

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

PROYECTO DE TITULACIÓN
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE

EFFECTUADO:

Abril-2014

REALIZADO POR:

Lina Luo Zhuang

Tutores:

Ec. Jaime Santillán P.

INFORMACIÓN PERSONAL:

Dirección: Cdla. Bellavista Mz. 20 Solar 1

Teléfono: 04-6025719

Celulares:0991060000

Correo: chisin_22@hotmail.com

Guayaquil - Ecuador

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

TEMA

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de IdiomaMandarín utilizando las tecnologías de información”

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Srta. LINA LUO como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERO/A EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE.

Guayaquil, Abril del 2014

EC. Jaime Santillán.

Tutor

Ing. Ángel Castro Peñarreta

Director

MAE. Ángel Fiallos.

Lector

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en esta propuesta de Titulación “Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de IdiomaMandarín utilizando las tecnologías de información” y el patrimonio intelectual del mismo corresponden exclusivamente a su autora: Lina Luo Zhuang bajo la tutoría de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Lina Luo Zhuang

Autora

Director de Proyecto de Titulación

Carrera de Ingeniería de Emprendedores

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

DEDICATORIA

A Dios,

Porque me ha permitido vivir el día a día y me ha brindado la fortaleza para cumplir esta meta de alcanzar un título universitario.

A mis padres **Sra. ShaoWenZhuang y Sr. LieXing Luo,** quienes me ha brindado su apoyo, su amor y su dedicación para alcanzar este objetivo.

A mis hermanas **YanZhen Luo y Danni Luo,** quienes han sido la alegría, para la dedicación de esta tesis.

A toda mi familia, amigos y maestros, que me han sabido demostrar su apoyo incondicional.

Lina Luo Zhuang

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

AGRADECIMIENTO

La presente tesis empezaréagradeciendo a Dios, por la vida, por oportunidad que me ha brindado, por permitirme alcanzar este sueño tan anhelado, por ser el guía en mi camino, gracias Padre Celestial.

Agradezco a mis padres por brindarme su apoyo incondicional sin Ustedes esto hoy no sería posible, porque su amor y su dedicación han sido mi el mejor estímulo para alcanzar esta meta.

Mi total agradecimiento a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, institución que abrió sus puertas para instruirme como una profesional, su visión y misión promulgaron en mí el deseo por alcanzar el existo.

Gracias queridos profesores, Ustedes que día a día demostraron e instruyeron y formaron en mí, una persona con ética y con profesionalismo, sus enseñanzas muy asertivas y sabias hacen hoy en día que esto sea posible.

Lina Luo Zhuang

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis es una propuesta que consiste en la Creación de un Instituto de Enseñanza de Idioma Mandarín llamado “Easy Mandarín”, el cual utilizando las tecnologías de información brindara clases de mandarín de manera virtual.

En la ciudad de Guayaquil existe una demanda insatisfecha sobre esta clase de servicio, por tal motivo se ha decidido desarrollar esta propuesta de titulación de tesis. Son muy pocos los institutos de idioma de mandarín a nivel nacional que ofrecen un servicio completo y de buena calidad, resultados que se los observa por medio de la muestra de encuestas y entrevistas.

Para el desarrollo de las clases del Idioma Mandarín, se establece la modalidad de educación a distancia, generando ventajas y oportunidades en las personas que no disponen de tiempo completo. Más sin embargo la proyección de aprender este idioma hace enriquecedor a personas que están en el mundo empresarial, estudiantes de turismo, en general.

La ejecución de los cursos de Enseñanza del Idioma Mandarín se establecerá a través de un portal web que permitirá adquirir de forma rápida los conocimientos necesarios para dominar el idioma, los estudiantes podrán elegir los horarios, los mismos que pueden acceder desde cualquier lugar de la Ciudad de Guayaquil.

El propósito de esta propuesta de titulación de tesis es demostrar que es factible y contribuye a fomentar el interés de aprender un nuevo idioma, además de servir como ejemplo para otras propuestas, demostrando que la educación a distancia de los idiomas es una buena

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

alternativa para aquellas personas que deseen aprender y desarrollarse profesionalmente, pero que por alguna razón no tengan el tiempo necesario como para tomar las clases en modalidad presencial.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

INDICE

CERTIFICACIÓN	3
DECLARACIÓN EXPRESA	4
DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTO.....	6
INTRODUCCIÓN	7
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
1.1 Tema – Título.....	23
1.2 Justificación.....	23
1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio	24
1.4 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio.....	25
1.5 Objetivos de la Investigación	26
1.5.1 Objetivo General.....	26
1.5.2 Objetivos Específicos	27
1.6 Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información	27
1.7 Planteamiento del Fenómeno Paradigmático	28
1.7.1 Planteamiento del Problema	28
1.8 Fundamentación Teórica dela Propuesta.....	29
1.8.1 Marco Referencial	29
1.8.2 Marco Teórico	30
1.8.3 Marco conceptual	32
1.8.4 Marco Legal.....	35
1.8.5 Marco Lógico	36
1.9 Formulación de la hipótesis y/o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.....	37
1.10 Cronograma.....	38
2. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	40
2.1 Análisis de la Oportunidad.....	40
2.1.1 Descripción de la idea de la propuesta	41
2.1.2 Descripción del producto o servicio	42

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

2.2	Misión, Visión y Valores de la Empresa.....	43
2.3	Objetivos de la Empresa.....	44
2.3.1	Objetivo General.....	44
2.3.2	Objetivos Específicos	44
2.4	Estructura Organizacional	46
2.4.1	Organigrama	46
2.4.2	Desarrollo de cargos y perfiles por competencia.....	46
2.4.3	Manual de funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y derechos	48
3.1	Aspecto societario de la empresa.	56
3.1.1	Generalidades	56
3.1.2	Constitución de la empresa.	56
3.1.3	Capital social, acciones y participaciones.	57
3.1.4	Junta general de accionistas.	58
3.1.5	Compañías extranjeras.	59
3.1.6	Compañías que cotizan en bolsa de valores.	59
3.2	Aspecto laboral de la empresa.....	60
3.2.1	Generalidades.	60
3.2.2	Mandato constituyente numero 8	60
3.2.3	Tipos de contrato de trabajo	61
3.2.4	Obligaciones del empleador	62
3.2.5	Décimo tercera y décimo cuarta remuneración.....	62
3.2.6	Fondos de reserva y vacaciones	62
3.2.7	Asociación de trabajadores.....	63
3.2.8	Inserción de discapacitados a puestos de trabajo	63
3.2.9	Terminación de la relación laboral.....	64
3.3	Contratación civil.	65
3.3.1	Principios básicos de contratación	65
3.3.2	Contrato de prestación de servicios.....	65
3.3.3	Principales cláusulas de contratos de prestación de servicios.....	65
3.3.4	Soluciones alternativas a conflictos: Arbitraje y mediación.	66
3.3.5	Generalidades de la contratación pública.....	67
3.3.6	Contrato de confidencialidad.	67
3.4	Políticas de buen gobierno corporativo.....	67

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

3.4.1 Código de ética.....	67
3.4.2 Indicadores de gestión.....	67
3.4.3 Programa de compensaciones	68
3.4.4 Políticas de comunicación: Canales y frecuencia de comunicaciones.....	68
3.5 Propiedad Intelectual.....	68
3.5.1 Registro de marcas	68
3.5.2 Manual de procesos productivos	68
3.5.3 Derecho de autor	69
3.5.4 Patente y modelo de utilidad	69
3.6 Seguros	69
3.6.1 Incendio.....	69
3.6.2 Robo	69
3.6.3 Fidelidad.....	70
3.6.4 Buen uso y anticipo de contrato	70
3.6.5 Maquinaria y equipos	70
3.6.6 Materia prima y mercadería	70
3.7 Presupuesto.....	71
4. AUDITORIA DE MERCADO	73
4.1 PEST.....	73
4.2 Macro, meso y micro.....	77
4.3 Actividad de la industria: Estadísticas de ventas, importaciones y crecimiento de la industria.....	77
4.4 Análisis del ciclo de vida del mercado.....	78
4.5 Matriz BCG.....	79
4.6 Análisis del ciclo de vida del producto en el mercado.....	80
4.7 Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter.	81
4.8.1 Tipo de competencia	83
4.8.2 Market Share: Mercado real y potencial	84
4.8.3 Características de los competidores: liderazgo, antigüedad, ubicación productos principales y línea de precio.....	84
4.8.4 Benchmarking: Estrategia de los competidores y contra estrategia de la empresa.	85
4.9 Análisis de la demanda.....	85
4.9.1 Segmentación de mercado.....	85

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

4.9.1.1 Criterio de segmentación.....	85
4.9.1.2 Selección de segmentos.....	86
4.9.1.3 Perfiles de segmentos	86
4.10 Matriz F.O.D.A	86
4.11 Investigación de mercado.....	87
4.11.1 Métodos.....	87
4.11.2 Diseño de la investigación.....	88
4.11.2.1 Objetivos de la investigación: Generales y específicos.	88
4.11.2.2 Tamaño de la muestra.	89
4.11.2.3 Técnica de recogida y análisis de datos	89
4.11.2.3.1 Exploratoria.....	89
4.11.2.3.2 Concluyente.....	91
4.11.2.1 Análisis de datos.....	91
4.11.2.2 Resumen e interpretación de resultados.	96
4.11.3 Conclusiones de la investigación.	96
4.11.4 Recomendaciones de la investigación de mercado.	97
4.12 Cuantificación de la demanda	97
4.12.1 Identificación de mercado potencial y demanda potencial insatisfecha.	98
4.12.2 Payback y proyección de ventas.....	98
5. PLAN DE MARKETING	100
5.1 Objetivo: General y específico.....	100
5.1.1 Mercado meta: Ventas y Utilidad esperada.....	100
5.1.1.1 Tipo de estrategias de penetración	101
5.1.1.2 Cobertura.....	101
5.2 Posicionamiento	101
5.2.1 Estrategia de posicionamiento: posición, objetivo, segmento, atributos, calidad percibida, ventaja competitiva, símbolos Identitario.	101
5.2.2 Valoración del activo de la marca	103
5.3 Marketing Mix.....	103
5.3.1 Estrategia de producto o servicios.....	103
5.3.1.1 Descripción del producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, imagen, slogan, producto esencial, producto real, producto aumentado.....	104

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.3.1.2 Adaptación o modificación del producto: componente central, Empaque y servicio de apoyo, requerimientos del cliente, condiciones de entrega, transporte, embalaje, etc.....	104
5.3.1.3 Empaque: reglamento del mercado y etiquetado	105
5.3.1.4 Amplitud y profundidad de línea	105
5.3.1.5 Marcas y submarcas	105
5.3.2 Estrategias de precios	105
5.3.2.1 Precios de la competencia	106
5.3.2.2 Poder adquisitivo del mercado meta	106
5.3.2.3 Expectativas de accionistas.	106
5.3.2.4 Políticas de precio: Sobreprecio y descuento, márgenes brutos de la compañía, precio al menudeo, términos de venta, métodos de pago.....	107
5.3.3 Estrategia de plaza y distribución.....	107
5.3.3.1 Localización	108
5.3.3.1.1 Macro Localización.....	108
5.3.3.1.2 Micro localización.....	108
5.3.3.1.3 Ubicación	109
5.3.3.1.4 Distribución de espacio	109
5.3.3.2 Sistema de distribución comercial.....	110
5.3.3.2.1 Canales de distribución	110
5.3.3.2.2 Penetración de mercados urbanos y rurales.	111
5.3.3.2.3 Logística	111
5.3.3.2.4 Red de ventas	112
5.3.3.2.5 Política de servicio al cliente: preventa, post-venta quejas, reclamaciones, Devoluciones.....	112
5.3.4 Estrategias de promoción	113
5.3.4.1 Estrategias ATL Y BTL	113
5.3.4.2 Elaboración de diseño y propuesta publicitaria: concepto y mensaje.....	113
5.3.4.3 Promoción de ventas	116
5.3.4.3.1 Venta personal.....	116
5.3.4.3.2 Trading	116
5.3.4.3.3 Clienting.....	116
5.3.4.4 Publicidad.....	117
5.3.4.4.1 Estrategia de lanzamiento.....	117

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.3.4.4.2 Plan de medios	117
5.3.4.4.3 Mindshare.....	118
5.3.4.4.4 Publicidad blanca	118
5.3.4.4.5 Merchandising.....	118
5.3.4.4.6 Relaciones públicas	118
5.3.4.4.7 Marketing relacional	119
5.3.4.4.8 Insight marketing.....	119
5.3.4.4.9 Gestión de promoción electrónica del trabajo de titulación.....	120
5.3.4.4.9.1 Estrategias de E-commerce, E-business e E-marketing	120
5.3.4.4.9.2 Análisis de la promoción electrónica de los competidores	121
5.3.4.4.9.3 Diseño e implementación de la página web	121
5.3.4.4.10 Estrategias de marketing a través de redes sociales	121
5.3.4.4.10.1 Análisis de la promoción electrónica de los competidores	121
5.3.4.4.10.2 Diseño e implementación de fan page en redes sociales.....	122
5.3.4.4.10.3 Marketing social.....	122
5.3.4.5 Ámbito internacional.....	123
5.3.4.5.1 Estrategia de distribución internacional	123
5.3.4.5.2 Estrategia de precio internacional	123
5.3.5 Cronograma.....	123
5.3.6 Presupuesto de marketing.....	124
5.3.7 Análisis de rentabilidad del offering	124
6 PLAN OPERATIVO.....	126
6.1 Producción.....	126
6.1.1 Proceso productivo	126
6.1.2 Infraestructura	127
6.1.3 Mano de obra.....	128
6.1.4 Capacidad instalada.....	128
6.1.5 Flujo grama de procesos.....	128
6.1.6 Presupuesto.....	129
6.2 Gestión de calidad	129
6.2.1 Procesos de planeación de calidad	129
6.2.2 Beneficios de las acciones proactivas	130
6.2.3 Políticas de calidad.....	131

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

6.2.4 Benchmarking	131
6.2.5 Proceso de aseguramiento de la calidad	132
6.2.6 Estándares de calidad	132
6.2.7 Procesos de control de calidad	132
6.2.8 Certificaciones y Licencias	133
6.2.9 Presupuesto.....	133
6.3 Gestión ambiental.....	133
6.3.1 Procesos de planeación ambiental.....	134
6.3.2 Beneficios de las acciones proactivas	134
6.3.3 Políticas de protección ambiental.....	134
6.3.4 Procesos de aseguramiento de la calidad ambiental.....	135
6.3.5 Estándares de la calidad ambiental.....	135
6.3.6 Procesos de control de calidad	135
6.3.7 Trazabilidad.....	136
6.3.8 Logística verde	136
6.3.9 Certificaciones y licencias.....	136
6.3.10 Presupuesto.....	136
6.4. Gestión de Responsabilidad Social	137
6.4.1. Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social.....	137
6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas.	137
6.4.3. Políticas de protección social	138
6.4.4. Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa	138
6.4.5. Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo.....	138
6.4.6. Procesos de controles sociales.....	139
6.4.7. Certificaciones y Licencias	139
6.4.8. Presupuesto.....	139
6.5. Balanced Scorecard & Mapa Estratégico.....	139
6.6. Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.).....	140
7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO	142
7.1. Inversión Inicial.....	142
7.1.1. Tipo de Inversión	142
7.1.1.1 Fija.....	142

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

7.1.1.2. Diferida.....	143
7.1.1.3. Corriente.....	143
7.1.2. Financiamiento de la Inversión	144
7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento	144
7.1.2.2. Tabla de Amortización	145
7.1.3. Cronograma de Inversiones.....	147
7.2. Análisis de Costos	147
7.2.1. Costos Fijos	147
7.2.2. Costos Variables.....	148
7.2.2.1. Costos de Producción	148
7.3. Capital de Trabajo	149
7.3.1. Costos de Operación.....	149
7.3.2. Costos Administrativos	149
7.3.3. Costos de Ventas	149
7.3.4. Costos Financieros	150
7.4. Análisis de Variables Críticas	150
7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.....	150
7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas.....	150
7.4.3. Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales	151
7.4.4. Análisis de Punto de equilibrio	151
7.4.5. Análisis de Punto de Cierre	151
7.5. Entorno Fiscal de la Empresa.....	152
7.5.1. Planificación Tributaria.....	152
7.5.1.1. Generalidades	152
7.5.1.2. Minimización de la carga fiscal	152
7.5.1.3. Impuesto a la Renta	153
7.5.1.4. Impuesto al Valor Agregado	153
7.5.1.5. Impuestos a los Consumos Especiales	153
7.5.1.6. Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales	153
7.5.1.7. Impuestos al Comercio Exterior.....	154
7.5.1.8. Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones.....	154
7.5.1.9. Impuestos a la Salida de Divisas	154
7.5.1.10. Impuestos a los Vehículos Motorizados.....	154

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

7.5.1.11. Impuestos a las Tierras Rurales.....	155
7.6. Estados Financieros proyectados	155
7.6.1. Balance General Inicial	155
7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	156
7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado	157
7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital	158
7.6.2.1.1.1. TMAR	158
7.6.2.1.1.2. VAN	158
7.6.2.1.1.3. TIR	158
7.6.2.1.1.4. PAYBACK.....	159
7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples	159
7.7.1. Productividad	159
7.7.2. Precio Mercado Local	160
7.7.3. Precio Mercado Externo.....	160
7.7.4. Costo de Materia Prima.....	161
7.7.5. Costo de Materiales Indirectos	161
7.7.6. Costo de Suministros y Servicios.....	161
7.7.7. Costo de Mano de Obra Directa.....	161
7.7.8. Costo de Mano de Obra Indirecta	162
7.7.9. Gastos Administrativos	162
7.7.10. Gastos de Ventas	162
7.7.11. Inversión en Activos Fijos.....	163
7.7.12. Tasa de interés promedio (puntos porcentuales).....	163
7.8. Balance General	164
7.8.1. Razones Financieras	165
7.8.1.1. Liquidez.....	165
7.8.1.2. Gestión	165
7.8.1.3. Endeudamiento.....	165
7.8.1.4. Rentabilidad	166
7.9. Conclusión Financiera.....	166
8. PLAN DE CONTINGENCIA.....	168
8.1. Plan de administración del riesgo.....	168
8.1.1. Principales riesgos.....	168

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

8.1.2. Reuniones para mitigar los riesgos.....	169
8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check listas).....	170
8.2. Planeación de la respuesta al riesgo	170
8.2.1. Monitoreo y control del riesgo	170
8.2.2. Revisiones periódicas y evaluación del riesgo	171
8.2.3. Reporte del riesgo.....	171
8.2.4. Estrategias de Salida.....	171
8.3. Plan de Contingencia y Acciones Correctivas	172
9. CONCLUSIONES	174
10. RECOMENDACIONES	177
11. BIBLIOGRAFIA.....	179
12. ANEXOS.....	186
12.1 Diseño de Página web	186
12.2 Flujograma de procesos.....	187
13. MATERIAL COMPLEMENTARIO	189
13.1 Preguntas Focus Group	189
13.2 Preguntas Encuestas	190

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Índice de Tablas

Tabla 1: Marco Lógico	36
Tabla 2: Formulación de Hipótesis	37
Tabla 3: Cronograma.....	38
Tabla 4: Organigrama.....	46
Tabla 5: Décimo tercera y cuarta remuneración	62
Tabla 6: Fondo de reserva y vacaciones.....	63
Tabla 7: Presupuesto del entorno legal	71
Tabla 8: Beneficios sociales	71
Tabla 9: PIB	74
Tabla 10: Características de los competidores	84
Tabla 11: Benchmarking	85
Tabla 12: FODA.....	87
Tabla 13: Tamaño de la muestra	89
Tabla 14: Valoración de Activo de la Marca	103
Tabla 15: Presupuesto de Marketing.....	124
Tabla 16: Infraestructura y equipos.....	127
Tabla 17: Presupuesto	129
Tabla 18: Balanced scored card	139
Tabla 19: Mapa estratégico	140
Tabla 20: Inversión Fija	142
Tabla 21: Inversión Inicial	143
Tabla 22: Inversión Corriente	143
Tabla 23: Fuentes de Financiamiento.....	144
Tabla 24: Tabla de Amortización.....	146
Tabla 25: Cronograma de Inversiones	147
Tabla 26: Costos Fijos.....	147
Tabla 27: Costos Variables	148
Tabla 28: Costos Administrativos	149
Tabla 29: Mark up y Márgenes	150
Tabla 30: Proyección de ingresos.....	150
Tabla 31: Crecimiento.....	151
Tabla 32: Punto de Equilibrio	151
Tabla 33: Punto de Cierre.....	151
Tabla 34: Amortizaciones	152
Tabla 35: Balance General	156
Tabla 36: Estado de Pérdidas y Ganancias.....	157
Tabla 37: Flujo de Caja Proyectado	157
Tabla 38: TMAR	158
Tabla 39: Playback.....	159
Tabla 40: Escenario de Productividad.....	160
Tabla 41: Precio Mercado Local	160

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Tabla 42: Escenario de gastos administrativos	162
Tabla 43: Escenario de Costo de ventas.....	163
Tabla 44: Escenario de Inversión de Activos fijos.....	163
Tabla 45: Tasa promedio de interés bancario.....	164
Tabla 46: Balance General Proyectado	164
Tabla 47: Índices de Gestión.....	165
Tabla 48: Ratios de Endeudamiento.....	165
Tabla 49: índices de Rentabilidad	166
Tabla 50: Impacto de riesgos internos y externos	169
Tabla 51: Monitoreo y control del riesgo.....	170

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Ciclo de vida del mercado.....	78
Ilustración 2: Matriz BCG.....	79
Ilustración 3: Posición de la empresa en el mercado	80
Ilustración 4: Ciclo de vida del producto	80
Ilustración 5: Fuerzas de Porter.....	83
Ilustración 6: Tendencia de artefactos tecnológicos	92
Ilustración 7: Acceso a internet.....	92
Ilustración 8: Dominio de más de un idioma	93
Ilustración 9: Importancia del idioma mandarín	94
Ilustración 10: Nivel de agrado del concepto.....	94
Ilustración 11: Disposición de compra.....	95
Ilustración 12: Valor a pagar.....	96
Ilustración 13: Distribución del espacio.....	109
Ilustración 14: Canales de distribución	111
Ilustración 15: Diseño publicitario.....	114
Ilustración 16: Diseño Publicitario.....	115
Ilustración 17: Diseño Publicitario.....	115
Ilustración 18: Fan page	122
Ilustración 19: Cronograma.....	123

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema – Título

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

1.2 Justificación

La presente propuesta de propuesta busca impulsar el desarrollo de las actividades de desarrollo profesional, comercio, mercados internacionales y turismo en la ciudad de Guayaquil, promoviendo el aprendizaje del idioma mandarín logrando así abrir una variedad de oportunidades en el mercado chino global.

