAR el proyecto se rechaza.

La Tasa Interna de Retorno puede calcularse aplicando la siguiente ecuación:

$$\sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+r)^t} - I_0 = 0$$

La tasa calculada se compara con la tasa de descuento de la empresa, si esta es mayor que esta debe aceptarse y si es menor debe rechazarse.

Tabla N° 92: TIR del proyecto

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO			
TIR del Proyecto		TMAR del proyecto	Evaluación
71,04%	>	12%	RENTABLE

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

La TIR para el presente proyecto es de 71,04%, tasa aceptable ya que supera la TMAR que es del 12%.

4.3.2.1.2 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto es el valor monetario de hoy que resulta de una inversión actual y sus flujos netos a futuro, tomando en cuenta la tasa de interés pasiva del mercado como un costo de oportunidad del capital a invertir.

El criterio de evaluación de una inversión con este indicador se considera aceptable:

- ✓ Si el VAN es mayor o igual a cero, es decir, que la inversión rinde un beneficio superior al considerado como mínimo atractivo.
- ✓ Si el valor presente neto es positivo, el valor financiero del activo del inversionista podrá aumentar: la inversión es financieramente atractiva, se acepta.

- ✓ Si el valor presente neto es cero, el valor financiero del activo del inversionista podrá permanecer inalterado: la inversión es indiferente delante de la inversión.
- ✓ Si el valor presente neto es negativo, el valor financiero del activo del inversionista podrá disminuir: la inversión no es atractiva financieramente atractiva, no se acepta.

La comparación entre el VAN y las posibilidades de inversión indica cuál de ellas es la más deseable.

Mientras mayor sea el VAN mayor será el aumento del valor financiero del activo del inversionista.

$$VAN = \sum_{n=1}^t \frac{\text{Flujonetode fondosencada año}}{(1+I)^n} - \text{Inversión}$$

Se observa que el VAN para el proyecto es de \$68.568,14, es decir el VAN del proyecto es un valor positivo lo cual indica que es un proyecto viable.

Tabla N° 93: Valor Actual Neto del proyecto

AÑOS	FLUJO DE FONDOS	FLUJO DE FONDOS ACTUALIZADO
0	-23.260,00	
1	17.834,99	15.924,10
2	19.196,69	15.303,48
3	5.155,34	3.669,47
4	22.072,13	14.027,24
5	23.585,97	13.383,31
6	2.983,78	1.511,68
7	20.052,71	9.070,83
8	21.565,50	8.709,94
9	7.675,14	2.767,73
10	23.170,73	7.460,35
VAN		68.568,14

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

4.3.2.1.3 Relación Beneficio Costo (R B/C)

La relación Beneficio-Costo (B/C), consiste en dividir los beneficios actuales entre el valor actualizado de la inversión a una tasa de actualización o de descuento.

Los criterios de decisión de la relación beneficio-costos son los siguientes:

- ✓ Si el B/C es Mayor a 1 se acepta el proyecto.
- ✓ Si el B/C es Igual a 1 es indiferente el proyecto.
- ✓ Si el B/C es Menor a 1 se rechaza el proyecto.

$$RB/C = \frac{\text{SumadeFlujos Actualizados}}{\text{InversiónInicial}}$$

$$RB/C = \frac{9182813}{23260}$$

$$RB/C = 3,95$$

En el caso del presente proyecto es aconsejable implementarlo ya que la relación beneficio / costo se encuentra en 3,95, que significa que por cada dólar que la empresa invierte, tiene un beneficio de \$2,95.

4.3.2.1.4 Período de Recuperación

El periodo de recuperación de la inversión a valor presente es aquel indicador que permite ver, a través de los flujos netos de efectivo actualizados acumulados en qué año cambia de signo de negativo a positivo, y es en ese año donde el proyecto generará un flujo neto de efectivo actualizado equivalente al monto de la inversión total inicial.