La propuesta enfoca su potencialidad en la capacidad de afectar positivamente la sociedad de manera directa al crear fuentes de empleo y ingresos y de manera indirecta afectando a sus potenciales alumnos permitiendo que se desenvuelvan en el idioma chino-mandarín.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Además el estudio de esta propuesta beneficia al estado ecuatoriano y al sector académico universitario al estudiar la potencialidad de los negocios de enseñanza online también conocidos como E-learning así como su capacidad de aplicación en suelo nacional.

De esta manera la propuesta se enmarca en dos puntos principales del plan nacional del buen vivir proporcionado por la Secretaria Nacional de planificación (SEMPLADES) el objetivo dos que busca “Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía” y el objetivo 6 que se centra en “Garantizar el trabajo estable, justo y digno, en su diversidad de formas” (Secretaria Nacional de Planificación, 2013).

1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

La propuesta se delimitara de la siguiente manera:

- Campo: El proyecto se analizara bajo parámetros de utilidad financiera y factibilidad de desarrollo otorgados por el área de la administración de empresas.
- Área: El área de análisis del presente proyecto se basara en gestión y evaluación de proyectos, análisis contable y de rendimientos financieros, finanzas, presupuestos, marketing y negocios E-learning.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

- Aspecto: Determinar la factibilidad de el desarrollo de una empresa de enseñanza del idioma Mandarín en la ciudad de Guayaquil a través de la modalidad E-learning.
- Tema: Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de Idioma Mandarín utilizando de las tecnologías de información
- Problema: Reducida oferta de centros de enseñanza de idioma mandarín, y baja oferta de soluciones de aprendizaje para individuos con necesidades especiales de horario.
- Delimitación espacial: Se delimita el estudio al área del perímetro urbano de la ciudad de Guayaquil al ser esta en la cual la propuesta desarrollara sus actividades.
- Delimitación temporal: El periodo de análisis y estudio para formular esta propuesta se llevó a cabo desde enero 2014 hasta mayo 2014. (SAMPIERI, 2014).

1.4 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

La presente propuesta, al ofrecer su servicio en la ciudad de Guayaquil, fomenta dos de los objetivos principales del Plan Nacional del Buen Vivir en los que se establece la necesidad de potencializar y mejorar las capacidades de la ciudadanía así como garantizar empleo justo y estable en el país (Secretaria Nacional de Planificación, 2013), además la misma se configura en uno de los 14 sectores priorizados por la corporación financiera nacional en el enfoque de tecnología (Corporación financiera Nacional, 2013).

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

La propuesta además se engloba en el Sistema de Investigación y Desarrollo (SINDE) de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil que la ubica como una investigación de carácter de modelo empresarial. (UCSG, 2014).

Finalmente la propuesta se consolida al demostrar una necesidad potencial y la necesidad real de aprender el idioma mandarín al considerarse el mismo una necesidad para relacionarse con una de las economías emergentes más poderosas del mundo como es la china (Phd.Rodrigo A. Fábrega-Lacoa, 2014).

1.5 Objetivos de la Investigación

1.5.1 Objetivo General

Analizar la factibilidad financiera, técnica, operativa de la propuesta de enseñanza del Idioma Mandarín en modalidad a distancia a través de uso de las tecnologías de información y comunicación.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio financiero para evaluar la rentabilidad de la propuesta.
- Efectuar una investigación de mercado que permita descubrir la demanda real de una propuesta de las presentes características.
- Elaborar un plan de trabajo y actividades para la eventual aplicación de la propuesta.

1.6 Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información

Se utilizará el método de intervención de acción participativa, recopilando información cualitativa y cuantitativa de manera directa y secundaria usando las siguientes técnicas:

- Encuestas a una muestra poblacional representativa de la ciudad de Guayaquil.
- Entrevistas a expertos en idiomas, para conocer las diferentes opiniones y comentarios de los mismos ya que son de vital importancia.
- Recopilación de información sobre los antecedentes de propuestas similares.

La información de las encuestas será analizada usando la herramienta de análisis estadístico SPSS.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

1.7 Planteamiento del Fenómeno Paradigmático

Paradigma socio-critico: Por ser considerado difícil y por su limitada oferta de opciones de aprendizaje, el aprendizaje del idioma mandarín ha sido relegado a favor de otras lenguas consideradas más sencillas.

1.7.1 Planteamiento del Problema

En la promulgación e identificación de la problemática que surge a través de la creación de un instituto de educación privada a distancia que promueve escribir y hablar el idioma Mandarín, se identifican los siguientes problemas:

- Los Institutos que ofrecen la enseñanza del Idioma Mandarín afrontan diversos problemas administrativos o falta de clientes, por lo que en poco tiempo éstos se ven forzados a cerrar y no continuar con su actividad por la escasez de alumnos. (Arevalo, 2013).
- Como ya se mencionó en la introducción, existe una demanda insatisfecha sobre esta clase de servicio. (Arevalo, 2013).

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Tomando en consideración los puntos expuestos, se ha decidido proceder con la investigación de los mismos para ofrecer una solución a la creación de este tipo de institutos en la ciudad de Guayaquil y que estos sean sostenibles en el tiempo.

1.8 Fundamentación Teórica dela Propuesta

1.8.1 Marco Referencial

Para el presente trabajo de titulación se han considerado como referentes a dos Institutos que enseñan mandarín y que son reconocidos en Ecuador:

- El Instituto Confucio
- El Centro Cultural Chino.

El Instituto Confucio es una institución sin fines de lucro que se dedica a la promoción de la lengua y la cultura China en el Ecuador. Hasta la actualidad este instituto es líder en Guayaquil, Las clases están abiertas a todo público desde los 7 años en adelante, sin límite de edad máxima. (UNIVERSO, 2010).

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

El Centro Cultural Chino Ecuatoriano es otro ente institucional de enseñanza de idioma extranjero que funciona exitosamente desde el 2005 en Guayaquil. (UNIVERSO, 2006).

Además se tomara como referente de E-learning el curso Open English originado en Venezuela que se centra en la enseñanza del idioma ingles en una modalidad similar a la que busca aplicar la presente propuesta. (Heim, 2014).

1.8.2 Marco Teórico

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación ofrecen diversidades medios y recursos para apoyar la enseñanza; sin embargo no es la tecnología disponible el factor que debe determinar los modelos, procedimientos, o estrategias didácticas. La creación de ambientes virtuales de aprendizaje debe inspirarse en las mejores teorías de la psicología educativa y de la pedagogía.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

En los últimos quince años el desarrollo de la humanidad ha estado caracterizado por una avalancha constante de resultados novedosos en las tecnologías y las comunicaciones, gracias a lo cual hoy manejamos con facilidad volúmenes sorprendentes de información, tanto para realizar las más compleja tareas en cualquier actividad profesional, como para tomar la más simple de las decisiones en la vida cotidiana (Álvarez, 2013).

Sin embargo el simple acceso a buenos recursos no exime al docente de un conocimiento riguroso de las condiciones que rodean el aprendizaje, o de una planeación didáctica cuidadosa. (Álvarez, 2002).

Esto se demuestra en que aun con niveles altos de tecnología el derecho a la educación universal sólo se ha logrado plenamente en algunos países, por esto es preciso diseñar nuevos escenarios y acciones educativas, es decir proponer una política educativa específica para el entorno cibernético motivo por el cual hay que seguir desarrollando acciones de alfabetización y educación en el entorno real (Bello Rafael, 1996).

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Una alternativa para optimizar estas iniciativas se obtiene de la autora Paige Baltzan en la cual define al E-Learning como una alternativa educativa de fácil acceso que permite otorgar servicios de calidad a diversidad de mercados.(Baltza, 2013).

1.8.3 Marco conceptual

Vecindad: Situación o condición de vivir una persona en un mismo edificio, barrio o pueblo que otras. (Larousse, Diccionario Manual de la Lengua Española Vox. © 2007 Larousse Editoria, 2007).

Asincrónico: Que no tiene un intervalo de tiempo constante entre cada evento. Característica de cualquier sistema de comunicación en el que el transmisor puede enviar datos sin previo aviso. El receptor debe estar preparado para aceptar datos en cualquier momento. (instituto politecnico nacional, 2013).

Sincrónico: En un sistema de comunicación, el transmisor debe coordinarse con el receptor antes del envío de datos. Con frecuencia, la sincronización se maneja haciendo que el hardware transmisor envíe un pulso regular al no haber datos disponibles (instituto politecnico nacional, 2013).

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Interlocutores: Cada una de las personas que toman parte en un diálogo. (Larousse, 2009).

En las comunicaciones hay dos tipos de interlocutor: el emisor y el receptor. El emisor es el que emite el mensaje y el receptor es quien lo recibe.

Proximidad: Da cuenta de la cercanía tanto en el espacio como en el tiempo de algo o de alguien. (definicionABC, 2013).

Proximal: Se aplica a la parte de un órgano que está más próxima a la línea media del cuerpo. (Larousse, 2007).

Distal: Se aplica a la parte de un órgano o miembro que está más distante de la cabeza o del eje o línea media del organismo (Larousse, 2007).

Diseminados: Extender los elementos de un conjunto sin orden y en diferentes direcciones. (Larousse, 2007).

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Nodos: En física, cada uno de los puntos de un cuerpo vibrante que permanecen fijos. (Larousse, 2007).

Gestalt: Estudia la percepción y su influencia en el aprendizaje. El diseño visual de materiales de instrucción para utilizar en la red debe basarse en principios o leyes de la percepción como el contraste figura, fondo, la sencillez, la proximidad, la similitud, la simetría, y el cierre. (Leflore, 2000).

Cognitiva: varios enfoques, métodos, y estrategias de esta corriente teórica como los mapas conceptuales, las actividades de desarrollo conceptual, el uso de medios para la motivación, y la activación de esquemas previos, pueden orientar y apoyar de manera significativa el diseño de materiales de instrucción en la Red. (Leflore, 2000).

E-learning: Plataforma de internet diseñada para aprendizaje (Baltza, 2013).

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

1.8.4 Marco Legal

El mercado en China procederá a acatar todas las leyes que promuevan al desarrollo de la empresa dentro de la ciudad de Guayaquil. A continuación se las detalla:

- Ley de Compañías.
- Ley de Propiedad Intelectual.
- Ley de Régimen Tributario Interno.
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.
- Código Penal.
- Código Civil.
- Código de Trabajo.
- Superintendencia de Compañías.
- Servicio de Rentas Internas.
- IESS.
- Registro Mercantil.
- Cámara de Comercio.
- Ministerio de Educación y Cultura

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

1.8.5 Marco Lógico

Tabla 1: Marco Lógico

	Lógica de la intervención	Indicadores Objetivamente verificables	Fuentes y medios de verificación	Supuestos
Objetivo General	Analizar la factibilidad financiera, técnica y operativa de la propuesta de enseñanza de mandarín en modalidad a distancia a través de uso de las TIC	-Estudio de mercado sobre estudiantes de idiomas. -Análisis financiero	-Ministerio de educación -Resultado de análisis financiero	-La empresa tendrá suficiente demanda.
Objetivos específicos	Realizar un estudio financiero para evaluar la rentabilidad de la propuesta. Realizar el estudio de mercado correspondiente. Elaborar un plan de trabajo y actividades para la eventual aplicación de la propuesta.	-Investigación sobre la demanda de cursos de idiomas. - Análisis externo de la situación empresarial.	-Análisis de competidores. -Análisis a potenciales clientes.	-Existe demanda insatisfecha en este tipo de empresa. -El riesgo de implementación de esta empresa es menor que las posibilidades de éxito. -Se generan utilidades al haber transcurrido el tercer año
Resultados esperados	Determinar directrices específicas para la implementación de esta propuesta.	-Desarrollo de estrategias específicas.	-Análisis semestrales sobre cumplimiento de estrategias.	- La propuesta será altamente aceptada por los clientes potenciales.
Actividades a desarrollar	-Desarrollo e implementación de una página web. -Obtención de datos para su respectivo análisis.	-Utilización de métodos de obtención de datos como encuestas, focusgroups.	-Tabulación de datos.	-La implementación de la página Web será positiva. -Los resultados de las encuestas serán fiables.

Elaborado por: Lina Luo

Fuente: Investigación

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

1.9 Formulación de la hipótesis y/o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

Tabla 2: Formulación de Hipótesis

Objetivos		Hipótesis	Preguntas de la investigación
Objetivo General	Analizar la factibilidad financiera, técnica y operativa de la propuesta de enseñanza de mandarín en modalidad a distancia a través de uso de las tic	Es un proyecto de alta inversión. Existen bases para la aplicación del proyecto.	-¿ Cuáles son los costos de implementación la propuesta? -¿ Existe una necesidad real por la aplicación de esta propuesta?
Objetivo específico 1	Realizar el estudio de mercado correspondiente.	Existe mercado para esta iniciativa El mercado será perdurable en el tiempo y sin mayores modificaciones.	-¿ Cuál es el mercado objetivo, potencial y real de esta propuesta?
Objetivo específico 2	Determinar los costos e ingresos que generaría el proyecto.	Los costos del proyecto son manejables Las ventas mensuales sostendrían financieramente al proyecto	-¿ el flujo de efectivo permitirá las operaciones de la empresa propuesta?
Objetivo específico 3	Elaborar un plan de trabajo y actividades para la eventual aplicación de la propuesta.	Las normativas de la empresa deberán ser flexibles para el correcto funcionamiento empresarial. La política y el plan de manejo son aplicables.	-¿ Será la normativa aplicable a la empresa propuesta? -¿ Existe personal capacitado para la implementación de esta idea?

Elaborado por: Lina Luo

Fuente: Investigación

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

1.10 Cronograma

Tabla 3: Cronograma

trabajo de titulación para obtención de título de ing en Desarrollo de negocios bilingüe	107 días	lun 18/11/13	mar 15/04/14	
Desarrollo de capítulos	102 días	lun 18/11/13	mar 08/04/14	
capítulo 1	20 días	lun 18/11/13	vie 13/12/13	
capítulo 2	15 días	lun 16/12/13	vie 03/01/14	
capítulo 3	15 días	lun 06/01/14	vie 24/01/14	
capítulo 4	5 días	lun 27/01/14	vie 31/01/14	
capítulo 5	15 días	lun 03/02/14	vie 21/02/14	
capítulo 6	7 días	lun 24/02/14	mar 04/03/14	
capítulo 7	2 días	mié 05/03/14	jue 06/03/14	
capítulo 8	5 días	vie 07/03/14	jue 13/03/14	
capítulo 9	4 días	vie 14/03/14	mié 19/03/14	
capítulo 10	1 día	jue 20/03/14	jue 20/03/14	
capítulo 11	1 día	vie 21/03/14	vie 21/03/14	
capítulo 12	1 día	lun 24/03/14	lun 24/03/14	
capítulo 13	1 día	mar 25/03/14	mar 25/03/14	
Formato	10 días	mié 26/03/14	mar 08/04/14	
Revisión de trabajo de titulación	5 días	mié 09/04/14	mar 15/04/14	

Elaborado por: Lina Luo

Fuente: Investigación

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

2. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

2.1 Análisis de la Oportunidad

Aprender otro idioma es necesario para poder comunicarse y negociar con personas de otros países ya que la tecnología actual y la globalización nos pone contacto con todo el mundo, de esta manera la población interactúa, aprende y comercializa, entonces, que mejor manera de conocer de una cultura, que aprendiendo otros idiomas especialmente ahora por su particularidad e importancia el Idioma Mandarín.

Tener conocimientos de otros idiomas mejora las posibilidades de trabajo, conocer gente nueva, poder acceder a más información, oportunidad de viajar por el mundo sin inconvenientes de idioma.

La oportunidad de esta propuesta radica al ofrecer la posibilidad de aprender uno de los idiomas con mayor crecimiento global en una modalidad sencilla desde el punto que el cliente desee

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

2.1.1 Descripción de la idea de la propuesta

La presente propuesta busca analizar la creación de una iniciativa virtual de enseñanza del idioma mandarín bajo el nombre Easy Mandarin, la misma que tendrá como mercado meta personas mayores de 18 años con su nicho principal en personas de los 25 a 50 años de edad (insertados activamente en vida laboral).

El modelo de negocio se basará en cobros por mensualidades para acceder al sistema de enseñanza, dichas mensualidades permitirán al usuario a un número determinado de clases virtuales con profesores vía cámara web así como prácticas y hojas de trabajo, las mismas que bajo un sistema de puntaje permitirán evaluar el nivel del alumno y aumentar la complejidad de clases.

La propuesta se manejará de una manera mixta donde las operaciones de enseñanza serán a través de la web y las actividades de atención al cliente, financieras y administrativas se harán de manera presencial y virtual entre los miembros de la organización.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

2.1.2 Descripción del producto o servicio

Easy Mandarin ofrece el servicio de cursos de mandarín a través de internet. El curso comprende 3 niveles los cuales son: principiante, intermedio y avanzado distribuidos en 10 módulos, cada uno tiene una duración aproximada de 2 meses.

Los docentes son profesionales altamente capacitados, los cuales son de nacionalidad China y hablan el idioma español. Éstos dictaran las clases a través de internet y ayudaran a los estudiantes con las inquietudes o dudas que se les presenten.

Los exámenes serán presenciales o virtuales, son dos exámenes por nivel y 4 evaluaciones por modulo, las cuales luego de evaluadas serán entregadas por internet.

El proceso de matriculación se realiza a través de internet. El estudiante deberá ingresar todos los campos de información que sean necesarios, para luego proceder con la emisión de la cotización; la misma que indica el monto actual a pagar.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

2.2 Misión, Visión y Valores de la Empresa

- **Misión**

Ofrecer el servicio de enseñanza de mandarín de calidad y de fácil acceso por medio de la modalidad virtual a distancia, a todas aquellas personas que deseen aprender dicho idioma a través de internet.

- **Visión**

Líderes en la enseñanza del idioma mandarín en la ciudad de Guayaquil, ofreciendo un servicio de excelencia y calidad.

Valores de la Empresa

- **Empatía:** Las necesidades del cliente serán escuchadas y tomadas en cuenta para cada decisión de la empresa.
- **Confianza:** Se ofrecerá un ambiente de seriedad y profesionalismo que permita al cliente y a los colaboradores sentirse respaldados.
- **Honestidad:** Las situaciones internas de la organización serán compartidas con toda la cadena de mando en una política de puertas abiertas.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

- Espíritu Emprendedor: Se escucharan las iniciativas y recomendaciones de todos los miembros de las organizaciones.

2.3 Objetivos de la Empresa

2.3.1 Objetivo General

Lograr que el instituto Easy Mandarín se posicione para los ciudadanos guayaquileños, como la alternativa más eficaz para el aprendizaje del idioma mandarín en la ciudad.

2.3.2 Objetivos Específicos

Departamento de Servicio al cliente y Educación a distancia:

- Establecer un sistema pedagógico a distancia del aprendizaje del idioma.
- Resolver todas las inquietudes y dudas de los estudiantes en un plazo máximo de 24 horas desde realizada la pregunta.
- Ofrecer un servicio de calidad medido a través de calificaciones por parte del alumnado.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Departamento de Ventas y Marketing:

- Demostrar la importancia del idioma mandarín a los ciudadanos Guayaquileños.
- Fomentar el aprendizaje del idioma mandarín en la ciudad de Guayaquil.
- Vender un mínimo 80% de los 50 cupos del primer nivel del idioma al inicio de cada periodo de estudio.

Departamento de Sistemas informáticos:

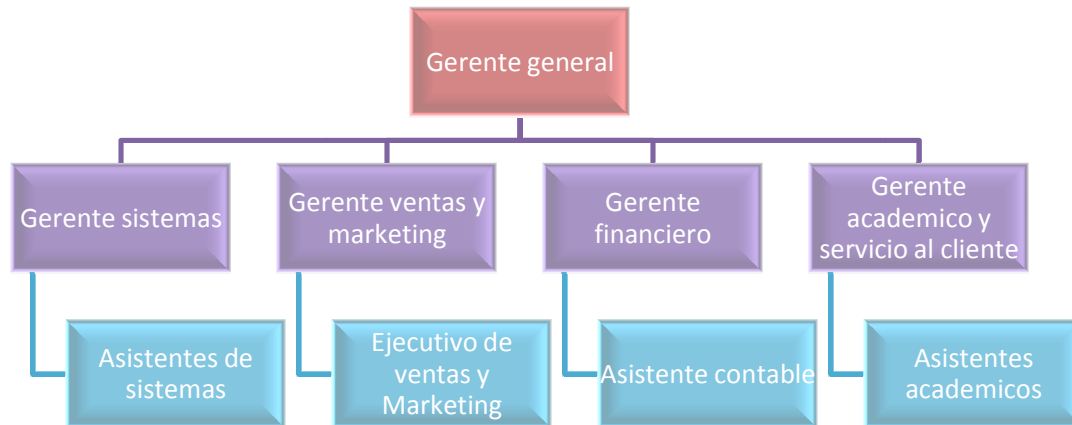
- Creación del sitio web de la compañía.
- Administración del software del sistema de inscripciones y matriculaciones a través del sitio web.
- Actualización y mejora continua del software del sistema pedagógico de aprendizaje a distancia en el sitio web.
- Mantener una eficiencia del 70% en el servicio, cuando el sitio web se encuentre congestionado.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

2.4 Estructura Organizacional

2.4.1 Organigrama

Tabla 4: Organigrama



Elaborado por: Lina Luo

Fuente: Investigación

2.4.2 Desarrollo de cargos y perfiles por competencia

- Gerente General: este puesto de trabajo estará a cargo por un profesional que posea el título de Ingeniería de Administración. Deberá tener conocimientos en administración de empresas, contabilidad y marketing. Para este cargo se necesita que el candidato tenga una experiencia laboral mínima de 2 años en cargos similares.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

- Gerente de Ventas y Marketing: este puesto de trabajo estará a cargo por un profesional que posea el título de Ingeniería en Marketing y Publicidad. Deberá tener conocimientos en administración de ventas, marketing, investigación y promoción de mercado. Para este cargo se necesita que el candidato tenga una experiencia laboral mínima de 2 años en cargos similares.
- Ejecutivo/a de Ventas y marketing: este puesto de trabajo estará a cargo por una persona que se encuentre estudiando o sea egresado de la carrera de Ingeniería en Ventas. Deberá tener conocimientos en administración de ventas, marketing, investigación y promoción de mercado. Para este cargo no se necesita que el candidato tenga experiencia laboral.
- Gerente de finanzas y asistentes contables: este puesto de trabajo estará a cargo por un profesional que posea el título de Ingeniería en C.P.A. (Contador Público Autorizado). Deberá tener conocimientos contables y tributarios. Para este cargo se necesita que el candidato tenga una experiencia laboral mínima de 2 años en cargos similares.
- Gerente de sistemas y asistentes de sistemas: este puesto de trabajo estará a cargo por un profesional que posea el título de Ingeniería en Sistemas. Deberá tener

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

conocimientos de informática, programación, diseño web y gráfico. Para este cargo se necesita que el candidato tenga una experiencia laboral mínima de 2 años en cargos similares.

- Gerente y Asistente académico y servicio al cliente: este puesto de trabajo estará a cargo por una persona de nacionalidad china. Deberá tener conocimientos de idioma español y enseñanza del idioma mandarín. Para este cargo se necesita que el candidato tenga una experiencia laboral mínima de 1 año en cargos similares.

2.4.3 Manual de funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades y derechos

Gerente General

- Nivel de Mando: Primario.
- Interacción áreas: Todas las áreas.

Responsabilidades:

- Dirigir y controlar todos los departamentos pertenecientes a la empresa.
- Establecer los objetivos y actividades que se necesiten para alcanzar las metas establecidas por la compañía.
- Implementar un plan de acción frente a cada una de las metas que la compañía se propone alcanzar, y detectar fallas en el proceso del desarrollo de la misma.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Derechos:

- Puede realizar la toma final de una decisión frente a una situación de la compañía.
- Puede realizar cambio de funciones de sus subordinados.
- Puede trasladar o desplazar a sus subordinados a otras oficinas que posea la empresa.
- Debe recibir un sueldo por servicios profesionales.

Gerente de Ventas y Marketing

- Nivel de Mando: Secundario.
- Interacción áreas: Departamento de Ventas y Marketing.

Responsabilidades:

- Dirigir y controlar el Departamento de Ventas y Marketing.
- Promover el servicio y la marca de la compañía.
- Implementar sistemas de e-marketing y e-commerce.
- Seleccionar proveedores que ofrezcan espacios publicitarios y ordenar la compra de dichos espacios que le beneficien a la compañía.
- Siempre realizar cambios innovadores en el servicio y el marketing que utiliza la compañía.
- Mantener un control de las ventas, el costo de venta y el precio de venta al público.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Derechos:

- Puede realizar la toma final de una decisión frente a una situación en el Departamento de Ventas y Marketing, siempre y cuando Gerencia General no haya intervenido en la situación.
- Puede realizar modificaciones sustanciales en el Departamento de Ventas y Marketing.
- Puede realizar cambio de funciones a su subordinado.
- Debe recibir un sueldo por servicios profesionales.

Gerente financiero

- Nivel de Mando: Secundario.
- Interacción áreas: Departamento de Contable y Financiero.

Responsabilidades:

- Dirigir y controlar el Departamento Financiero y Contable.
- Mantener al día la contabilidad de la empresa.
- Realizar los estados de resultados y los balances de la compañía.
- Realizar los pagos de sueldos y salarios a los empleados.
- Controlar los pagos de los clientes.
- Recibir y controlar la información de las facturas que emite el Ejecutivo/a de Ventas.

Derechos:

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

- Puede realizar la toma final de una decisión frente a una situación en el Departamento de Financiero y Contable, siempre y cuando Gerencia General no haya intervenido en la situación.
- Puede realizar modificaciones sustanciales en el Departamento Financiero y Contable.
- Debe recibir un sueldo por servicios profesionales.

Gerente de sistemas

- Nivel de Mando: Secundario.
- Interacción áreas: Departamento de Sistemas Informáticos y Computación.

Responsabilidades:

- Dirigir y controlar el Departamento de Sistemas Informáticos y Computación.
- Creación de sistemas de software para los cursos de mandarín del instituto.
- Creación del sitio web de la compañía.
- Realizar el diseño gráfico de los espacios publicitarios del Departamento de Ventas y Marketing.
- Realizar el diseño gráfico del sitio web, de las cuentas de redes sociales, y el software de la empresa.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Derechos:

- Puede realizar la toma final de una decisión frente a una situación en el Departamento de Sistemas Informáticos y Computación, siempre y cuando exista mutuo acuerdo entre los programadores o que la Gerencia General no haya intervenido en la situación.
- Puede realizar modificaciones sustanciales en el Departamento de Sistemas Informáticos y Computación.
- Debe recibir un sueldo por servicios profesionales.

Gerente académico y de servicio al cliente

- Nivel de Mando: Secundario.
- Interacción áreas: Departamento de Servicio al Cliente y Educación.

Responsabilidades:

- Dirigir y controlar el Departamento de Servicio al Cliente y Educación.
- Ofrecer las clases de idioma mandarín.
- Ofrecer calidad de servicio educativo.
- Implementar sistemas de enseñanza pedagógicos.
- Ser los tutores de los estudiantes.
- Responder todas las inquietudes de los estudiantes.
- Resolver los problemas de aprendizaje con los estudiantes.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Derechos:

- Puede realizar la toma final de una decisión frente a una situación en el Departamento de Servicio al Cliente, siempre y cuando exista mutuo acuerdo entre los profesores o que la Gerencia General no haya intervenido en la situación.
- Puede realizar modificaciones sustanciales en el Departamento de Sistemas Informáticos y Computación.
- Debe recibir un sueldo por servicios profesionales.

Ejecutivo de Ventas

- Nivel de Mando: Terciario.
- Interacción áreas: Departamento de Ventas y Marketing.

Responsabilidades:

- Desarrollar las tareas asignadas por el Gerente de Ventas y Marketing.
- Responder las inquietudes de las personas interesadas sobre el servicio que ofrece la compañía.
- Emitir facturas y llevar un control de las mismas.
- Realizar informes mensuales para el Gerente de Ventas y Marketing, sobre el e-marketing de la compañía y las reacciones de las personas interesadas por el servicio.
- Determinar los problemas que tiene el departamento respecto al marketing de la empresa.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Derechos:

- Puede sugerir al Gerente de Ventas y Marketing o al Gerente General, modificaciones sustanciales en el Departamento de Ventas y Marketing.
- Debe recibir un sueldo por servicios profesionales.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

3.1 Aspecto societario de la empresa.

3.1.1 Generalidades

La propuesta contempla la creación de una empresa denominada Easy mandarín que tendrá como finalidad la enseñanza del idioma mandarín a través de una plataforma virtual, con un mercado meta de personas desde los 18 años hasta los 50 años de edad.

El domicilio de la empresa se encontrara en la ciudad de Guayaquil y sus actividades contemplaran:

Desarrollo, actualización y mejora continua de plataforma informática de enseñanza de idioma mandarín, oferta de programa en medios tradicionales y virtuales, enseñanza de idioma mandarín a estudiantes.

3.1.2 Constitución de la empresa.

La empresa se constituirá bajo la figura de sociedad anónima, una sociedad en donde lo importante es el capital que los socios aporten para sus operaciones, y vuelve responsables a los accionistas solo hasta la cantidad que los mismos hayan aportado.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Este modelo también permite la integración de nuevos accionistas hacia la organización siempre y cuando aporten la base necesaria para la adquisición de acciones, otorgando a la propuesta una línea de financiamiento extra en caso de ser necesaria (nacional, 2014).

Los datos relevantes para la constitución de la empresa son:

- Nombre: La empresa se denominara Easy Mandarin.
- Objeto social: La actividad que realice la empresa, en este caso enseñanza de idioma mandarín vía online sin embargo en este rubro se puede agregar más temas por lo que se dejara un aspecto amplio para posibles requerimientos de expansión.
- Domicilio: Cantón de la compañía (Guayaquil).
- Duración: 100 años desde su constitución.
- Liquidación: como lo mande la ley en el momento de liquidación.
- Capital social: Ocho cientos dólares de los estados unidos de Norteamérica.

3.1.3 Capital social, acciones y participaciones.

El capital social de la empresa será de ocho cientos dólares dividido en ocho cientos acciones con un valor de un dólar, en caso de requerirse financiamiento la junta general de accionistas podrá emitir más acciones en reunión ordinaria o extraordinaria.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Cada acción dará opción a un voto en la junta general de accionistas, las acciones contendrán todas las declaraciones que la ley exige y la firma del gerente general.

La empresa dividirá las acciones entre los socios en una repartición proyectada del 51%-49%.

El capital obtenido se financiara en una relación 60% financiamiento y 40% aporte societario.

3.1.4 Junta general de accionistas.

El máximo organismo rector del gobierno corporativo será la junta general de accionistas, las decisiones que esta tome a través de mayoría en votación serán acatadas a cabalidad por la organización.

Para convocar a efecto a la junta general de accionistas se deberán seguir todos los requisitos establecidos en la ley ecuatoriana algunos de los reglamentos establecidos por la misma son:

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

- La Junta General no puede considerarse establecida para deliberar en primera convocatoria si no está representado por lo menos el cincuenta y uno por ciento del capital pagado.
- Las Juntas Generales se reunirán en segunda convocatoria, con el número de accionistas presentes. Se pronunciará así en la convocatoria que fue anulada, para tomar constancia de esta resolución el secretario de la junta revisará el quórum de la sala con atribuciones de secretario de la junta y comunicará a todos los miembros del panel de accionistas
- El dueño de la acción puede ser representado por un tercero siempre y cuando esté presente un poder que lo autorice para dicha función.
- El gerente general (representante legal) de la empresa es el responsable de convocar a la junta general de accionistas.

3.1.5 Compañías extranjeras.

La presente propuesta no contempla trabajar con compañías extranjeras en el periodo analizado por lo que este punto no aplica a la misma.

3.1.6 Compañías que cotizan en bolsa de valores.

Por tener un capital menor a los 778.670\$ la presente propuesta no aplica para cotizar en bolsa de valores.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

3.2 Aspecto laboral de la empresa.

3.2.1 Generalidades.

El trabajo es todo lo realizado por un trabajador a favor de un empleador siempre cuando sea de manera lícita y remunerada.

Para que un trabajador se considere tal deberá estar unido al empleador por una relación que contenga: sueldos, horario y ajenidad.

Para efecto de cumplir la ley ecuatoriana la propuesta acatará todas las normativas establecidas por el código del trabajo (vigentes o futuros), y realizará sus contrataciones con plazo definido o indefinido, con periodos de prueba de treinta días desde el momento de inicio de funciones (Codigo de relaciones laborales, 2005).

3.2.2 Mandato constituyente numero 8

El mandato constituyente prohíbe y elimina la tercerización laboral e intermediación laboral en el Ecuador, al estar sujeta a la legislación ecuatoriana la propuesta acatará a cabalidad lo dispuesto en este mandato. (Asamblea Constituyente , 2008).

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

3.2.3 Tipos de contrato de trabajo

El código de trabajo establece en su Art.11 los siguientes tipos de contrato (Codigo de relaciones laborales, 2005):

- Contrato a prueba: Contrato de máximo 90 días de duración que se puede dar por terminado sin prejuicios ni obligaciones.
- Por enganche: Contrato por parte de una empresa extranjera de manera internacional, ticket ida y vuelta.
- Expreso o tácito, y el primero, escrito o verbal: En tiempos actuales los contratos no son tácitos son expresos en donde se señalan las condiciones detalladas de trabajo por escrito.
- A sueldo, a jornal, en participación y mixto.: A sueldo es el valor mensual, a jornal es por día o semana, participación es pago con ganancias y mixto una combinación de sueldo con participación usado principalmente en actividades agrícolas.
- Contrato a tiempo fijo e indefinido: tiempo fijo contratos por un año e indefinido cuando no se expresa tiempo.
- Contrato de temporada: Contrato para determinada época del año (agricultura) y el empleado regresa de temporada a temporada.
- Ocasional: Contrato para cubrir necesidades que no son habituales a la empresa, no puede durar más de treinta días.
- A destajo: Contrato por unidad de obra (agrícola).
- Por obra cierta: por obra y precio determinado sin importar tiempos.
- Por tarea: trabajo en tiempo establecido o labor específica.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

3.2.4 Obligaciones del empleador

El empleador se verá obligado a cumplir todas las obligaciones establecidas en el artículo 42 del código del trabajo vigente (Codigo de relaciones laborales, 2005).

3.2.5 Décimo tercera y décimo cuarta remuneración

El código del trabajo en sus artículos 113 y 114 establece que:

- Décimo tercer sueldo: Equivaldrá a la doceava parte de lo ganado en el año en curso por el empleado.
- Décimo cuarto sueldo: Sera igual a un salario básico unificado.

Tabla 5: Décimo tercera y cuarta remuneración

Cargo	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo
Gerente General	\$ 800,00	\$ 340,00
Gerente de sistemas	\$ 500,00	\$ 340,00
Gerente de ventas y marketing	\$ 500,00	\$ 340,00
Gerente financiero	\$ 500,00	\$ 340,00
Gerente Académico	\$ 500,00	\$ 340,00
Asistente de sistemas	\$ 400,00	\$ 340,00
Asistente de ventas y marketing	\$ 400,00	\$ 340,00
Asistente financiero	\$ 400,00	\$ 340,00
Asistente académico	\$ 400,00	\$ 340,00

Elaborado por: Lina Luo

Fuente: Investigación

3.2.6 Fondos de reserva y vacaciones

Sobre los fondos de reserva y vacaciones el código del trabajo en el artículo 69 y 97 respectivamente establece que (Codigo de relaciones laborales, 2005):

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

- Fondos de reserva: Un sueldo anual después del primer año de labores.
- Vacaciones: lo ganado en un año dividido para 24.

Tabla 6: Fondo de reserva y vacaciones

Cargo	Fondo de reserva	Vacaciones
Gerente General	\$ 66,64	\$ 33,33
Gerente de sistemas	\$ 41,65	\$ 20,83
Gerente de ventas y marketing	\$ 41,65	\$ 20,83
Gerente financiero	\$ 41,65	\$ 20,83
Gerente Académico	\$ 41,65	\$ 20,83
Asistente de sistemas	\$ 33,32	\$ 16,67
Asistente de ventas y marketing	\$ 33,32	\$ 16,67
Asistente financiero	\$ 33,32	\$ 16,67
Asistente académico	\$ 33,32	\$ 16,67

Elaborado por: Lina Luo

Fuente: Investigación

3.2.7 Asociación de trabajadores.

Por la estructura organizacional de la empresa y su cantidad de empleados en el periodo analizado este punto no aplica en su desarrollo ya que consta con menos de 30 empleados (Codigo de relaciones laborales, 2005).

3.2.8 Inserción de discapacitados a puestos de trabajo

Bajo los estatutos del código del trabajo vigente la propuesta no se vería en la obligación de contratar a personas con discapacidades ya que la ley manda a hacerlo a partir de los 25 empleados, sin embargo como política interna de la organización se manejara la no discriminación en contrataciones por lo que sí es personal apto para un cargo será indiferente si este presenta discapacidades o no.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

3.2.9 Terminación de la relación laboral

La propuesta contempla llevar a cabo rigurosos ejercicios de contratación laboral para minimizar lo más posible el fin de las relaciones laborales con los empleados sin embargo esta posibilidad siempre está presente, para enfrentar este hecho la ley ecuatoriana faculta a lo siguiente:

- Despido intempestivo: Terminación laboral unilateral por cualquier motivo que el empleador considere. El trabajador tiene derecho a recibir lo ganado proporcionalmente hasta el día de funciones más una liquidación equivalente a una remuneración por cada año de trabajo.
- Mutuo Acuerdo: La relación laboral se da por terminada mediante un previo acuerdo entre el empleador y trabajador, este último recibirá solo los valores de los proporcionales correspondientes.
- Visto bueno: Proceso administrativo solicitado al Ministerio de Relaciones Laborales para despedir a un trabajador sin derecho a una liquidación por causa de alguna falta grave que debe ser demostrada y denunciada en no más de 48 horas de la misma.
- Desahucio: Es una notificación que se hace al empleador de que la relación laboral ha terminado a través del Ministerio de Relaciones Laborales. Los beneficios económicos son: los proporcionales más el 25% de una remuneración por cada año de trabajo (Codigo de relaciones laborales, 2005).

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

3.3 Contratación civil.

3.3.1 Principios básicos de contratación

Un contrato es un acuerdo de voluntades en donde ambas partes salen beneficiadas por su cumplimiento.

Para la propuesta tener una cultura de contratos será de fundamental importancia al momento de operar ya que le permitirá establecer claras responsabilidades en las diferentes situaciones que podrían presentarse.

3.3.2 Contrato de prestación de servicios.

Los contratos de prestación de servicio serán fundamentales para la organización ya que a través de estos se mantendrá una planta docente suficiente para las operaciones normales de la empresa, los mismos se constituyen como acuerdos entre a las partes donde una se obliga al cumplimiento de una labor a cambio de una remuneración.

3.3.3 Principales cláusulas de contratos de prestación de servicios.

Las principales cláusulas de estos contratos son:

- Generalidades: Datos informativos de las partes (información personal requerida)
- Antecedentes: descripción detallada de las partes del contrato.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

- Objeto: la razón o tarea por la que se celebra el contrato.
- Plazo: el tiempo de duración del contrato (dependerá del objeto)
- Procedimiento: Generalidades para el correcto cumplimiento del objeto del contrato.
- Precio: el valor que se deberá cancelar para que el contratado efectúe el objeto del contrato.
- Forma de pago: la manera en la que se entregará el precio del contrato (plazos, modo de pago, etc.).
- Terminación anticipada: cláusulas por las cuales el contrato terminaría en sus funciones antes del plazo establecido: incumplimientos, faltas, modificaciones de las partes
- Solución de conflictos: en caso de conflicto se procederá a un proceso de mediación en los lugares hábiles para este fin.
- Aceptación y ratificación: declaración de aceptación del contrato, fecha y firma de las partes.