Para encontrar el flujo de fondos actualizados para cada año se aplica la siguiente ecuación:

$$FFA = \frac{FF}{(1 + TMAR)^n}$$

Donde:

FFA: Flujo de fondos actualizados

FF: Flujo de fondos

n: tiempo en años

Tabla N° 94: Período de recuperación del proyecto

AÑOS	FLUJO DE FONDOS	FLUJO DE FONDOS ACTUALIZADO	FLUJO FONDOS ACTUALIZADOS ACUMULADOS DEL PROYECTO
0	-23.260,00		
1	17.834,99	15.924,10	15.924,10
2	19.196,69	15.303,48	31.227,58
3	5.155,34	3.669,47	34.897,05
4	22.072,13	14.027,24	48.924,28
5	23.585,97	13.383,31	62.307,60
6	2.983,78	1.511,68	63.819,27
7	20.052,71	9.070,83	72.890,10
8	21.565,50	8.709,94	81.600,04
9	7.675,14	2.767,73	84.367,78
10	23.170,73	7.460,35	91.828,13

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

$$\text{Factor de Re pago} = \frac{\text{Inversión Inicial} - \text{Flujo acumulado del año anterior considerado}}{\text{flujonetodel año considerado}}$$

$$\text{Factor de Re pago} = \frac{23260 - 15924,10}{15303,48}$$

$$\text{Factor de Re pago} = 0,48$$

$$\text{Año de repago} = \text{factor de repago} + \text{año anterior considerado}$$

$$\text{Año de repago} = 0,48 + 1$$

$$\text{Año de repago} = 1,48$$

La recuperación de la inversión del proyecto será en:

PERIODO DE REPAGO :	
AÑOS:	1,00
MESES:	5,00
DIAS	22,57

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

4.3.3 Evaluación financiera del inversionista

4.3.3.1 Criterios de evaluación

La evaluación permite comprobar y verificar la información y viabilidad del proyecto en estudio. Sin esta labor se corre el riesgo de aprobar una inversión que al poco tiempo fracasaría, de allí la importancia de su determinación.

4.3.3.1.1 Tasa Interna de Retorno (TIR%)

El desarrollo de la fórmula de la TIR se obtuvo que la TIR del inversionista es del 110,46%, tomando en cuenta que es mayor a la TMAR del inversionista lo cual se demuestra que el proyecto es factible.

Tabla N° 95: TIR del inversionista

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DEL INVERSIONISTA			
TIR del Inversionista		TMAR del inversionista	Evaluación
110,46%	>	10,01%	RENTABLE

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

4.3.3.1.2 Valor Actual Neto (VAN)

Se observa que el VAN para el proyecto es de \$77.635,59 es decir el VAN del inversionista es un valor positivo lo cual indica que es un proyecto viable.

Los valores calculados del VAN confirman la viabilidad del proyecto ya que son mayores que 0, esto se produce debido a que sus recursos rotan muy ágilmente, lo que permite utilizar todos los activos y tener ingresos elevados.

Tabla N° 96: Valor Actual Neto del inversionista

AÑOS	FLUJO DE FONDOS	FLUJO DE FONDOS ACTUALIZADO
0	-13.956,00	
1	16.398,02	14.906,61
2	17.728,44	14.650,27
3	3.652,37	2.743,70
4	20.530,61	14.020,14
5	22.001,67	13.658,20
6	1.351,99	762,96
7	18.368,21	9.422,80
8	19.822,48	9.243,97
9	7.675,14	3.253,68
10	23.170,73	8.929,26
VAN		77.635,59

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

4.3.3.1.3 Relación Beneficio Costo (R B/C)

La relación beneficio costo del inversionista es la siguiente:

$$RB/C = \frac{\text{Sumade Flujos Actualizados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$RB/C = \frac{91591,59}{23260}$$

$$RB/C = 3,94$$

En el caso del presente proyecto es aconsejable implementarlo ya que la relación beneficio/costo del inversionista se encuentra en 3,94, que significa que por cada dólar que la empresa invierte, tiene un beneficio de \$2,94.