3.3.4 Soluciones alternativas a conflictos: Arbitraje y mediación.

En todos los contratos celebrados por la organización constara una clausula en la cual se establezca que cualquier tipo de reclamo o inconformidad que no pudiese ser solucionada por mutuo acuerdo de las partes serán llevados a cortes de mediación.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

3.3.5 Generalidades de la contratación pública.

Para propósitos del presente análisis la aplicación de este punto es innecesaria ya que la idea no se configura a contratar con el estado.

3.3.6 Contrato de confidencialidad.

Los contratos celebrados por la organización propuesta contarán con una cláusula de confidencialidad en la cual el contratado se compromete a no revelar información que pudiere resultar perjudicial o se configure como secreto industrial de la propuesta.

3.4 Políticas de buen gobierno corporativo.

3.4.1 Código de ética

El desarrollo del código de ética se basará en los valores establecidos en el capítulo 2 de esta propuesta y se elaborará en conjunto con los trabajadores de la organización para crear compromiso hacia el mismo.

3.4.2 Indicadores de gestión

La gestión de la organización se basará principalmente en:

- La revisión progresiva de ratios financieros.
- Evaluaciones de satisfacción por parte de los consumidores.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

3.4.3 Programa de compensaciones

En el periodo de análisis contemplado la propuesta solo entregara las compensaciones estipuladas en la ley ecuatoriana (Codigo de relaciones laborales, 2005).

3.4.4 Políticas de comunicación: Canales y frecuencia de comunicaciones.

Las políticas de comunicación de la empresa serán:

- Directa: bajo reuniones coordinadas vía medios electrónicos.
- Indirecta: Información general vía informativo web de la empresa así como publicaciones de los empleados en red social interna.

3.5 Propiedad Intelectual

3.5.1 Registro de marcas

El nombre comercial, slogan y logotipos identitarios serán protegidos por los estatutos de la ley de propiedad ecuatoriana en su entidad ejecutoria el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) luego de trámite que determine la originalidad del mismo así como cancelación de valor de tasas correspondientes, para propósito de esta propuesta se solicitara una protección extendida a los países de Latinoamérica (Congreso Nacional del Ecuador).

3.5.2 Manual de procesos productivos

La propuesta al no ser de carácter productivo no aplica a este punto.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

3.5.3 Derecho de autor

Todo código informático desarrollado por la empresa recibirá protección de derechos de autor de acuerdo a la ley ecuatoriana esta protección será automática, sin embargo se procederá a su registro en un periodo no mayor a los 6 meses de desarrollado y probado en versiones Beta.

3.5.4 Patente y modelo de utilidad

La propuesta no contempla la obtención de patentes de ningún tipo en el desarrollo normal de sus actividades.

3.6 Seguros

3.6.1 Incendio

La empresa contara con un programa de minimización de riesgos el cual permitirá reducir considerablemente la posibilidad de siniestros de este tipo por lo que en el espacio temporal analizado no aplicara a un seguro contra incendios.

3.6.2 Robo

La mayor parte de las transacciones monetarias de la empresa serán realizadas a través de medios electrónicos en canales seguros por lo cual no tomaría un seguro en esta área, en el caso de las instalaciones y equipos se optara por medidas preventivas y de seguridad.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

3.6.3 Fidelidad

Todo desacuerdo contractual que tenga la propuesta será debidamente resuelto en cortes de mediación por lo que no aplicara a un seguro de fidelidad.

3.6.4 Buen uso y anticipo de contrato

Este seguro es usado principalmente para contrataciones grandes como por ejemplo en el área de la contratación, el costo de las contrataciones proyectadas no justifica la inversión en un seguro de dichas características.

3.6.5 Maquinaria y equipos

La empresa contara con garantías extendidas en todos sus equipos por lo cual no se justifica invertir en este rubro.

3.6.6 Materia prima y mercadería

La propuesta al no ser de carácter comercial ni productivo no aplicara a un seguro para su materia prima o mercaderías.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

3.7 Presupuesto

Tabla 7: Presupuesto del entorno legal
PRESUPUESTO ENTORNO LEGAL

CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA	\$1000,00
ASISTENCIA LEGAL	\$200,00
TRÁMITES EN IEPI REGISTRO DE MARCA	\$150,00
TOTAL	\$1350,00

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: (Abogados Ecuador)

Tabla 8: Beneficios sociales

PROVISIÓN DE SUELDOS Y BENEFICIOS AÑO 1										
Cargo	Sueldo	13°		14°		Fondos de Reserva	Vacaciones	Aportaciones al IESS	Total Mensual	Total Anual
		Anual	Prov. Mensual	Anual	Prov. Mensual					
Gerente general	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 66,64	\$ 33,33	\$ 89,20	\$ 1.050,84	\$ 12.610,08
Gerente de sistemas	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 41,65	\$ 20,83	\$ 55,75	\$ 667,40	\$ 8.008,80
Gerente de ventas y marketing	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 41,65	\$ 20,83	\$ 55,75	\$ 667,40	\$ 8.008,80
Gerente financiero	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 41,65	\$ 20,83	\$ 55,75	\$ 667,40	\$ 8.008,80
Gerente académico y de servicio al cliente	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 41,65	\$ 20,83	\$ 55,75	\$ 667,40	\$ 8.008,80
asistente sistemas	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 539,59	\$ 6.475,04
asistente Vtas y MKT	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 539,59	\$ 6.475,04
Asistente financiero	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 340,00	\$ 28,33	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 539,59	\$ 6.475,04
TOTAL	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 333,33	\$ 2.720,00	\$ 226,67	\$ 333,20	\$ 166,67	\$ 446,00	\$ 5.339,20	\$ 64.070,40

Elaborado por: Lina Luo.
Fuente: Investigación

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

CAPÍTULO 4

AUDITORIA DE MERCADO

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

4. AUDITORIA DE MERCADO

4.1 PEST

Político

Ecuador es un país fluctuante en el aspecto político, con épocas de relativa estabilidad y otras de cambios constantes y repentinos, en historia reciente Ecuador paso de un periodo de altos tumultos y cambios de presidente a un periodo de estabilidad superior a los 7 años bajo un proyecto político denominado revolución ciudadana bajo la presidencia del Eco. Rafael Correa Delgado. (Recalde, 2014).

El gobierno nacional en historia reciente ha declarado la República Popular China como un socio estratégico en su desarrollo y financiamiento realizando con ellos acuerdos en ámbitos educativos, tecnológicos, de negocios, actividades de financiamiento y petroleros. (Camara de comercio de Guayaquil, 2014).

El estado ecuatoriano ubica a la cultura como otro factor importante entre el intercambio y relación con la República China y fomenta a través de facilidades en créditos que sus ciudadanos se potencien en sus capacidades al aprender este idioma. (Embajada de Ecuador-China, 2014).

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Un factor relevante de análisis para la propuesta que se enfoca en el entorno político es la aprobación de la ley de comercio electrónico en donde sus estatutos regulan algunas de las actividades que empresas de esta naturaleza realizan. (Congreso nacional, 2002).

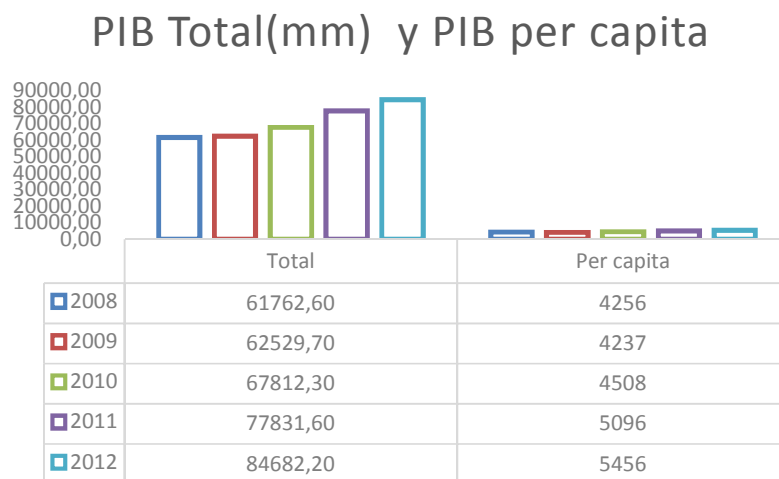
Económico

Las cifras macroeconómicas más importantes del Ecuador son:

PIB: Total y Per cápita

El producto interno bruto indica la producción real de un país transferida a valor monetario, la misma nos demuestra el desarrollo o estancamiento económico y el dinamismo de la economía, usualmente se analiza año a año y se presenta como valor total y per cápita es decir dividido para el número de habitantes. (Banco central, 2014).

Tabla 9: PIB



Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Inflación

La inflación mide la variación en los precios de una lista establecida por la república del Ecuador tradicionalmente dicha variación se considera para la estimación en el crecimiento de costos de proyecciones financieras. La inflación del Ecuador en el año 2013 termino en 2.7%, 2% menos que el periodo anterior. (Banco Central, 2014).

Riesgo país

El riesgo país es la estimación de riesgo inherente entre un país y otro, este se determina a través de una fórmula matemática en la cual se toma la tasa interna de retorno de los bonos del estado analizado y se le resta en la tasa correspondiente al valor de los bonos del estado americano finalmente se multiplica por 100 ese resultado, el valor obtenido se usa para estimaciones de TMAR de inversionistas y en Ecuador corresponde a 565 puntos. (Banco Central, 2014).

Social

En el ámbito social el Ecuador de tiempo recientes ha demostrado un salto en el aspecto de las capacitaciones y la inversión que realizan las empresas en esta área, esto combinado con políticas públicas de acceso a educación tanto dentro como fuera del país otorga un valor a iniciativas de capacitación incluidas las de idiomas (Ministerio de educación superior, 2014).

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Además en el ámbito comercial china posee fuertes vínculos con Ecuador siendo uno de los principales proveedores de bienes y productos terminados (Camara de comercio de Guayaquil, 2014), Relación que busca ser impulsada y transformada en transferencia de tecnologías y maquinarias con la iniciativa del cambio de la matriz productiva ecuatoriana (SENPLADES, 2014).

Tecnológico

El instituto nacional de estadísticas y censos en su investigación relacionada con las TIC señala:

- Tenencia de computadora: El instituto ecuatoriano de estadísticas y censos determina que hasta el año 2011 el 24.7% de la población ecuatoriana poseía una computadora de escritorio y un 9.8% laptops, mostrando un crecimiento de 0.75% en promedio del año anterior.
- Conexión a internet: En el año 2014 de acuerdo al estudio realizado por el INEC un 34.1% de la población utilizó el internet del cual el 29.1 % lo usó para actividades relacionadas a la educación.
- Telefonía móvil: El 46.6% de la población ecuatoriana posee teléfono celular de los cuales el 8.4% de la población para el año 2011 posee un Smartphone, la tasa estimada de crecimiento en telefonía celular es del 3% anual.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

4.2 Macro, meso y micro

Macro: El perímetro urbano de la ciudad de Guayaquil enfocado hacia potenciales clientes deseosos de aprender idiomas

Meso: La industria de la enseñanza y capacitaciones.

Micro: En el análisis micro se tomaran en cuenta los competidores, factor analizado en el punto 4.7 de esta propuesta particularmente en amenazas de los competidores y amenazas de nuevos entrantes.

4.3 Actividad de la industria: Estadísticas de ventas, importaciones y crecimiento de la industria.

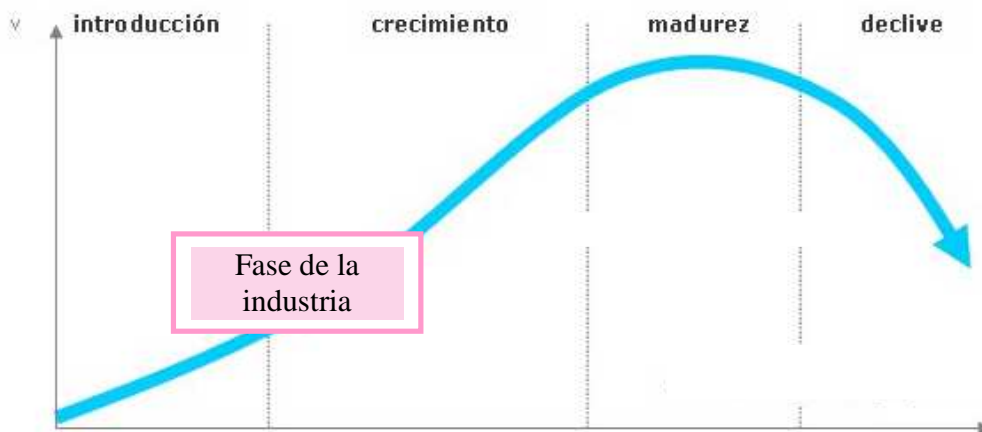
De acuerdo a la herramienta si emprende del INEC la situación de la industria de enseñanza de idiomas (Clasificada como P854913) en la ciudad de Guayaquil es:

- Ingresos del mercado: La industria de la capacitación en idiomas genera anualmente más de 28 millones de dólares en la ciudad de Guayaquil,
- Generación de empleo: en la ciudad de Guayaquil la presente industria contrata de manera directa a 151 individuos.
- Grupo objetivo: El grupo objetivo de la propuesta es de aproximadamente 848.000 individuos, que crecen a la par del crecimiento poblacional
- Inversión inicial promedio: El promedio de inversión inicial de las iniciativas relacionadas a la enseñanza de idiomas es de 436.000,00de los Estados Unidos de Norteamérica dólares los cuales incluyen infraestructura, profesorado, capital de trabajo y equipos necesarios para el funcionamiento de negocio.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

4.4 Análisis del ciclo de vida del mercado

Ilustración 1: Ciclo de vida del mercado



Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

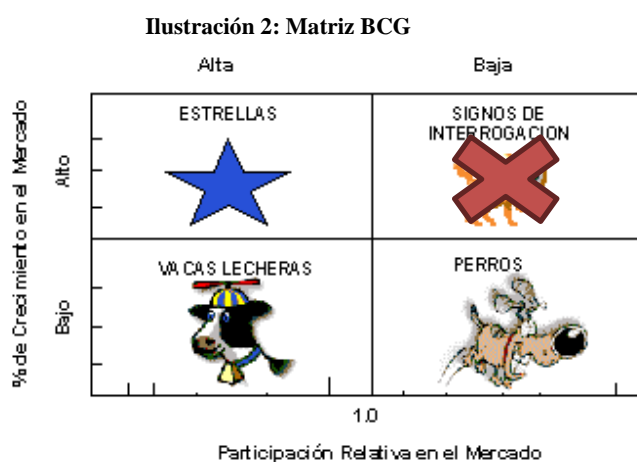
La industria de enseñanza de idiomas se encuentra en una fase de crecimiento generado por una renovada noción de la importancia de aprender idiomas en la población en general así como un desarrollo intensivo de idiomas en la educación primaria, secundaria y superior en el país. (Ministerio coordinador de conocimiento y talento humano, 2014).

Dentro de la industria se puede afirmar que en el caso del idioma chino el ciclo se encuentra en una fase más temprana (introdutoria).

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

4.5 Matriz BCG.

La matriz del Boston Consulting Groupnos permite analizar una empresa en dos áreas o ejes específicos, el nivel de crecimiento del mercado en el que se encuentra y la participación relativa de mercado que posee bajo estos parámetros al analizar la propuesta tenemos:

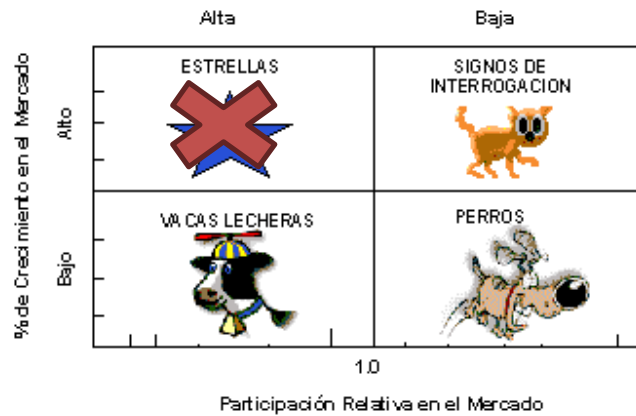


Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

La propuesta se configura en un mercado con crecimiento sostenido y elevado sin embargo al no encontrarse más que es desarrollo teórico no lleva consigo participación de mercado por lo que la misma se encuentra en el eje de interrogante de la presente matriz.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Ilustración 3: Posición de la empresa en el mercado

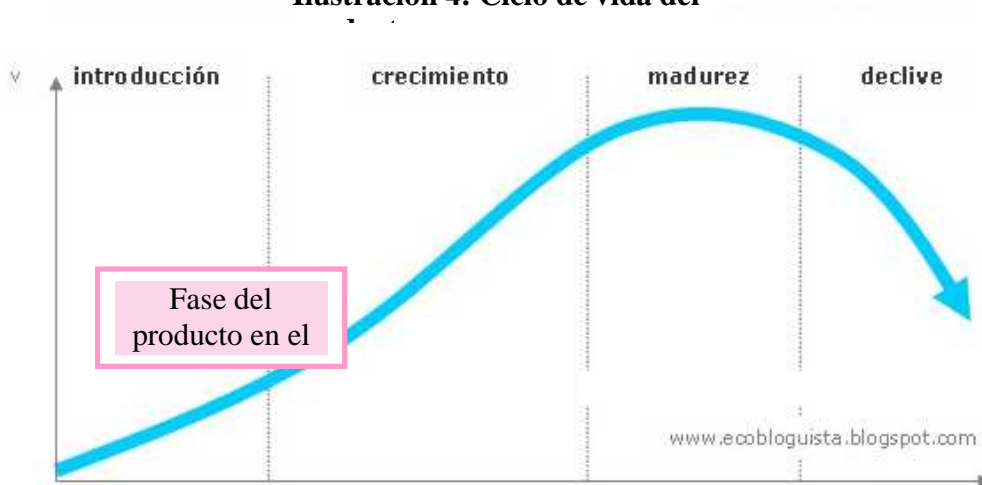


Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

Sin embargo se proyecta que para el final del periodo analizado el crecimiento del mercado se mantenga y la propuesta gane participación en el mercado suficiente para considerarse estrella.

4.6 Análisis del ciclo de vida del producto en el mercado.

Ilustración 4: Ciclo de vida del



“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

Al encontrarse la propuesta en análisis para su eventual lanzamiento, su posición en el ciclo de vida es previa a la introducción en una fase denominada de planeación.

4.7 Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter.

- Nuevos competidores(3/5):

El ingreso de nuevos competidores al mercado de enseñanza de idiomas en Guayaquil es limitado, existen empresas consolidadas en el área particularmente en el idioma inglés que se consideran una barrera de entrada.

Los cursos de idioma mandarín presentan así mismo otra dificultad para su lanzamiento, la necesidad de personal capacitado tanto en idioma como en educación.

Aunque el riesgo de imitación en iniciativas web es elevado las mismas deberán enfrentarse a las mismas barreras expuestas para cursos de mandarín.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

- Rivalidad entre competidores existentes.(4/5):

La rivalidad entre los competidores es intensa se demuestra por la fuerte inversión realizada en publicidad para estos productos.

Sin embargo la propuesta busca contrarrestar esto buscando un nicho de mercado al cual estas opciones más tradicionales no le sean convenientes.

- Poder de negociación de los proveedores (2/5).

La naturaleza de la propuesta permite tener varios proveedores de los servicios de enseñanza ya que estos se suscriben de manera online, la oferta de profesores bilingües en español y mandarín es elevada ya que la cultura China en el Ecuador y América latina es abundante y muy capacitada profesionalmente.

- Poder de negociación de los clientes (3/5).

Al ser una industria tan competitiva el cliente por lo general buscara elegir la opción con mayor valor agregado o la mejor relación calidad precio, este tipo de inversiones no son por impulso y generalmente toman un tiempo de consideración antes de tomar la decisión de compra.

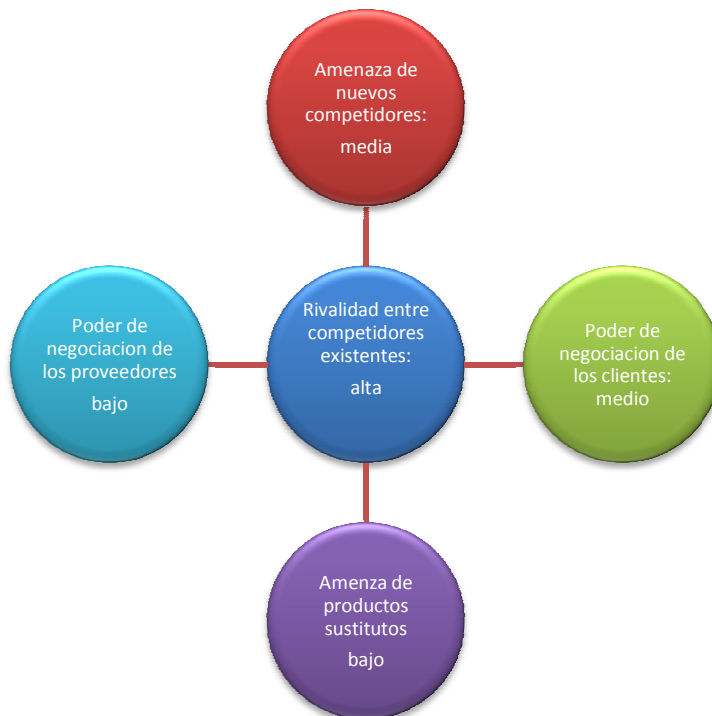
- Sustitutos y complementarios:(2/5)

Existen sustitutos para esta propuesta (Cursos de otros idiomas) sin embargo en el Ecuador la naturaleza online de la misma la faculta a limitar ese riesgo.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

En el caso de academias de idiomas al considerarse en un espectro más amplio los sustitutos aumentan sin embargo la necesidad satisfecha es diferente.

Ilustración 5: Fuerzas de Porter



Elaborado por: Lina Luo.
Fuente: Investigación.

4.8 Análisis de la oferta

A continuación se analizará la oferta del mercado y sus potencialidades.

4.8.1 Tipo de competencia

La propuesta enfrentará dos tipos de competencia:

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Competidores directos: Todos los que ofrezcan el servicio de enseñanza de idioma Mandarín, en la ciudad no existe oferta de este servicio en modalidad online.

Competidores indirectos: los que ofrezcan otros idiomas de los cuales el idioma predominante del mercado es el inglés.

4.8.2 Market Share: Mercado real y potencial

Mercado potencial: Habitantes de la ciudad de Guayaquil en total más de 2’921.158 habitantes (El universo, 2014).

Mercado meta: Definido previamente totaliza más de 848.000 individuos.

Mercado real: Por la capacidad real de la empresa se aspira a un total de 100 alumnos en el primer año con una proyección de crecimiento anual del 30 por ciento neto es decir alumnos que duran más de un año más alumnos entrantes..

4.8.3 Características de los competidores: liderazgo, antigüedad, ubicación productos principales y línea de precio.

Tabla 10: Características de los competidores.

Competidores	Liderazgo	Antigüedad	Ubicación	Rango de precios	Línea de productos
Instituto Confusio	ALTO	4 años	Norte de Guayaquil	Mensualidad 100 usd	Cursos de chino mandarín
Templo Budista	MEDIO	7 años	Norte de Guayaquil	Mensualidad 100 usd	Cursos de chino mandarín

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Elaborado por: Lina Luo.
Fuente: Investigación.

4.8.4 Benchmarking: Estrategia de los competidores y contra estrategia de la empresa.

Tabla 11: Benchmarking.

Competidores	Contra estrategia
Liderazgo en precios	Facilidades de pago a crédito, uso de tarjetas nacionales.
Ubicación privilegiada	Herramienta web de acceso Global.
Personal capacitado	Personal de China con experiencia vital en el idioma.

Elaborado por: Lina Luo.
Fuente: Investigación.

4.9 Análisis de la demanda

A continuación se analizara la demanda de la industria en la cual la propuesta se enfoca.

4.9.1 Segmentación de mercado

La propuesta contempla enfocarse en hombres y mujeres mayores a los 18 años hasta los 50, profesionales, que vivan en la ciudad de Guayaquil.

4.9.1.1 Criterio de segmentación

Los criterios de segmentación serán:

- Ubicación: Perímetro urbano de la ciudad de Guayaquil.
- Edad: entre los 18 a 50 años.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

- Género: Masculino y Femenino.
- Clase social: Media típica a alta.
- Nacionalidad: Ecuatoriana.
- Nivel profesional: Universitario o superior.

4.9.1.2 Selección de segmentos

Se selecciona en el segmento a todos los individuos que cumplan los parámetros establecidos en los criterios de segmentación, aproximadamente 800.000 individuos.

4.9.1.3 Perfiles de segmentos

El perfil del segmento escogido es el siguiente:

- Demográfico: Personas residentes en la ciudad de Guayaquil.
- Social: Clase social media típica a alta.
- Tecnológico: Personas con conocimientos básicos de internet que posean una computadora, Tablet o Smartphone.

4.10 Matriz F.O.D.A.

A continuación se analizarán los parámetros que afectan a la propuesta de manera interna y externa por medio de una matriz FODA.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Tabla 12: FODA

Ámbito Interno	Fortalezas	Debilidades
Ámbito Externo	<ul style="list-style-type: none"> Facilidades de pago Personal de china Flexibilidad de oferta 	<ul style="list-style-type: none"> Poca experiencia Falta de posicionamiento Bajos recursos económicos
Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> Relaciones entre China-Ecuador Alianzas Estratégicas Aumento de consumo de internet y tenencia de computadora 	<ul style="list-style-type: none"> Ofertas en universidades y empresas Obtención de certificación con China 	<ul style="list-style-type: none"> Consultoría con empresas especializadas Crecimiento orgánico
Amenazas <ul style="list-style-type: none"> Entrada de competidores imitación bajo interés en el idioma 	<ul style="list-style-type: none"> Diversificar oferta Manejo online, telefónico y en empresa Política de prueba 	<ul style="list-style-type: none"> Venta de plataforma Liquidación de operaciones

Elaborado por: Lina Luo.
Fuente: Investigación.

4.11 Investigación de mercado

En los siguientes puntos se analizara lo relevante a la investigación de mercado para la propuesta Easy Mandarín.

4.11.1 Métodos

Los métodos que se usaran en la investigación son:

- Cualitativo: Entrevistas a profundidad, ejecutivos.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

- Cuantitativo: Encuestas a personas del mercado meta previamente establecida, el tamaño de la muestra será determinado por la fórmula de proporciones.

4.11.2 Diseño de la investigación

A continuación se presenta lo referente a la investigación cuantitativa.

4.11.2.1 Objetivos de la investigación: Generales y específicos.

Objetivo general

Conocer el nivel de agrado a la creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E learning del idioma mandarín.

Objetivos específicos

- Conocer los idioma que habla y escriben en la actualidad.
- Determinar el nivel de importancia que le dan al idioma mandarín los entrevistados.
- Conocer el método ideal de impartir las clases de este idioma (Presencial, semi presencial, e-learning, entre otros).
- Determinar nivel de agrado a la creación del instituto que enseñara el idioma mandarín.
- Conocer los horarios ideales para recibir la enseñanza del idioma mandarín.
- Establecer disposición de inscribirse en el instituto de enseñanza del idioma mandarín.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

4.11.2.2 Tamaño de la muestra.

El tamaño de la muestra será determinado a través de la fórmula de proporciones que indica que se consideran poblaciones infinitas a las que superen los diez mil individuos.

El estudio mantendrá un margen de 5.7% de error y 95% de confianza.

Tabla 13: Tamaño de la muestra

Tamaño de la muestra	
Infinita	
P =	0,5
E =	5.7%
N =	1272000
Z =	1,96
n =	295

Elaborado por: Lina Luo.

Fuente: Investigación.

4.11.2.3 Técnica de recogida y análisis de datos

4.11.2.3.1 Exploratoria

En una entrevista realizada a tres individuos profesionales:

- Empresario Wilmer Ocaña.
- Master Shirley Salazar
- Ing. Juan Francisco León

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

A los mismos se les consulto varias preguntas de las cuales a continuación se realiza un análisis:

1. ¿Cuáles son los productos tecnológicos que poseen?

En la entrevista ellos expresaron poseer Smartphone, tabletas, laptops y otros artefactos expresaron que siempre llevaban consigo al menos un artefacto.

2. ¿Cuáles son los idiomas que hablan y escriben en la actualidad?

Dos de los encuestados expresaron que en su juventud aprendieron el idioma inglés, el empresario Ocaña manifestó que al practicarlo de manera constante ha logrado un dominio del 90% del mismo, mientras que el ingeniero León dice que actualmente se encuentra en un 50% de capacidad con el idioma.

La Master Shirley Salazar afirma no conocer ningún otro idioma además del español.

3. ¿Les gustaría aprender otro idioma? ¿por qué?

En esta consulta todos los entrevistados afirmaron que estarían interesados en dominar otro idioma además del español o inglés en el caso de los que lo dominan, inmediatamente expresaron interés en el mandarín por diversos motivos pero principalmente orientados al aspecto profesional.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

¿Les agradaría un instituto que enseña el idioma mandarín?

Luego de presentarle el concepto a los entrevistados ellos afirmaron que por su apretada agenda laboral una iniciativa online para aprender el idioma mandarín sería una alternativa muy interesante.

Explicaron que la ventaja de una iniciativa de esa naturaleza es que permitiría aprender el idioma sin interrumpir sus otras áreas sean estas laborales o personales.

4.11.2.3.2 Concluyente

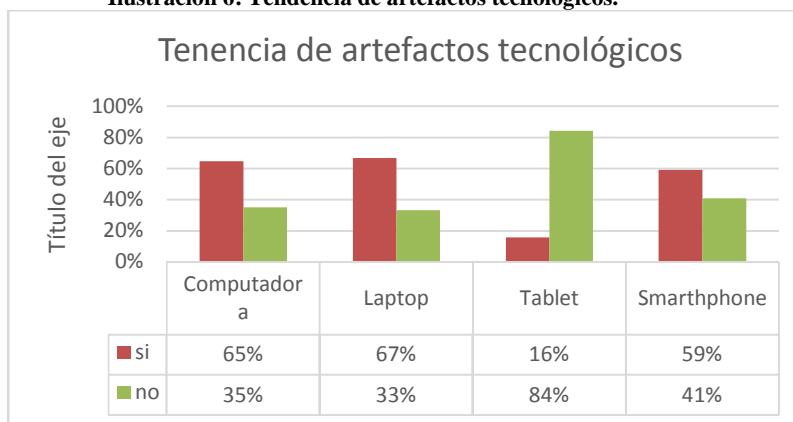
El análisis concluyente de la investigación se efectuó a través de encuestas a 300 individuos y se procesó a través del sistema informático SPSS.

4.11.2.1 Análisis de datos.

La investigación arrojó los siguientes resultados:

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Ilustración 6: Tendencia de artefactos tecnológicos.

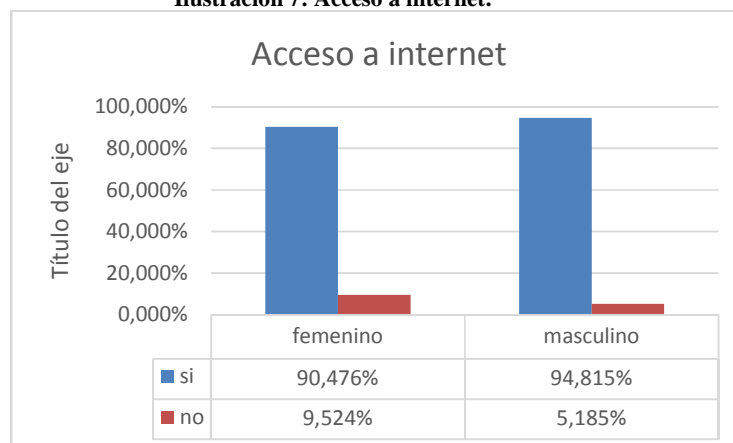


**Elaborado por: Lina Luo.
Fuente: Investigación.**

*Base 300 encuestas

Entre los encuestados se determina un considerable uso de artefactos electrónico siendo los menos comunes las tabletas.

Ilustración 7: Acceso a internet.

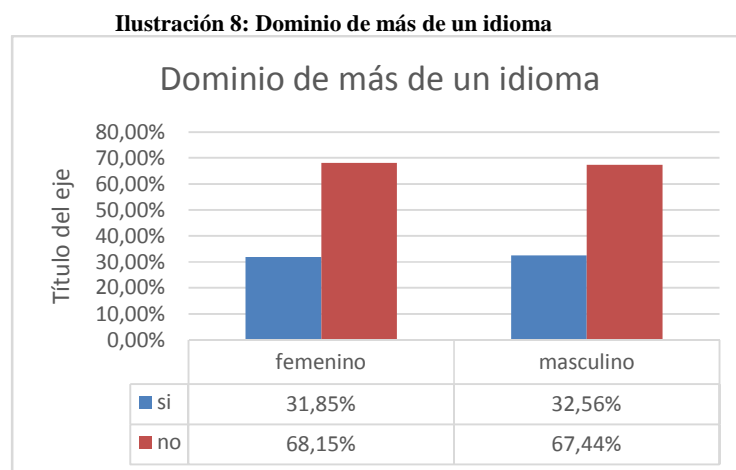


**Elaborado por: Lina Luo.
Fuente: Investigación.**

*Base 282 encuestados

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

De los encuestados la mayoría de ellos tiene acceso a internet sea de manera móvil o fija, en las encuestas la mayoría expreso esto como una necesidad personal o de terceros en su hogar.



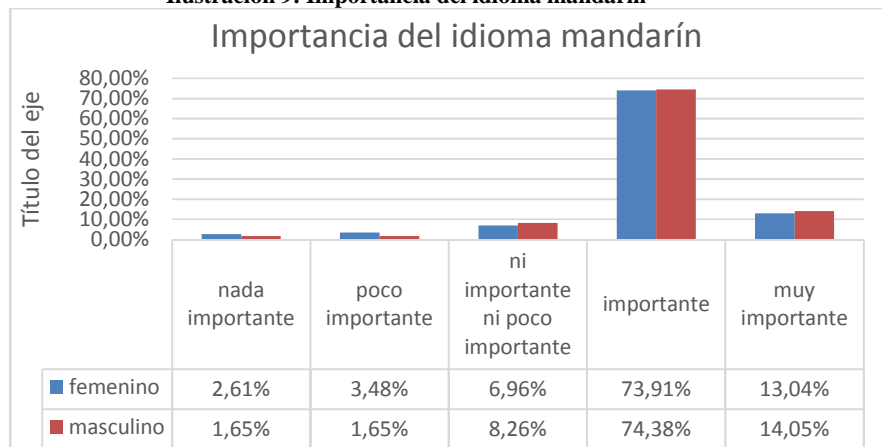
Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

*Base 264 encuestados

De los encuestados más de dos tercios expreso no tener dominio de ningún otro idioma además del español de los que manifestaron si tenerlo más del 90% expresaron que era el inglés.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Ilustración 9: Importancia del idioma mandarín



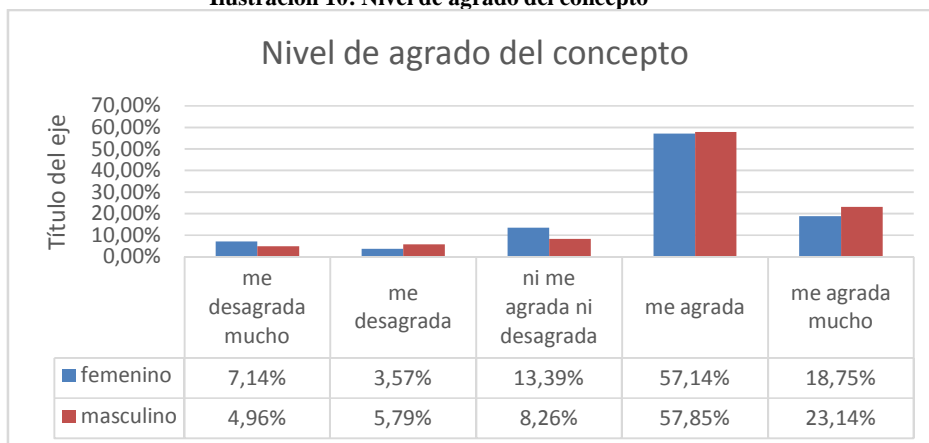
Elaborado por: Lina Luo

Fuente: Investigación

*Base 236 encuestados

De los encuestados al consultárseles que nivel de importancia le otorgaban al aprendizaje del idioma mandarín para el desarrollo profesional más del 80% de hombres y mujeres expresaron que lo consideran importante o muy importante.

Ilustración 10: Nivel de agrado del concepto



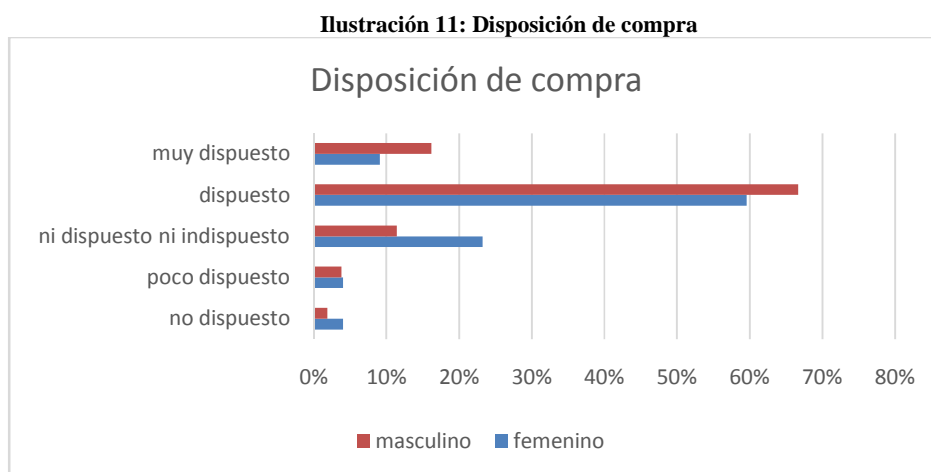
Elaborado por: Lina Luo

Fuente: Investigación

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

*Base 233 encuestados.

Al presentárseles el concepto de la propuesta se solicitó que expreses su agrado a la misma, obteniendo como resultado más de 75% de agrado entre el segmento masculino y femenino, en el caso de los resultados negativos la gran mayoría de los individuos manifestaban que no creen que aprender a través del computador sea la mejor manera de hacerlo.

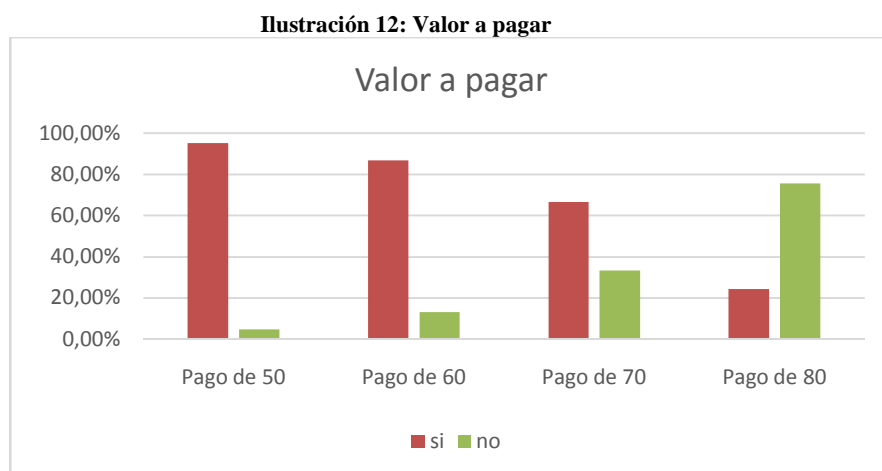


Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

*Base 204 encuestas

Al consultarle a los que expresaron agrado por la propuesta si estarían dispuestos a participar de ella y los cursos que brinda un 70% de hombres y un 64% de mujeres manifestaron mostrarse interesados en participar en ella.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.



Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

*Base 200 encuestados.

Al consultarse qué valor estarían dispuestos a pagar los encuestados se mostraron interesados hasta un valor de setenta dólares la mensualidad al consultarles por un valor superior más de 2 tercios de los encuestados manifestaron su rechazo.

4.11.2.2 Resumen e interpretación de resultados.

Realizado en el punto 4.11.2.1 de la presente propuesta.

4.11.3 Conclusiones de la investigación.

La investigación de mercado otorgo las siguientes conclusiones:

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

- La penetración del internet en el mercado meta es elevada.
- La propuesta es de agrado para la mayoría de los miembros del mercado meta consultado.
- El precio máximo que la propuesta podría cobrar por mensualidad es de 70 USD.

4.11.4 Recomendaciones de la investigación de mercado.

El presente estudio recomienda:

- Incentivar campañas publicitadas orientadas a los beneficios de aprender el idioma mandarín.
- Orientar campañas web a personas que dominen más de un idioma.
- Mejorar la plataforma y hacerla asemejarse a clases en aulas.

4.12 Cuantificación de la demanda

A continuación se detalla lo determinado en el punto segmentación de mercado de la presente propuesta.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

4.12.1 Identificación de mercado potencial y demanda potencial insatisfecha.

Como se determina en el punto 4.3 de la presente propuesta el mercado potencial de la misma es de 848.000 individuos sin embargo por limitaciones en la capacidad de la propuesta se proyecta un rango de entre 50 a 100 alumnos máximo por periodo académico.

4.12.2 Payback y proyección de ventas

La proyección de ventas de la presente propuesta se encuentra anexada en el punto 7.6.2.1 en el área del estudio financiero de la misma.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5. PLAN DE MARKETING

5.1 Objetivo: General y específico

Objetivo general

Desarrollar un plan de marketing que permita un aumento sostenido del posicionamiento, sea financieramente sostenible y permita a la propuesta alcanzar sus objetivos en ventas.