4.3.3.1.4 Período de Recuperación

El período de recuperación para el inversionista es el siguiente:

Tabla N° 97: Período de recuperación del inversionista

AÑOS	FLUJO DE FONDOS	FLUJO DE FONDOS ACTUALIZADO	FLUJO FONDOS ACTUALIZADOS ACUMULADOS DEL PROYECTO
0	-13.956,00		
1	16.398,02	14.906,61	14.906,61
2	17.728,44	14.650,27	29.556,88
3	3.652,37	2.743,70	32.300,59
4	20.530,61	14.020,14	46.320,72
5	22.001,67	13.658,20	59.978,93
6	1.351,99	762,96	60.741,88
7	18.368,21	9.422,80	70.164,68
8	19.822,48	9.243,97	79.408,65
9	7.675,14	3.253,68	82.662,33
10	23.170,73	8.929,26	91.591,59

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

$$\text{Factor de Re pago} = \frac{\text{Inversión Inicial} - \text{Flujo acumulado del año anterior considerado}}{\text{flujo neto del año considerado}}$$

$$\text{Factor de Re pago} = \frac{23260 - 14906,61}{14650,27}$$

Factor de Repago = 0,57

Año de repago = factor de repago + año anterior considerado

Año de repago = 0,57 + 1

Año de repago = 1,57

La recuperación de la inversión del proyecto será en:

PERIODO DE REPAGO :	
AÑOS:	1,00
MESES:	6,00
DIAS	25,27

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

4.3.4 Costo del servicio por alumno

Los costos operativos del servicio por alumno son aquellos en que incurre el Centro Educativo con objeto de realizar los procesos del servicio, se denominan costos de operación, e incluyen los necesarios para el mantenimiento del Centro Educativo.

Para determinar el costo por servicio se ha considerado:

- ✓ Costo operativo con depreciación y amortización por alumno
- ✓ Costo operativo sin depreciación y amortización por alumno
- ✓ Costo operativo con Costos Fijos y Variables por alumno

Tabla N° 98: Costos operativos

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS										
Costo operativo con depreciación y amortización por alumno										
	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
Egresos	88.618	88.642	98.259	88.691	88.716	107.559	97.992	98.019	107.640	104.905
Numero de estudiantes por año	456	465	474	484	494	503	514	524	534	545
Costo operativo por alumno	194	191	207	183	180	214	191	187	202	192

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS										
Costo operativo sin depreciación y amortización por alumno										
	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
Egresos	84.057	84.081	93.698	84.130	84.156	103.678	94.111	94.138	103.759	101.024
Numero de estudiantes por año	456	465	474	484	494	503	514	524	534	545
Costo operativo por alumno	184	181	198	174	170	206	183	180	194	185

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS										
Costo operativo con Costos Fijos y Variables por alumno										
	UNO	DOS	TRES	CUATRO	CINCO	SEIS	SIETE	OCHO	NUEVE	DIEZ
Costos Fijos	53.916	53.830	53.734	53.628	53.510	53.379	53.234	53.072	52.893	52.893
Costos Variables	30.910	30.934	30.958	30.983	31.008	40.938	40.964	40.991	41.019	41.047
TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES	84.826	84.764	84.692	84.611	84.518	94.317	94.198	94.063	93.912	93.940
Numero de estudiantes por año	456	465	474	484	494	503	514	524	534	545
Costo operativo por alumno	186	182	179	175	171	188	183	180	176	172

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA

Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

Como se observa en la Tabla N°97, los costos operativos son mayores cuando se incluyen las depreciaciones y amortizaciones y son menores cuando no se las incluye. Así tenemos para el primer año un costo operativo por alumno con depreciación y amortización de \$194; sin tomar la depreciación y amortización el costo operativo es de \$184 y considerando los costos fijos y variables, el costo operativo es de \$186.