Objetivos específicos

- Mantener una satisfacción del cliente mayor al 75%.
- Alcanzar un crecimiento anual del 10% en ventas.
- Alcanzar un 50% de reconocimiento de marca por parte del mercado meta objetivo al final del periodo analizado.

5.1.1 Mercado meta: Ventas y Utilidad esperada

A continuación se detallan las generalidades del mercado meta establecida.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.1.1.1 Tipo de estrategias de penetración

Para ingresar al mercado la propuesta usara una estrategia de penetración que se enfocara en el crecimiento orgánico de la propuesta en tres bases mantener clientes, atraer clientes de la competencia e introducirse a nuevos mercados. (Valiño, 2014).

5.1.1.2 Cobertura

La propuesta buscara cubrir el perímetro urbano de la ciudad de Guayaquil.

5.2 Posicionamiento

5.2.1 Estrategia de posicionamiento: posición, objetivo, segmento, atributos, calidad percibida, ventaja competitiva, símbolos Identitario.

La propuesta por encontrarse actualmente en fase de desarrollo no posee posicionamiento en la mente del consumidor sin embargo algunos de los parámetros necesarios y a los cuales se apunta alcanzar son:

- **Objetivo:** Posicionarse como la mejor alternativa en aprendizaje del idioma mandarín para los miembros del mercado meta.
- **Segmento:** Segmento profesional o universitario de edades entre 25 a 55 años.
- **Atributos:** Los atributos que la propuesta desea proyectar son:

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

- Flexibilidad
 - Seriedad
 - Facilidad de pago y acceso
 - Alta disponibilidad
 - Seguridad
 - Desarrollo académico
-
- Calidad percibida: La propuesta buscara ser percibida con una calidad elevada medible a través de reseñas y evaluaciones por parte de sus clientes.

 - Ventaja competitiva: La propuesta centra su ventaja competitiva en la diferenciación, buscando separarse de sus competidores principales y ofertando sus servicios a nichos de mercados no explotados.
 - Símbolo identitario



El simbolo identitatio de la propuesta contempla un dragon en representacion a la relacion de la misma con China, como eslogan se propone “El lenguaje del futuro”.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.2.2 Valoración del activo de la marca

La valoración del activo de la marca actual es de 0 sin embargo cuando la propuesta se encuentre en funcionamiento se reevaluara este concepto usando los siguientes parámetros:

Tabla 14: Valoración de Activo de la Marca

Pilares	Descripción en la propuesta
Diferenciación	La diferenciación de la propuesta en su flexibilidad y diversidad de oferta además de su naturaleza online.
Energía	En un futuro se puede expandir a otros mercados u otras ciudades.
Relevancia	Se han tomado en cuenta los principales integrantes del mercado potencial al enfocar esta propuesta.
Estima	Se buscara crear un vínculo con el cliente permitiéndole interactuar con el personal de la propuesta así como entre otros alumnos.
Conocimiento	En la web se colocará toda la información general del curso, en la misma existirá un enlace para contactarse con un asistente de servicio al cliente designado para una atención personalizada.

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

5.3 Marketing Mix

5.3.1 Estrategia de producto o servicios

La propuesta planteada desarrolla una estrategia de diferenciación enfocándose a un nicho de mercado al ofrecer la enseñanza del idioma mandarín.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.3.1.1 Descripción del producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, imagen, slogan, producto esencial, producto real, producto aumentado.

- Definición: Enseñanza de idioma chino, lengua sinotibetana más extendida del idioma chino.
- Slogan: El lenguaje del futuro, hace referencia a la tendencia de los idiomas.
- Producto esencial: Enseñanza de idiomas.
- Producto real: Idioma mandarín.
- Producto aumentado: Facilidad de acceso al aprendizaje durante las 24 horas del día.

5.3.1.2 Adaptación o modificación del producto: componente central, Empaque y servicio de apoyo, requerimientos del cliente, condiciones de entrega, transporte, embalaje, etc.

El presente punto no aplica directamente en la propuesta al tratarse de una oferta de servicios sin embargo en los siguientes puntos se aplicara:

- Requerimientos del cliente: Determinados por la investigación de mercado se modificaran de acuerdo a estudios periódicos de los clientes
- Servicio de apoyo: Atención online y por llamada telefónica para resolver dudas e inconvenientes.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.3.1.3 Empaque: reglamento del mercado y etiquetado

La propuesta no debe regirse a ninguna normativa de empaque o etiquetado ya que no contempla productos con esa necesidad.

5.3.1.4 Amplitud y profundidad de línea

La propuesta contempla la prestación de un solo servicio en el periodo analizado por lo que su amplitud y profundidad se limita a dicho producto, es decir al curso de idioma mandarín en la web.

5.3.1.5 Marcas y submarcas

La propuesta contempla el uso de una marca única para su línea de productos denominada “Easy Mandarin”.

5.3.2 Estrategias de precios

A continuación se señala por que se optó por una estrategia de precios a la par del mercado para la propuesta.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.3.2.1 Precios de la competencia

Como se señala en el punto 4.8.3 de esta propuesta los precios de los competidores son homogéneos en el mercado obteniendo la mayor parte de sus clientes a través de publicidad y ubicación geográfica conveniente.

5.3.2.2 Poder adquisitivo del mercado meta

El mercado meta al estar ubicado en la clase media típica a alta tiene un poder adquisitivo elevado, además el estudio de mercado permitió determinar que el valor que estarían dispuestos a pagar por este tipo de servicio es suficiente para considerar a la propuesta desde un punto de vista financiero.

5.3.2.3 Expectativas de accionistas.

La propuesta no contempla entrega de utilidades a accionistas en el periodo analizado ya que se enfocaran sus ingresos en la reinversión, sin embargo entre los requisitos principales de los accionistas se considera el crecimiento sostenido de la organización y que su tasa interna de retorno supere a la TMAR (Tasa mínima aceptable requerida).

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.3.2.4 Políticas de precio: Sobreprecio y descuento, márgenes brutos de la compañía, precio al menudeo, términos de venta, métodos de pago.

La propuesta contempla una política de precio equiparado al promedio del mercado, para mantenerse competitiva en el entorno nacional así mismo se considera lo siguiente:

- Descuentos: La propuesta contempla exoneraciones en pagos de matrículas, así como descuento a ingresos en parejas y grupales no mayores a 35% ni con una duración mayor a tres meses de la inscripción.
- Términos de venta: la venta será a través de una página web o físico en oficinas.
- Métodos de pago: Los pagos serán a través del internet usando tarjeta de crédito o transferencia bancaria, también se podrán aceptar depósitos bancarios.

5.3.3 Estrategia de plaza y distribución

Para la propuesta se contempla:

- Plaza: Para funciones de asistencia al cliente y manejo de operaciones se utilizara una plaza física en el norte de la ciudad de Guayaquil a modo de oficina.
- Distribución: La distribución del servicio de la propuesta se realizara de manera virtual en su página web en un enlace directo empresa-cliente.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.3.3.1 Localización

A continuación se desarrolla los puntos relacionados a la localización física del centro de operaciones de la propuesta.

5.3.3.1.1 Macro Localización

La macro localización de la propuesta será en el Ecuador, en la provincia del Guayas, en la ciudad de Guayaquil.

Se elige a esta ciudad por ser un polo de crecimiento del Ecuador así como su capital comercial.

5.3.3.1.2 Micro localización

Las razones por las que se eligió a Guayaquil como lugar estratégico para el desarrollo de la presente propuesta son:

- Centro principal del comercio exterior del Ecuador.
- Desarrollo tecnológico y de acceso a internet de la ciudad.
- Cantidad elevada de negocios.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Los principales métodos de transporte en Guayaquil son:

- Metrovía: Buses articulados bajos rutas fijas con carril propio. (Fundacion Metrovia, 2014)
- Buses Urbanos
- Taxis

5.3.3.1.3 Ubicación

La propuesta contempla localizarse en el norte de la ciudad de Guayaquil, en la av. Francisco de Orellana a la altura de Samanes 7 en una oficina alquilada para este propósito.

5.3.3.1.4 Distribución de espacio

Ilustración 13: Distribución del espacio



“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

- Zona azul: Recepción
- Zona naranja: Aula y sala de juntas
- Zona verde: Área de sistemas
- Zona roja: Gerencia
- Zona celeste: Área común oficinas de colaboradores.
- Zona negra: Baños.
- Área: 80 metros cuadrados.

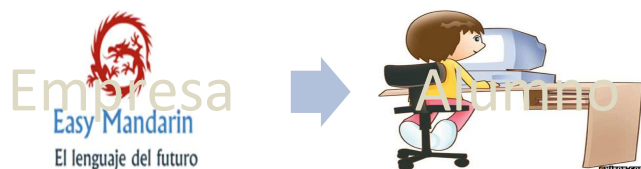
5.3.3.2 Sistema de distribución comercial

5.3.3.2.1 Canales de distribución

La distribución de los servicios de la propuesta se realizara de manera virtual en una modalidad Business tocustomer.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Ilustración 14: Canales de distribución



Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

5.3.3.2.2 Penetración de mercados urbanos y rurales.

La propuesta no contempla penetración en mercados rurales, la penetración en mercados urbanos se realizara en base a publicidades intensivas con enfoque principal en la web.

5.3.3.2.3 Logística

La logística de la empresa será automatizada, los alumnos recibirán sus clases en horas previamente fijadas por ellos de acuerdo a una disponibilidad establecida, posterior a eso

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

ingresaran un usuario y contraseña en el momento de la clase y entraran en un salón virtual para la lección correspondiente.

5.3.3.2.4 Red de ventas

Por la naturaleza de la propuesta no se aplicaría el modelo de red de ventas en la misma.

5.3.3.2.5 Política de servicio al cliente: preventa, post-venta quejas, reclamaciones,

Devoluciones.

- Preventa: Servicio informativo de manera activa a través de asesores de atención al cliente y de manera pasiva a través de información expuesta en web.
- Post-venta: Contacto constante con el alumno a través de informativos web, redes sociales y correos electrónicos.
- Quejas y reclamaciones: Realizadas a través de página clasificatoria de la web, cada queja será analizada y de ser necesario se brindara una compensación al perjudicado.
- Devoluciones: El modelo de negocio de la propuesta no contempla devoluciones.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.3.4 Estrategias de promoción

5.3.4.1 Estrategias ATL Y BTL

Por la naturaleza de la propuesta la publicidad de la misma será intensiva y llevada a cabo en las dos modalidades ATL Y BTL.

ATL

BTL

- Correos electrónicos masivos
- Facebook adds
- Google adds
- Clasificados de internet
- Eventos de integración cultural

5.3.4.2 Elaboración de diseño y propuesta publicitaria: concepto y mensaje

La propuesta publicitaria inicial de Easy Mandarín se centrara en la potencialidad del idioma mandarín para el desarrollo personal y profesional de un individuo potencializando sus capacidades al dominar el idioma del futuro de los negocios convirtiéndose en elementos estratégicos de una negociación con el gigante asiático.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Concepto: “El idioma del futuro”, conjunto de publicidades en varios medios que muestren situaciones en las que hablar mandarín podría beneficiar al individuo profesional y personalmente.

Mensaje: Valorar el idioma y la cultura oriental como un valor agregado a las capacidades profesionales de un individuo.

Diseño:

Ilustración 15: Diseño publicitario



Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Ilustración 16: Diseño Publicitario



Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

Ilustración 17: Diseño Publicitario



Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.3.4.3 Promoción de ventas

A continuación se detallan las generalidades de la promoción en ventas de la propuesta.

5.3.4.3.1 Venta personal

La propuesta proyecta realizara la mayor parte de sus ventas de manera online sin embargo el personal de servicio al cliente estará capacitado para realizar un cierre efectivo de ventas en las instalaciones físicas de la propuesta.

5.3.4.3.2 Trading

La propuesta contempla participar en las ferias de integración cultural China- Ecuador realizadas por la cámara de comercio china y la embajada de ese país a partir del sexto año de operaciones.

5.3.4.3.3 Clienting

Como propuesta de incentivo a la excelencia al mejor alumno de cada periodo electivo se le financiara la realización del examen de suficiencia en idioma mandarín HSK a modo de motivar al alumnado con esta certificación del gobierno Chino (siyuan, 2014).

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.3.4.4 Publicidad

A continuación se detalla lo relacionado a la publicidad de la propuesta.

5.3.4.4.1 Estrategia de lanzamiento

En el presupuesto de campañas de publicidad estará contemplado el desarrollo de una campaña previo lanzamiento al público en la que se cree expectativa en el consumidor, con el uso de mensajes referentes a la cultura China.

5.3.4.4.2 Plan de medios

El manejo de los medio ATL utilizados por la propuesta será externalizado a una empresa consultora especializada en ese ámbito.

Los medios BTL utilizados por la propuesta estarán a cargo de Gerente de ventas y marketing de la propuesta que deberá presentar un informe bimensual de avance y logro de las diferentes iniciativas efectuadas.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.3.4.4.3 Mindshare

La propuesta al no estar siendo efectuada posee un Mindshare (posicionamiento en mente del consumidor) del 0%.

Sin embargo la propuesta buscara alcanzar un mindshare del 15% del mercado meta al final del periodo analizado, usando para este propósito sus diferentes iniciativas de promoción.

5.3.4.4.4 Publicidad blanca

La propuesta no contemplara iniciativas de publicidad blanca en el periodo analizado.

5.3.4.4.5 Merchandising

La propuesta por su naturaleza no aplicara Merchandising en sus operaciones.

5.3.4.4.6 Relaciones públicas

Las relaciones públicas de la propuesta serán manejadas por el gerente general de la misma para imagen institucional y por el gerente académico en la relación empresa-instructores.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.3.4.4.7 Marketing relacional

La propuesta contempla la utilización de un software CRM que permitan el control de la base de datos de los clientes y a través de la cual se manejaran.

Mensajes publicitarios: Los clientes que accedan al servicio recibirán periódicamente publicidades de la propuesta.

Mensajes fechas especiales: como iniciativa de acercamiento al cliente la plataforma almacenara información importante acerca del cliente particularmente relacionada a fechas y se contactara con el como gesto de acercamiento.

Mensajes de noticias (Newstellers): así mismo los clientes recibirán noticas de interés sobre la cultura china o su relación con Ecuador.

5.3.4.4.8 Insight marketing

La propuesta a través de interacción web cliente analizara a sus clientes para obtener insights directamente desde ellos que permitan optimizar las estrategias publicitarias efectuadas.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.3.4.4.9 Gestión de promoción electrónica del trabajo de titulación

A continuación se detalla lo referente al manejo en línea de la propuesta.

5.3.4.4.9.1 Estrategias de E-commerce, E-business e E-marketing

La empresa aplicara lo siguiente:

E-commerce: La propuesta se orienta a ser una plataforma de E-learning aplicando los puntos previamente expuestos, su línea de negocio se dedicara a la enseñanza del idioma mandarín a través de la web en la ciudad de Guayaquil.

E-marketing: El punto de marketing de la organización ya fue analizado previamente en el presente capítulo, dichas iniciativas se complementarán con estrategias tradicionales de marketing.

E-business: la propuesta contempla la utilización de la tecnología para que sus comunicaciones internas sean eficiente y fluidas, el uso de intranet, computación en nube y reporte de actividades online serán las propuestas que se aplicaran en el periodo analizado.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.3.4.4.9.2 Análisis de la promoción electrónica de los competidores

La promoción de los competidores en el mercado guayaquileño en lo que manejo web se refiere es limitada, aunque los curso más reconocidos poseen página web propia, esta se usa a modo de catálogo mas no un enlace directo volviendo la comunicación ineficiente.

La presente propuesta busca contrarrestar esto con una estrategia intensiva web y con personal dedicado específicamente al manejo de esta área de la empresa.

5.3.4.4.9.3 Diseño e implementación de la página web

La página web que empleará Easy Mandarin será una plataforma E-learning donde los estudiantes podrán acceder a los cursos del idioma mandarín, además de realizar sus pagos y obtener información en general de la compañía. El bosquejo de la web estará detallado en el [anexo 12.1](#).

5.3.4.4.10 Estrategias de marketing a través de redes sociales

5.3.4.4.10.1 Análisis de la promoción electrónica de los competidores

Los competidores principales de la propuesta manejan iniciativas web en redes sociales, sin embargo la inspección directa de las mismas indica que no es un manejo prioritario en sus operaciones. Dejándolas relegadas y con un bajo nivel de publicaciones impidiéndoles así generar interés en el usuario.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.3.4.4.10.2 Diseño e implementación de fan page en redes sociales.



Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

5.3.4.4.10.3 Marketing social

El marketing social de la propuesta se desarrollara posterior a la tercera promoción de la misma, se centrara en la obtención de testimonios de exalumnos y los beneficios que recibieron al aprender el idioma propuesto.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.3.4.5 Ámbito internacional

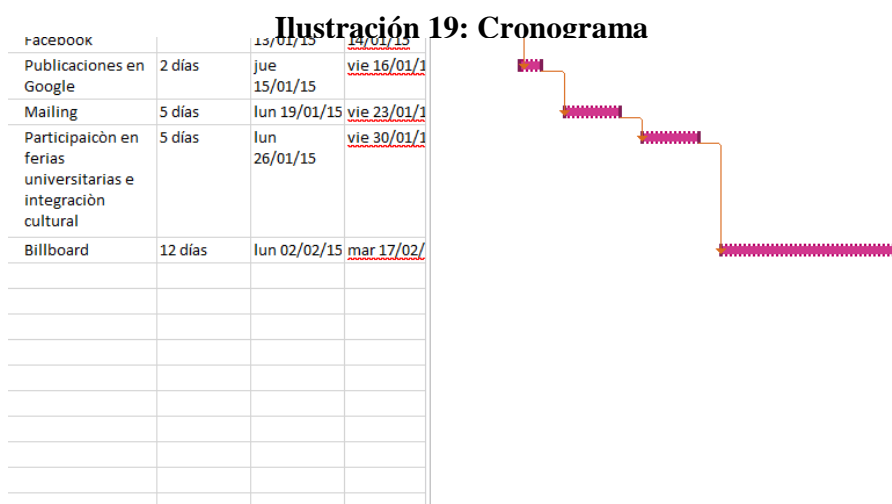
5.3.4.5.1 Estrategia de distribución internacional

La propuesta no contempla internacionalizarse en el periodo analizado.

5.3.4.5.2 Estrategia de precio internacional

El presente punto no se aplica a la propuesta ya que su desarrollo de actividades es de carácter local.

5.3.5 Cronograma



Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

5.3.6 Presupuesto de marketing

En la siguiente tabla de detalla de manera global los diferentes rubros involucrados en la promoción de la propuesta.

Tabla 15: Presupuesto de Marketing

GASTOS DE PUBLICIDAD	MENSUAL	ANUAL (AÑO 1)
Anuncios en facebook	\$ 200,00	\$ 1.500,00
Google addwords	\$ 100,00	\$ 600,00
Mailing	\$ 75,00	\$ 900,00
TOTAL GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 75,00	\$ 3.000,00

Elaborado por: Lina Luo

Fuente: Investigación

5.3.7 Análisis de rentabilidad del offering

Tabla 16: Análisis del offering

Estado de pérdidas y ganancias	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades vendidas	1224	1591	2069	2689	3496
Ingresos por ventas	\$ 91.800,00	\$ 126.684,00	\$ 165.276,72	\$ 214.906,74	\$ 279.382,52
Total Ingresos	\$ 91.800,00	\$ 126.684,00	\$ 165.276,72	\$ 214.906,74	\$ 279.382,52
Costo de venta	\$ 27.861,30	\$ 38.419,81	\$ 49.997,44	\$ 64.998,95	\$ 84.498,79
Total Costos Variables	\$ 27.861,30	\$ 38.419,81	\$ 49.997,44	\$ 64.998,95	\$ 84.498,79
Contribución Marginal	\$ 63.938,70	\$ 88.264,19	\$ 115.279,28	\$ 149.907,79	\$ 194.883,73
Sueldos y salarios	\$ 64.070,40	\$ 72.677,44	\$ 79.945,18	\$ 87.939,70	\$ 94.823,02
Otros gastos administrativos	\$ 9.480,00	\$ 9.954,00	\$ 10.451,70	\$ 10.974,29	\$ 11.523,00
Gastos de publicidad	\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$ 3.646,52
Depreciación	\$ 2.218,31	\$ 2.218,31	\$ 2.218,31	\$ 350,50	\$ 350,50
Amortización	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00
Total Gastos Operativos	\$ 80.378,71	\$ 89.609,75	\$ 97.532,70	\$ 104.347,36	\$ 111.953,04
Utilidad Operativa	\$ (16.440,01)	\$ (1.345,57)	\$ 17.746,58	\$ 45.560,43	\$ 82.930,69
Gastos Financieros	\$ 1.366,61	\$ 1.134,73	\$ 868,21	\$ 561,90	\$ 209,84
Utilidad	\$ (17.806,62)	\$ (2.480,30)	\$ 16.878,37	\$ 44.998,53	\$ 82.720,85
Pago de utilidades a empleados	\$ -	\$ (372,04)	\$ 2.531,75	\$ 6.749,78	\$ 12.408,13
Utilidad antes de impuestos	\$ (17.806,62)	\$ (2.108,25)	\$ 14.346,61	\$ 38.248,75	\$ 70.312,73
Impuesto a la Renta	\$ (3.917,46)	\$ (463,82)	\$ 3.156,25	\$ 8.414,73	\$ 15.468,80
Utilidad / Perdida Neta	\$ (13.889,17)	\$ (1.644,44)	\$ 11.190,36	\$ 29.834,03	\$ 54.843,93

Elaborado por: Lina Luo

Fuente: Investigación

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

CAPÍTULO 6

PLAN

OPERATIVO

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

6 PLAN OPERATIVO

6.1 Producción

A continuación se detalla el proceso productivo de la propuesta.