4.4 Análisis de sensibilidad

“Es una evaluación que indica cómo se modifica los resultados de un proyecto, al alterarse subjetivamente algunas de las variables. La importancia de la sensibilización está en el hecho de que los valores de las variables que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto puedan tener desviaciones con efectos considerables en el flujo de caja del mismo, realizándose estos efectos al momento de alterar subjetivamente alguna de las variables.”⁵⁸

Tabla N° 99: Análisis de Sensibilidad

CENTRO EDUCATIVO DE INTERCAMBIO CULTURAL PARA EXTRANJEROS				
Análisis de sensibilidad				
CONCEPTOS:	RESUMEN DE SENSIBILIZACIONES:			
	Variacion %	TIR %	VAN	EVALUACION
Aumento de costos	12%		-3.087,8	Sensible
Disminucion de ingresos	20%		-64.572,1	Sensible
Disminucion ingresos y aumento de costos simultaneamente			-136.228,0	Sensible
Aumento a la M.O.D.	5%	64,13%	59.162,0	No sensible
Aumento al personal	2%	68,53%	65.436,3	No sensible
Aumento de materia prima	2%	71,04%	68.568,1	No sensible
Aumento en Suministros, Servicios	8%	66,64%	63.054,7	No sensible
Normal	0%	71,04%	68.568,1	RENTABLE
TMAR: Tasa minima aceptable de rendimiento del proyecto		12,00%		

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado por: PRISCILA CHILLAGANO

En la tabla de análisis de sensibilidad podemos observar los criterios de evaluación tanto en “sensible” como “no sensible”.

No sensible: significa que el proyecto sigue siendo rentable a pesar de la variación en el factor crítico considerado.

⁵⁸ SAPAG Nassir – SAPAG Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, Editorial Mc Graw Hill.

Sensible: hay que tomar providencias aplicando las estrategias adecuadas y analizar los valores evaluando cada una de las actividades que conforman el proceso.

Realizado el análisis de sensibilidad se determinó que el proyecto presenta sensibilidad en el aumento de costos y la disminución de ingresos.

Se puede observar que el proyecto no es sensible cuando las variables de mano de obra directa, personal, materia prima, suministros y servicios aumentan, ya que no afecta al proyecto ya que la TIR% obtenida con esa variación es superior a la TMAR global y el VAN es mayor a cero, lo que quiere decir que con las variaciones el proyecto sigue siendo viable.

El proyecto es más sensible a una disminución de ingresos y aumento de costos simultáneamente, por lo que se debe tomar estrategias para controlar los procesos que se requiere en el Centro Educativo.

Además es necesario que se realicen alianzas estratégicas con diferentes centros educativos de otras ciudades del Ecuador para así atraer nuevos estudiantes con preferencias en diferentes de lugares del país.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones: Resultados del estudio

Después de haber realizado el análisis del estudio para la Creación de un Centro Educativo de Intercambio Cultural para Extranjeros, ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito se pudo determinar varias conclusiones que son:

- ✓ Mediante el Estudio de Mercado se estableció que existe una importante demanda insatisfecha de 90.374 estudiantes del servicio, la cual es creciente de año a año indicando que es viable la implementación de la empresa.
- ✓ El Estudio de Mercado determinó las percepciones y hábitos (asistir a shows artísticos o deportivos, campamentos, caminatas) que tienen los extranjeros, al momento de elegir un Centro Educativo de acuerdo a las actividades que les gustaría realizar.
- ✓ Para determinar el tamaño de la empresa se ha considerado el porcentaje de demanda insatisfecha que se pretende captar en el primer año de funcionamiento y este valor corresponde al 0,5% con un crecimiento del 2% anualmente.