6.1.1 Proceso productivo

La empresa al brindar servicios no produce un elemento físico que se pueda llamar producto sin embargo el servicio que ella brinda sigue un proceso establecido el cual se define en los siguientes actores.

- **Alumnos:** El alumnado que la propuesta obtendrá se inscribirá a los cursos de mandarín y los recibirá de manera virtual en un equipo apto para este fin, los mismos deberán establecer que horario de clase desean detallándolo al final de una lección dictada.
- **Personal docente:** Personal externalizado al cual se le pagara por servicios prestados a manera de tutores académicos, los mismos recibirán un pago competitivo por hora brindada de clase y serán evaluados en su calidad por el personal administrativo así como el alumnado de la propuesta.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

- Personal administrativo: Personal correspondiente al organigrama de la organización el mismo estará a cargo del control y puesta en marcha de la propuesta en sus diferentes áreas.

6.1.2 Infraestructura

La infraestructura de la propuesta se encuentra detallada en el punto 5.3.3.1.4 del presente plan de negocios.

Para su operación diaria la propuesta requerirá además lo detallado en la siguiente tabla.

Tabla 17: Infraestructura y equipos

Infraestructura y equipos	Cantidad
Acondicionador de aire Split	<i>2</i>
Escritorios	<i>5</i>
Sillas de trabajo	<i>11</i>
Teléfonos	<i>4</i>
Equipos de computo	<i>7</i>
Impresora wi-fi	<i>1</i>
Archivadores	<i>2</i>
Sillón de recepción	<i>1</i>
Pizarra de sala de juntas	<i>1</i>
Dispensador de agua	<i>1</i>
Reguladores de voltaje	<i>4</i>

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

6.1.3 Mano de obra

El personal requerido por la propuesta se encuentra contemplado en el punto 2.4.1 del presente trabajo de titulación, como se detalló anteriormente el personal docente de la propuesta será externalizado.

6.1.4 Capacidad instalada

La capacidad de atención de la propuesta se encuentra estimada en forma base para 50 alumnos por periodo de inicio de clases(cada 6 meses), en caso de que la demanda supere las expectativas se usara el contingente del personal administrativo para que colaboren en el área docente hasta cubrir dicha demanda.

6.1.5 Flujo grama de procesos

El Flujograma de proceso se encuentra adjuntado en el punto [12.2](#) de la presente propuesta.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

6.1.6 Presupuesto

Tabla 18: Presupuesto

Infraestructura y equipos	Cantidad	Precio unitario	inversión
Acondicionador de aire Split	2	400	800
Escritorios	5	250	1250
Sillas de trabajo	11	50	550
Teléfonos	4	40	160
Equipos de computo	5	400	2000
Impresora wi-fi	1	200	200
Archivadores	2	175	350
Sillón de recepción	1	200	200
Pizarra de sala de juntas	1	75	75
Dispensador de agua	1	100	100
Reguladores de voltaje	4	25	100

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

6.2 Gestión de calidad

A continuación se detallan los procesos necesarios para el control de la calidad de la propuesta.

6.2.1 Procesos de planeación de calidad

La calidad de la propuesta tiene dos puntos principales la calidad de sus docentes y la calidad del sistema informático que maneje los mismos serán controlados de la siguiente manera:

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Sistema informático: Se asignara un presupuesto anual de actualización e investigación y desarrollo para el sistema informático de la propuesta el cual estará estimado en el 10% de la inversión inicial del mismo con un aumento anual de acuerdo a la inflación.

Así mismo el personal de sistemas estará encargado de salvaguardar la calidad del sistema y de localizar y enfrentar fallos en el mismo si es que estos ocurriesen.

Calidad docente: La calidad de los docentes será analizada previo su contratación y auditada durante la misma, la fase previa se llevara a cabo mediante evaluaciones de conocimientos y clases demostrativas mientras que la fase de auditoría se manejara mediante un sistema de evaluaciones y calificaciones por parte del alumnado al docente.

6.2.2 Beneficios de las acciones proactivas

Con las acciones propuestas se busca alcanzar:

- Satisfacción al cliente superior al 80% evaluado a través de encuestas.
- Calificaciones de clases que superen los 8 puntos sobre los 10 posibles en cada docente al finalizar el tercer año.
- Reducir los errores y fallos del sistema a no más de 5 eventos mensualmente.
- Proporcionar nuevas actualizaciones del sistema al menos una vez al año.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

6.2.3 Políticas de calidad

La propuesta Easy Mandarín como política de calidad mantendrá la actualización y optimización continua de procesos y la relación directa cliente empresa adaptando la iniciativa a las necesidades presentadas por ellos.

6.2.4 Benchmarking

La propuesta al ser analizada con sus competidores directos en lo que se refiere a control de calidad determina:

- Las evaluaciones previas a la contratación de personal docente son una práctica común entre los competidores.
- Los competidores realizan inversiones reducidas y poca actualización en el frente virtual de sus organizaciones.
- No existe una relación con los clientes en las cuales ellos puedan expresar sus necesidades o problemas por lo cual la señal de insatisfacción generalmente es retirarse del curso iniciado.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

6.2.5 Proceso de aseguramiento de la calidad

El aseguramiento de calidad será evaluado a través de listas de chequeo en las cuales se determine el cumplimiento de los parámetros previamente establecidos en esta propuesta.

6.2.6 Estándares de calidad

Los estándares de la propuesta son:

- Cliente-empresa: Relación de cordialidad mutua en la cual el cliente vea a la organización como un soporte para su desarrollo profesional, mientras que la propuesta obtenga información valiosa para su mejoramiento continuo
- Docente-Empresa: Relación de profesionalismo y motivación entre estos actores de la organización con una estructura y reglamentos claros que permitan un manejo ordenado de las áreas interconectadas en las que ambos se desenvuelven.

6.2.7 Procesos de control de calidad

Una vez establecidos los parámetros a través de las listas de chequeos y reportes de la organización los mismos serán traducidos a un análisis estadístico que permita observar una línea de tiempo y de tendencia de las iniciativas implementadas con lo cual se evaluará su cumplimiento y los beneficios que estas generaron para con esto poder desarrollar o mantener iniciativas en la organización.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

6.2.8 Certificaciones y Licencias

En el periodo contemplado la propuesta no tomara iniciativas para la obtención de certificaciones o licencias.

6.2.9 Presupuesto

La mayoría de las iniciativas de control de calidad parten desde un establecimiento de parámetros claros de administración de sus diferentes áreas por lo cual están incluidos en el presupuesto del personal, así mismo el control de la plataforma informática.

Como se expresó previamente además de esto se asignara un presupuesto del 10% del valor de inversión en plataforma informativa a la investigación y desarrollo de la misma.

6.3 Gestión ambiental

Por su naturaleza el impacto medioambiental de la propuesta en mínimo a continuación se analiza los procesos de gestión ambiental de la misma.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

6.3.1 Procesos de planeación ambiental.

La empresa centrara sus iniciativas ambientales durante la totalidad del periodo analizado al ahorro de recursos a su vez economizando en sus gastos fijos ciertas iniciativas son:

- Uso de política 0 papeles: Las comunicaciones de la propuesta así como su facturación se manejaran de manera electrónica, únicamente el área de archivo maneja papeles, será responsabilidad de toda la organización.
- Optimización de recursos energéticos: La propuesta en su inversión inicial optara por artefactos de ahorro de energía o eficientes energéticamente, se evaluara en el control financiero de la empresa.

6.3.2 Beneficios de las acciones proactivas

Las acciones propuestas permitirán mostrar a la propuesta como ambientalmente responsable al mismo tiempo que economizaran recursos que podrán ser usados en otras áreas de la misma.

6.3.3 Políticas de protección ambiental

La política de protección ambiental se basara en la optimización de uso de recursos, evitando lo más posible el desperdicio, dicha política será evaluada anualmente en junta general de accionistas en caso de requerirse modificarla o actualizarla.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

6.3.4 Procesos de aseguramiento de la calidad ambiental

El control de la calidad ambiental de la propuesta se llevara a cabo en dos frentes:

- Observación directa: El control y las afirmaciones de control deben coincidir con la realidad observable de la propuesta.
- Análisis financiero: A través de un análisis de ingresos y gastos deberá poder determinarse los beneficios netos de la propuesta de control ambiental.

6.3.5 Estándares de la calidad ambiental

Los estándares de calidad que la empresa buscara alcanzar en el periodo de 5 años son los establecidos por la iniciativa punto verde del ministerio de ambiente del gobierno del Ecuador, los mismos se centran en tres aspectos, emisiones de gases, desechos sólidos y uso de derivados de petróleo (MINISTERIO DE AMBIENTE, 2014).

6.3.6 Procesos de control de calidad

El control de calidad se realizara a través de muestreos y auditorías internas que demuestren el cumplimiento de los lineamientos establecidos anteriormente.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

6.3.7 Trazabilidad

La propuesta no implementara procesos de trazabilidad ya que su prestación de servicios es únicamente de manera visual.

6.3.8 Logística verde

Por su naturaleza virtual la logística de la propuesta ya evita en gran medida daños y emisiones medioambientales por lo que este punto no aplica a la misma.

6.3.9 Certificaciones y licencias

Al igual que con el control de calidad la propuesta no buscara certificaciones ambientales en el periodo analizado.

6.3.10 Presupuesto

Las inversiones relacionadas a control ambiental forman parte de la inversión inicial de la propuesta en la cual se detallan los gastos efectuados para la misma, cabe recalcar que dichas inversiones en realidad reducen los gastos de la organización.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

6.4. Gestión de Responsabilidad Social

A continuación se detallan los parámetros referentes a la responsabilidad social de la propuesta.

6.4.1. Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social

La propuesta contempla el cumplimiento de todas las políticas y reglamentos nacionales en lo que se refiere a cumplimiento con empleados e impuestos como base principal de su plan de responsabilidad social.

Otras iniciativas se analizara implementarlas en un proceso posterior al analizado en la presente propuesta.

6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas.

Con las iniciativas propuestas se busca alcanzar:

- Corto plazo:
 - Ambiente laboral agradable.
 - Empleados motivados.
 - Evitar inconvenientes con autoridades.
- Mediano plazo:
 - Empresa que atraiga mano de obra calificada

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

- Largo plazo.
 - Implementación de iniciativas mayores.

6.4.3. Políticas de protección social

Las políticas implementadas serán las siguientes:

- Empleados: Cumplimiento de reglamentos establecidos por la normativa ecuatoriana y beneficios de ley.
- Clientes: Cumplimiento de contrato de servicio prestado hacia ellos.

6.4.4. Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa

El aseguramiento de los parámetros de responsabilidad social establecidos estará a cargo del el departamento contable de la organización, el cual maneja los roles de pago de la misma en cumplimiento con lo establecido por la legislación ecuatoriana.

6.4.5. Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo

Corto plazo

- Cumplimiento de estándares estatales
- Afiliación al IESS a los miembros de la organización.

Mediano plazo

- Aumentos de sueldos superiores a la tasa de inflación más crecimiento.

Largo plazo

- Mayores beneficios como seguros dentales y de accidentes.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

6.4.6. Procesos de controles sociales

La supervisión del cumplimiento de estos parámetros será efectuada por el gerente general de la misma a través de análisis de informes mensuales.

6.4.7. Certificaciones y Licencias

La propuesta no contempla la obtención de certificaciones relacionadas a responsabilidad social en el periodo analizado.

6.4.8. Presupuesto

El presupuesto necesario para el cumplimiento de estas iniciativas esta englobado en el rol de pagos de la presente propuesta.

6.5. Balanced Scorecard & Mapa Estratégico

Tabla19: Balanced scored card

Perspectivas	Objetivos	Indicadores	Metas	Frecuencia de medición	OP	TL	DEF	Supervisor
Financiera	Crecimiento en ventas anual	Incremento en ingresos	25%	Anual	25%	20%	15%	Supervisor General
Cliente	Alcance de cuota de mercado	Porcentaje de participación de mercado en los cinco primeros años	5%	Semestral	5%	4%	3%	Supervisor financiero.
Procesos Internos	Posicionamiento en la mente del consumidor	Mindshare en los dos primeros años	25%	Anual	20%	12%	5%	Supervisor de marketing y servicio al cliente
Aprendizaje	Capacitación a personal	Capacitaciones anuales, Aprendizaje y comunicación online	1	Anual	1	1	0	Supervisor de sistema

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

Tabla 20: Mapa estratégico



Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Investigación

6.6. Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.)

El presente punto no aplica a la propuesta.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO TRIBUTARIO

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

7.1. Inversión Inicial

A continuación se detallan los requerimientos de inversión de la presente propuesta.

7.1.1. Tipo de Inversión

7.1.1.1 Fija

Tabla 21: Inversión Fija

INVERSIÓN INICIAL		
Descripción	Valor	%
Muebles y Enseres	\$ 2.400,00	6,89%
Equipos de Oficina	\$ 1.105,00	3,17%
Equipos de Computación	\$ 5.604,00	16,08%
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 9.109,00	26,14%

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

7.1.1.2. Diferida

Tabla 22: Constitución e instalación.

GASTOS DE CONSTITUCIÓN E INSTALACIÓN			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	Total
Depósito de alquiler	\$ 600,00	1	\$ 600,00
Constitución de la compañía	\$ 2.000,00	1	\$ 2.000,00
Registro de marca y símbolos identitarios	\$ 150,00	1	\$ 150,00
Creación de página web	\$ 3.000,00	1	\$ 3.000,00
Adecuación de instalaciones	\$ 1.000,00	1	\$ 1.000,00
Permisos de funcionamiento	\$ 300,00	1	\$ 300,00
TOTAL			\$ 7.050,00

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

Tabla 23: Inversión diferida

INVERSIÓN INICIAL		
Descripción	Valor	%
Consultorías	\$ -	0,00%
Gastos de constitución e instalación	\$ 7.050,00	20,23%
Publicidad y Comunicación	\$ 1.000,00	2,87%
Seguros	\$ -	0,00%
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 8.050,00	23,10%

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

7.1.1.3. Corriente

Tabla 24: Inversión Corriente

INVERSIÓN INICIAL		
Descripción	Valor	%
Capital de Trabajo	\$ 17.691,95	50,76%
TOTAL INVERSIÓN CORRIENTE	\$ 17.691,95	50,76%

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

7.1.2. Financiamiento de la Inversión

A continuación se detalla el método de financiamiento de la inversión inicial de la propuesta.

7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

Tabla 25: Fuentes de Financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
Descripción	Valor	%
Fondos Propios (Interna)	\$ 24.395,67	40%
Préstamo (Externa)	\$ 10.455,29	60%
TOTAL	\$ 34.850,95	100%

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

7.1.2.2. Tabla de Amortización

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Tabla 26: Tabla de Amortización

PERIODOS	SALDO DE CAPITAL INICIAL	PAGO	CAPITAL	INTERESES	SALDO DE CAPITAL FINAL		
0	\$ 10.455,29				\$ 10.455,29		
1	\$ 10.455,29	\$ 243,28	\$ 121,30	\$ 121,98	\$ 10.333,99		
2	\$ 10.333,99	\$ 243,28	\$ 122,71	\$ 120,56	\$ 10.211,27		
3	\$ 10.211,27	\$ 243,28	\$ 124,14	\$ 119,13	\$ 10.087,13		
4	\$ 10.087,13	\$ 243,28	\$ 125,59	\$ 117,68	\$ 9.961,54		
5	\$ 9.961,54	\$ 243,28	\$ 127,06	\$ 116,22	\$ 9.834,48		
6	\$ 9.834,48	\$ 243,28	\$ 128,54	\$ 114,74	\$ 9.705,94		
7	\$ 9.705,94	\$ 243,28	\$ 130,04	\$ 113,24	\$ 9.575,90		
8	\$ 9.575,90	\$ 243,28	\$ 131,56	\$ 111,72	\$ 9.444,34		
9	\$ 9.444,34	\$ 243,28	\$ 133,09	\$ 110,18	\$ 9.311,25		
10	\$ 9.311,25	\$ 243,28	\$ 134,64	\$ 108,63	\$ 9.176,60	AÑO 1	
11	\$ 9.176,60	\$ 243,28	\$ 136,22	\$ 107,06	\$ 9.040,39	INTERES	CAPITAL
12	\$ 9.040,39	\$ 243,28	\$ 137,81	\$ 105,47	\$ 8.902,58	\$ 1.366,61	\$ 1.552,70
13	\$ 8.902,58	\$ 243,28	\$ 139,41	\$ 103,86	\$ 8.763,17		
14	\$ 8.763,17	\$ 243,28	\$ 141,04	\$ 102,24	\$ 8.622,13		
15	\$ 8.622,13	\$ 243,28	\$ 142,68	\$ 100,59	\$ 8.479,45		
16	\$ 8.479,45	\$ 243,28	\$ 144,35	\$ 98,93	\$ 8.335,10		
17	\$ 8.335,10	\$ 243,28	\$ 146,03	\$ 97,24	\$ 8.189,06		
18	\$ 8.189,06	\$ 243,28	\$ 147,74	\$ 95,54	\$ 8.041,33		
19	\$ 8.041,33	\$ 243,28	\$ 149,46	\$ 93,82	\$ 7.891,86		
20	\$ 7.891,86	\$ 243,28	\$ 151,20	\$ 92,07	\$ 7.740,66		
21	\$ 7.740,66	\$ 243,28	\$ 152,97	\$ 90,31	\$ 7.587,69	AÑO 2	
22	\$ 7.587,69	\$ 243,28	\$ 154,75	\$ 88,52	\$ 7.432,94	INTERES	CAPITAL
23	\$ 7.432,94	\$ 243,28	\$ 156,56	\$ 86,72	\$ 7.276,38	\$ 1.134,73	\$ 1.784,59
24	\$ 7.276,38	\$ 243,28	\$ 158,39	\$ 84,89	\$ 7.117,99		
25	\$ 7.117,99	\$ 243,28	\$ 160,23	\$ 83,04	\$ 6.957,76		
26	\$ 6.957,76	\$ 243,28	\$ 162,10	\$ 81,17	\$ 6.795,66		
27	\$ 6.795,66	\$ 243,28	\$ 163,99	\$ 79,28	\$ 6.631,67		
28	\$ 6.631,67	\$ 243,28	\$ 165,91	\$ 77,37	\$ 6.465,76		
29	\$ 6.465,76	\$ 243,28	\$ 167,84	\$ 75,43	\$ 6.297,92		
30	\$ 6.297,92	\$ 243,28	\$ 169,80	\$ 73,48	\$ 6.128,12		
31	\$ 6.128,12	\$ 243,28	\$ 171,78	\$ 71,49	\$ 5.956,34		
32	\$ 5.956,34	\$ 243,28	\$ 173,79	\$ 69,49	\$ 5.782,55		
33	\$ 5.782,55	\$ 243,28	\$ 175,81	\$ 67,46	\$ 5.606,74	AÑO 3	
34	\$ 5.606,74	\$ 243,28	\$ 177,86	\$ 65,41	\$ 5.428,87	INTERES	CAPITAL
35	\$ 5.428,87	\$ 243,28	\$ 179,94	\$ 63,34	\$ 5.248,93	\$ 868,21	\$ 2.051,10
36	\$ 5.248,93	\$ 243,28	\$ 182,04	\$ 61,24	\$ 5.066,89		
37	\$ 5.066,89	\$ 243,28	\$ 184,16	\$ 59,11	\$ 4.882,73		
38	\$ 4.882,73	\$ 243,28	\$ 186,31	\$ 56,97	\$ 4.696,42		
39	\$ 4.696,42	\$ 243,28	\$ 188,48	\$ 54,79	\$ 4.507,94		
40	\$ 4.507,94	\$ 243,28	\$ 190,68	\$ 52,59	\$ 4.317,25		
41	\$ 4.317,25	\$ 243,28	\$ 192,91	\$ 50,37	\$ 4.124,34		
42	\$ 4.124,34	\$ 243,28	\$ 195,16	\$ 48,12	\$ 3.929,19		
43	\$ 3.929,19	\$ 243,28	\$ 197,44	\$ 45,84	\$ 3.731,75		
44	\$ 3.731,75	\$ 243,28	\$ 199,74	\$ 43,54	\$ 3.532,01		
45	\$ 3.532,01	\$ 243,28	\$ 202,07	\$ 41,21	\$ 3.329,94	AÑO 4	
46	\$ 3.329,94	\$ 243,28	\$ 204,43	\$ 38,85	\$ 3.125,51	INTERES	CAPITAL
47	\$ 3.125,51	\$ 243,28	\$ 206,81	\$ 36,46	\$ 2.918,70	\$ 561,90	\$ 2.357,42
48	\$ 2.918,70	\$ 243,28	\$ 209,22	\$ 34,05	\$ 2.709,48		
49	\$ 2.709,48	\$ 243,28	\$ 211,67	\$ 31,61	\$ 2.497,81		
50	\$ 2.497,81	\$ 243,28	\$ 214,14	\$ 29,14	\$ 2.283,68		
51	\$ 2.283,68	\$ 243,28	\$ 216,63	\$ 26,64	\$ 2.067,04		
52	\$ 2.067,04	\$ 243,28	\$ 219,16	\$ 24,12	\$ 1.847,88		
53	\$ 1.847,88	\$ 243,28	\$ 221,72	\$ 21,56	\$ 1.626,17		
54	\$ 1.626,17	\$ 243,28	\$ 224,30	\$ 18,97	\$ 1.401,86		
55	\$ 1.401,86	\$ 243,28	\$ 226,92	\$ 16,36	\$ 1.174,94		
56	\$ 1.174,94	\$ 243,28	\$ 229,57	\$ 13,71	\$ 945,37		
57	\$ 945,37	\$ 243,28	\$ 232,25	\$ 11,03	\$ 713,12	AÑO 5	
58	\$ 713,12	\$ 243,28	\$ 234,96	\$ 8,32	\$ 478,17	INTERES	CAPITAL
59	\$ 478,17	\$ 243,28	\$ 237,70	\$ 5,58	\$ 240,47	\$ 209,84	\$ 2.709,48
60	\$ 240,47	\$ 243,28	\$ 240,47	\$ 2,81	\$ 0,00		