- ✓ En el mercado existen varias instituciones educativas dedicadas a la enseñanza del idioma español, sin embargo existe una cantidad significativa de demanda insatisfecha por lo cual el estudio resulta atractivo, a la vez que garantiza un buen margen de participación de la nueva empresa.
- ✓ En el desarrollo del Estudio Técnico se identificó, se estableció y cuantificó el talento humano, materiales e insumos con los que la empresa debe contar para iniciar sus operaciones recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.
- ✓ Mediante el desarrollo del Estudio Técnico se determinó que el talento humano constituye un recurso importante para el Centro Educativo por lo que se requiere personal de alta calificación o especializado para la enseñanza del idioma español. Por lo que se requiere de nueve personas que son el director, administrador financiero, administrador de sistemas, jefe de marketing, secretaria bilingüe, tres profesores de español y una persona para limpieza.
- ✓ De acuerdo a la ponderación y análisis de un conjunto de variables se estableció que la mejor opción para la ubicación del Centro Educativo es en la Zona Norte de Quito en el barrio La Mariscal, debido a que el mercado meta se concentra en esta zona que se caracteriza por tener una afluencia de turistas, además este sector cuenta con todos los servicios básicos necesarios para el funcionamiento del Centro Educativo de Intercambio Cultural.

- ✓ A fin de reducir costos operativos, disminuir tiempos, mejorar la gestión en la puesta en marcha del proyecto, se estableció la Cadena de Valor con cada uno de los procesos y subprocesos, los mismos que serán evaluados periódicamente.
- ✓ La estructura orgánica, la filosofía corporativa y el talento humano están alineados a una investigación pedagógica y un pensamiento de mejoramiento continuo basado en una estructura que permite que sea ágil y flexible para de esta forma responder oportunamente a la expectativa del mercado.
- ✓ Mediante el Estudio Financiero se determinó que la inversión total inicial requerida para el Centro Educativo es de \$23.260 de los cuales el valor más representativo son los equipos TIC, los cuales representan un 41,2% de la inversión total, seguido por los muebles y enseres que representan el 20,8%.
- ✓ La inversión requerida será financiada en un 60% por capital propio y el otro 40% por capital financiado mediante un préstamo a la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés del 11% a ocho años plazo.
- ✓ Mediante la aplicación de la fórmula indicada para el punto de equilibrio, se ha calculado que al vender \$75.138,03 anuales en el primer año, no se tendrá ni pérdida ni ganancia; lo que quiere decir que se necesita de un mínimo de 250 estudiantes.

- ✓ Los indicadores financieros muestran la viabilidad del estudio, puesto que la Tasa Interna de Retorno del proyecto (TIR) se determinó en un valor de 71,04%%, la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) un valor de 12% y la Relación Beneficio - Costo \$3,95; mismos que determinan la rentabilidad y por ende la ejecución del estudio.

- ✓ Luego de recuperar las inversiones vamos a tener un VAN de \$68.568,14, que quiere decir que el proyecto después de la recuperación de la inversión va a seguir siendo rentable.

- ✓ El tiempo de recuperación de la inversión es de un año, cinco meses y veinte y dos días.

5.2 Recomendaciones

- ✓ Ejecutar el presente estudio de inversión, puesto que el análisis de mercado, técnico, organizacional y financiero demuestran su viabilidad.
- ✓ Implementar adecuadas estrategias de comercialización con el fin de penetrar exitosamente en el segmento de mercado seleccionado y lograr un crecimiento sostenido en el mismo.
- ✓ Difundir y fomentar entre el personal del negocio la filosofía empresarial pertinente para que sean ellos los que contribuyan al desarrollo de sus actividades.
- ✓ Diseñar y ejecutar periódicamente programas de investigación enfocados a monitorear la evolución de las necesidades, gustos y preferencias del mercado en cuanto al servicio, con la finalidad de que la empresa esté en condiciones de desarrollar estrategias de innovación con las exigencias del mercado, de modo que garantice su permanencia en el mismo.
- ✓ Realizar una publicidad agresiva en el mercado para lograr un posicionamiento en los clientes. Se deberá mantener los precios del servicio por un lapso de tiempo para elevar el volumen de venta de la empresa.

- ✓ Mantener un comportamiento adaptativo en el mercado, que permita alinearse no solo con las necesidades de los clientes, sino con decisiones que tome la posible competencia, con el propósito de mantener la demanda y posiblemente incrementarla a mediano o largo plazo.

- ✓ Concentrar los esfuerzos en reducidos segmentos de mercado, con base a la especialización, es decir, interesándose por un segmento y no por la totalidad del mercado, para brindar un servicio de calidad, satisfaciendo así los requerimientos de dicho segmento de mercado

- ✓ En vista de un TIR y VAN del inversionista favorables se recomienda utilizar recursos de terceros ya que es mucho más rentable debido a diversifican el riesgo.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ BACA Urbina: Evaluación de Proyectos. Editorial Mc. Graw Hill. México 1992.
- ✓ BERMEJO, Manuel: La creación de la Empresa Propia. Mc Graw Hill, España, 1.994
- ✓ BRENSON, Mark L, LEVINE David M.: Estadística para la Administración. PRENTICE Hall, 2da Edición.
- ✓ CARRASCO FRANCISCO ECON.: Aspectos relevantes para la estructura del flujo de fondos del proyecto.
- ✓ Diccionario Ilustrado de lengua española, Editorial Sopena; Barcelona, pág. 497.
- ✓ DONNELLY James, GIBSON James, IVANCEVICH John: Fundamentos de Dirección y Administración de empresas. Editorial Mc Graw Hill, Colombia.
- ✓ DRUDIS, Antonio: Planificación, Organización y Gestión de Proyectos. Editorial Gestión 2000.
- ✓ GONZALEZ Irving: Compendio de Evaluación de Proyectos de Inversión. Maestría en Administración de Empresas. ESPE- ITESM. 1997
- ✓ JANY José: Investigación Integral de Mercados. Mc. Graw Hill, Segunda Edición.

- ✓ GALLARDO Cervantes Juan: Formulación y evaluación de proyectos de Inversión.
- ✓ KOTLER, Phillip: Fundamentos de Mercadotecnia. Prentice Hall Hispanoamericana
- ✓ LAMBIN, Jean Jaques: Marketing Estratégico. Prentice Hall, segunda edición, España, 1.995
- ✓ MENESES ALVAREZ, Edilberto: Preparación y Evaluación de Proyectos. Tercera edición, impreso en Quito. Ecuador, 2001
- ✓ ROBBINS, Stephen: Comportamiento Organizacional. VIII edición; Prentice Hall
- ✓ SAPAG CHAIN Nassir: Preparación y Evaluación de Proyectos. Mc. Graw Hill, Cuarta Edición.
- ✓ STEPHEN P. Robins, COULTER, Mary: Administración. Prentice Hall, Sexta edición.
- ✓ VAN HORNE, James: Administración Financiera. Novena edición, Prentice Hall Hispanoamericana, México, 1992

PÁGINAS WEB

- ✓ www.sri.gov.ec
- ✓ www.inen.gov.ec
- ✓ <http://www.bomberosquito.gov.ec>
- ✓ <http://www.supercias.gov.ec/>
- ✓ <http://www.turismo.gov.ec/>
- ✓ <http://www.ecuador.travel/>
- ✓ <http://www.quito.com.ec/>
- ✓ <http://www.quito-turismo.gov.ec/>
- ✓ <http://www.scribd.com/doc/3236439/El-Proceso-Administrativo-Direccion-y-Control>
- ✓ http://www.amd.com/la-es/Processors/ProductInformation/0,,30_118_15452,00.html
- ✓ <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/lacontabilidad.htm>
- ✓ http://www.cmq.edu.mx/documentos/administracion/manual_proc/U_PPR-02.pdf
- ✓ http://www.fundacite-merida.gob.ve/manual_normas/manual_contabilidad/procedimientos_contables/procedimientos_contables_de_ingresos.pdf
- ✓ <http://www.bce.fin.ec>
- ✓ <http://www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r2583.DOC>