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

La tasa de interés en la cual se consideró el presente préstamo corresponde al 14% tasa activa para préstamos de iniciativas de negocios proporcionado por el Banco del Pichincha en Ecuador.(Banco del Pichincha, 2014)

7.1.3. Cronograma de Inversiones

Tabla 27: Cronograma de Inversiones

Cronograma de inversiones						
Rubro	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos preoperacionales						
GASTOS DE CONSTITUCIÓN E INSTALACIÓN	\$ 7.050,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 17.691,95	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos fijos						
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2.400,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 1.105,00	\$ 110,50	\$ 110,50	\$ 110,50	\$ 110,50	\$ 110,50
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 5.604,00	\$ 1.867,81	\$ 1.867,81	\$ 1.867,81	\$ -	\$ -

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

7.2. Análisis de Costos

7.2.1. Costos Fijos

Tabla 28: Costos Fijos

Tabla de costos fijos					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y salarios	\$ 64.070,40	\$ 72.677,44	\$ 79.945,18	\$ 87.939,70	\$ 94.823,02
Otros gastos administrativos	\$ 9.480,00	\$ 9.954,00	\$ 10.451,70	\$ 10.974,29	\$ 11.523,00
Gastos de publicidad	\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$ 3.646,52
Depreciación	\$ 2.218,31	\$ 2.218,31	\$ 2.218,31	\$ 350,50	\$ 350,50
Amortización	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00
Total Gastos Operativos	\$ 80.378,71	\$ 89.609,75	\$ 97.532,70	\$ 104.347,36	\$ 111.953,04

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Aquí se detallan los costos fijos en los que la propuesta incurrirá en el primer año de funciones los mismos se proyectan su crecimiento en una tasa del 5% (margen superior a la inflación).

7.2.2. Costos Variables

El profesorado es un valor variable en la propuesta por que dependerá directamente de la cantidad de alumnos inscritos y la carga horaria que utilicen.

Tabla 29: Costos Variables

COSTOS DE VENTA	Año 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
profesorado	\$ 26.438,40	\$ 34.369,92	\$ 44.680,90	\$ 58.085,16	\$ 75.510,71
Comision tarjeta de credito	\$ 1.422,90	\$ 4.049,89	\$ 5.316,55	\$ 6.913,78	\$ 8.988,07
TOTAL COSTOS DE VENTAS	\$ 27.861,30	\$ 38.419,81	\$ 49.997,44	\$ 64.998,95	\$ 84.498,79

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

7.2.2.1. Costos de Producción

La propuesta al no ser de carácter productivo no contempla costos de producción.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

7.3. Capital de Trabajo

7.3.1. Costos de Operación

No aplicables a la propuesta por no ser de carácter de producción.

7.3.2. Costos Administrativos

Tabla 30: Costos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	MENSUAL	ANUAL
Sueldos y salarios	\$ 5.339,20	\$ 64.070,40
Servicios básicos	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Mantenimiento web	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Cloud computing and crm	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Alquiler de oficina	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Suministros de oficina	\$ 40,00	\$ 480,00
Limpieza	\$ 50,00	\$ 600,00
Inversion en Calidad	\$ 50,00	\$ 600,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 6.129,20	\$ 73.550,40

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

7.3.3. Costos de Ventas

Correspondientes a los costos variables detallados en el punto 7.2.2 de la presente propuesta.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

7.3.4. Costos Financieros

Correspondientes a la tabla de amortización anual detallada en el punto 7.1.2.2 de la presente propuesta.

7.4. Análisis de Variables Críticas

7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

Tabla 31: Mark up y Márgenes

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mark up	\$ 63.938,70	\$ 88.264,19	\$ 115.279,28	\$ 149.907,79	\$ 194.883,73
Mark up en unidades	\$ 52,24	\$ 55,47	\$ 55,73	\$ 55,75	\$ 55,75

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

A continuación se presenta la proyección de ventas a cinco años con un incremento anual del 30% debido al aumento de la participación de mercado, además el precio sube un 8% anual a causa de la inflación.

Tabla 32: Proyección de ingresos

DETALLE DE INGRESOS EN UNIDADES				
Descripción	Valor mensualidad	Cantidad mensual	Ingreso mensual	Ingreso Anual
Año 1				
Ingreso por venta	\$ 75,00	102	\$ 7.650,00	\$ 91.800,00
Año 2				
	\$ 75,00	132,60	\$ 9.945,00	\$ 119.340,00
Año 3				
	\$ 75,00	172,38	\$ 12.928,50	\$ 155.142,00
Año 4				
	\$ 75,00	224,09	\$ 16.807,05	\$ 201.684,60
Año 5				
	\$ 75,00	291,32	\$ 21.849,17	\$ 262.189,98

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Tabla 33: Crecimiento

CRECIMIENTO					
	Año 1	Año 2	Año 3	año 4	Año 5
Aumento en ventas	\$ 91.800,00	\$ 126.684,00	\$ 165.276,72	\$ 214.906,74	\$ 279.382,52

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

7.4.3. Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales

La propuesta no se enfoca en la producción de bienes por ello este punto no será analizado en el plan financiero.

7.4.4. Análisis de Punto de equilibrio

A continuación se muestra el monto en dólares y unidades que se necesita vender para alcanzar el punto de equilibrio de la organización.

Tabla 34: Punto de Equilibrio

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de equilibrio	\$ 269.342,09	\$ 299.217,31	\$ 325.284,22	\$ 346.862,65	\$ 370.849,68
Punto de equilibrio en unidades	1565	1636	1766	1882	2012

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

7.4.5. Análisis de Punto de Cierre

La siguiente tabla presenta el punto de cierre de la organización.

Tabla 35: Punto de Cierre

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos fijos vivos	\$ 77.917,01	\$ 86.916,17	\$ 94.572,60	\$ 102.948,76	\$ 110.202,38
Punto de cierre en unidades	1492	1567	1697	1847	1977

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

7.5.1. Planificación Tributaria

7.5.1.1. Generalidades

La compañía se registrará bajo los parámetros de la ley tributaria del Ecuador mediante el cumplimiento de los estatutos establecidos en la misma. A continuación se detalla los aspectos involucrados en el entorno tributario.

7.5.1.2. Minimización de la carga fiscal

Easy Mandarín reducirá su carga fiscal mediante las amortizaciones y depreciaciones que se darán durante los primeros cinco años de funcionamiento de la organización.

Tabla 36: Amortizaciones

AMORTIZACIONES							
Descripción	Valor	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Diferidos	\$ 8.050,00	20%	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00
TOTAL	\$ 8.050,00		\$ 1.610,00	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00
ACUMULADA			\$ 1.610,00	\$ 3.220,00	\$ 4.830,00	\$ 6.440,00	\$ 8.050,00
DEPRECIACIONES INVERSIÓN INICIAL							
Descripción	Valor	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y Enseres	\$ 2.400,00	10%	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00
Equipos de Oficina	\$ 1.105,00	10%	\$ 110,50	\$ 110,50	\$ 110,50	\$ 110,50	\$ 110,50
Equipos de Computación	\$ 5.604,00	33%	\$ 1.867,81	\$ 1.867,81	\$ 1.867,81	\$ -	\$ -
TOTAL	\$ 9.109,00		\$ 2.218,31	\$ 2.218,31	\$ 2.218,31	\$ 350,50	\$ 350,50
ACUMULADA			\$ 2.218,31	\$ 4.436,63	\$ 6.654,94	\$ 7.005,44	\$ 7.355,94
TOTAL DEPRECIACIONES			\$ 2.218,31	\$ 2.218,31	\$ 2.218,31	\$ 350,50	\$ 350,50
TOTAL DEPRECIACIONES ACUMULADAS			\$ 2.218,31	\$ 4.436,63	\$ 6.654,94	\$ 7.005,44	\$ 7.355,94

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

7.5.1.3. Impuesto a la Renta

De acuerdo a la ley tributaria del Ecuador Easy Mandarin deberá realizar una declaración del 22% para el impuesto a la renta (**Regimen Tributario Interno, 2009**).

7.5.1.4. Impuesto al Valor Agregado

Easy Mandarin al precio de sus servicio deberá adicionar el impuesto al valor agregado, el mismo que es del 12% (Regimen Tributario Interno, 2009).

7.5.1.5. Impuestos a los Consumos Especiales

El impuesto a los consumos especiales no será tomado en consideración para la tributación de Easy Mandarin ya que su servicio no se encuentra en esta categoría.

7.5.1.6. Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales

Las tasas y contribuciones municipales de la ciudad de Guayaquil son:

- Certificado del uso de suelo.
- Tasa de habilitación.
- Registro de patente municipal.
- Impuesto Predial.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Los mismos que deberá ser cancelado al inicio de cada año de acuerdo al valor proporcionado por la entidad competente.

7.5.1.7. Impuestos al Comercio Exterior

La propuesta no se verá afectada por impuestos al comercio exterior a razón de que la misma no realizara actividades de esa índole.

7.5.1.8. Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones

La propuesta de negocio de Easy-Mandarín no se encuentra involucrada con herencias legados y donaciones por ello este punto no será necesario desarrollarlo.

7.5.1.9. Impuestos a la Salida de Divisas

Las actividades operacionales de Easy Mandarín durante sus primeros años de funcionamiento no involucrarán transacciones internacionales por ello este punto no será necesario aplicarlo a la propuesta.

7.5.1.10. Impuestos a los Vehículos Motorizados

La inversión fija de la organización no incluye vehículos motorizados por ello no será desarrollado este inciso.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

7.5.1.11. Impuestos a las Tierras Rurales

Easy Mandarín es una propuesta de negocio que se enfocará en ofrecer sus servicios a través de una plataforma E-learning por ello este inciso no será considerado en el entorno tributario de la organización.

7.6. Estados Financieros proyectados

7.6.1. Balance General Inicial

A través del balance inicial se presentará los valores de los activos, pasivos y patrimonios con los que se da inicio al funcionamiento operativo de la organización.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Tabla 37: Balance General

Balance Inicial proyectado	
ACTIVOS	Inicial
Activos Corrientes	
Caja/Bancos	\$ 17.691,95
Total Activos Corrientes	\$ 17.691,95
Activos Fijos	
Muebles y Enseres	\$ 2.400,00
Equipos de Oficina	\$ 1.105,00
Equipos de Computacion	\$ 5.604,00
(-) Depreciacion Acumulada	\$ -
Total Activos Fijos	\$ 9.109,00
Activos Diferidos	
Gastos Preoperacionales	\$ 8.050,00
(-) Amortizacion Acumulada	\$ -
Total Activos Diferidos	\$ 8.050,00
Total Activos	\$ 34.850,95
PASIVOS Y PATRIMONIO	
Pasivos	
Prestamo Bancario	\$ 10.455,29
Total de Pasivos	\$ 10.455,29
Patrimonio	
Capital Social	\$ 24.395,67
Utilidad del Ejercicio	\$ -
Utilidades Retenidas	\$ -
(+) Recuperación de Activos	
Total Patrimonio	\$ 24.395,67
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 34.850,95

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

A continuación se presenta la proyección a cinco años del estado de pérdidas y ganancias de la empresa.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Tabla 38: Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de pérdidas y ganancias	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades vendidas	1224	1591	2069	2689	3496
Ingresos por ventas	\$ 91.800,00	\$ 126.684,00	\$ 165.276,72	\$ 214.906,74	\$ 279.382,52
Total Ingresos	\$ 91.800,00	\$ 126.684,00	\$ 165.276,72	\$ 214.906,74	\$ 279.382,52
Costo de venta	\$ 27.861,30	\$ 38.419,81	\$ 49.997,44	\$ 64.998,95	\$ 84.498,79
Total Costos Variables	\$ 27.861,30	\$ 38.419,81	\$ 49.997,44	\$ 64.998,95	\$ 84.498,79
Contribución Marginal	\$ 63.938,70	\$ 88.264,19	\$ 115.279,28	\$ 149.907,79	\$ 194.883,73
Sueldos y salarios	\$ 64.070,40	\$ 72.677,44	\$ 79.945,18	\$ 87.939,70	\$ 94.823,02
Otros gastos administrativos	\$ 9.480,00	\$ 9.954,00	\$ 10.451,70	\$ 10.974,29	\$ 11.523,00
Gastos de publicidad	\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$ 3.646,52
Depreciación	\$ 2.218,31	\$ 2.218,31	\$ 2.218,31	\$ 350,50	\$ 350,50
Amortización	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00
Total Gastos Operativos	\$ 80.378,71	\$ 89.609,75	\$ 97.532,70	\$ 104.347,36	\$ 111.953,04
Utilidad Operativa	\$ (16.440,01)	\$ (1.345,57)	\$ 17.746,58	\$ 45.560,43	\$ 82.930,69
Gastos Financieros	\$ 1.366,61	\$ 1.134,73	\$ 868,21	\$ 561,90	\$ 209,84
Utilidad	\$ (17.806,62)	\$ (2.480,30)	\$ 16.878,37	\$ 44.998,53	\$ 82.720,85
Pago de utilidades a empleados	\$ -	\$ (372,04)	\$ 2.531,75	\$ 6.749,78	\$ 12.408,13
Utilidad antes de impuestos	\$ (17.806,62)	\$ (2.108,25)	\$ 14.346,61	\$ 38.248,75	\$ 70.312,73
Impuesto a la Renta	\$ (3.917,46)	\$ (463,82)	\$ 3.156,25	\$ 8.414,73	\$ 15.468,80
Utilidad / Perdida Neta	\$ (13.889,17)	\$ (1.644,44)	\$ 11.190,36	\$ 29.834,03	\$ 54.843,93

Elaborado por: Lina Luo

Fuente: Plan Financiero

7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado

A través de la proyección de un flujo de caja se mostrará el ingreso y salida real de efectivo de la empresa durante cinco años de operaciones comerciales.

Tabla 39: Flujo de Caja Proyectado

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad / Perdida Neta	\$ (13.889,17)	\$ (1.644,44)	\$ 11.190,36	\$ 29.834,03	\$ 54.843,93
(-) Pago de Capital	\$ 1.552,70	\$ 1.784,59	\$ 2.051,10	\$ 2.357,42	\$ 2.709,48
(+) Depreciación	\$ 2.218,31	\$ 2.218,31	\$ 2.218,31	\$ 350,50	\$ 350,50
(+) Amortización	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00	\$ 1.610,00
(+) Recuperación de Activos					\$ 1.753,06
(+) Recuperación de Capital de Trabajo					\$ 17.691,95
Flujo Final	\$ (11.613,56)	\$ 399,29	\$ 12.967,57	\$ 29.437,11	\$ 73.539,96

Elaborado por: Lina Luo

Fuente: Plan Financiero

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

7.6.2.1.1.1. TMAR

La tasa mínima aceptable en la presente propuesta de negocio será detallada en la siguiente tabla.

Tabla 40: TMAR

CÁLCULO TMAR INV	
Tasa de Inflación	3,70%
Premio al Riesgo del inversionista	15,00%
(TI x PR)	0,55%
TMAR	19,25%

Elaborado por: Lina Luo

Fuente: (Banco Central)

7.6.2.1.1.2. VAN

La suma de todos los flujos de efectivo llevados al presente representa un valor de \$ 14.793,52.

7.6.2.1.1.3. TIR

La tasa interna de retorno generada por la propuesta de negocio es del 24%.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

7.6.2.1.1.4. PAYBACK

Se estima un retorno de la inversión en un período de cinco años, la siguiente tabla detallará el payback.

Tabla 41: Playback

TIEMPO DE RECUPERACION DESCONTADO			
PERIODO	FLUJOS	VP FLUJOS	ACUMULADO
0	\$ (34.850,95)	\$ (34.850,95)	\$ (34.850,95)
1	\$ (11.613,56)	-\$10.003,07	\$ 44.854,02
2	\$ 399,29	\$296,23	\$ 44.557,80
3	\$ 12.967,57	\$8.286,35	\$ 36.271,45
4	\$ 29.437,11	\$16.201,98	\$ 20.069,47
5	\$ 73.539,96	\$34.862,99	\$ 14.793,52

Elaborado por: Lina Luo

Fuente: Plan Financiero

7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

A través de un análisis de sensibilidad se determinaran como afecta el comportamiento de las diferentes variables en la rentabilidad de Easy-Mandarín.

7.7.1. Productividad

El análisis de la variable de productividad se basó en las ventas, con un aumento y disminución del 10%.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Tabla 42: Escenario de Productividad

Resumen del escenario			
	Valores actuales:	Productividad Optimista	Productividad pesimista
Celdas cambiantes:			
Crecimiento en ventas	0	10%	-10%
Celdas de resultado:			
Van	\$ 14.793,52	\$ 27.364,18	\$ 2.809,24
TIR	24%	30%	18%

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

7.7.2. Precio Mercado Local

Mediante un análisis de aumento y disminución del 10% en el precio del servicio la rentabilidad de la compañía se mantiene estable.

Tabla 43: Precio Mercado Local

Resumen del escenario			
	Valores actuales:	Precio Optimista	Precio pesimista
Celdas cambiantes:			
PRECIO DE VENTA	0%	10%	-10%
Celdas de resultado:			
VAN	\$ 14.793,52	\$ 16.646,74	\$ 12.958,81
TIR	24%	25%	23%

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

7.7.3. Precio Mercado Externo.

La variable de precio de mercado externo no se tomará en consideración ya que el servicio se lo enfocará a nivel local.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

7.7.4. Costo de Materia Prima

Easy mandarín no cuenta con un proceso productivo por ende este inciso no será aplicado a la propuesta.

7.7.5. Costo de Materiales Indirectos

La variable de costo de materiales indirectos no se tomará en consideración ya que la organización no se dedica a producir bienes.

7.7.6. Costo de Suministros y Servicios.

El costo de suministros y servicios no se tomará en consideración en el análisis de sensibilidad por ser de mínimo desbalance en la rentabilidad de la organización.

7.7.7. Costo de Mano de Obra Directa.

Este punto no será analizado ya que no se involucra un proceso productivo en las operaciones comerciales de la organización.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

7.7.8. Costo de Mano de Obra Indirecta

Este punto no será analizado ya que no se involucra un proceso productivo en las operaciones comerciales de la organización.

7.7.9. Gastos Administrativos

La variable de gastos administrativos ha sido analizada con un 10% de aumento y disminución.

Tabla 44: Escenario de gastos administrativos

Resumen del escenario			
	Valores actuales:	Gasto adm optimista	gasto adm pesimista
Celdas cambiantes:			
Crecimiento gastos administrativos	0	-10%	10%
Celdas de resultado:			
VAN	\$ 14.793,52	\$ 15.044,72	\$ 14.540,04
TIR	24%	24%	24%

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

7.7.10. Gastos de Ventas

El costo de venta se ha analizado con el 10% de disminución e incremento con la finalidad de determinar la rentabilidad de la organización con el comportamiento de esta variable.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Tabla 45: Escenario de Costo de ventas

Resumen del escenario			
	Valores actuales:	Gasto vta optimista	gasto vta pesimista
Celdas cambiantes:			
Crecimiento en costo de venta	0	-10%	10%
Celdas de resultado:			
VAN	\$ 14.793,52	\$ 14.803,39	\$ 14.783,63
TIR	24%	24%	24%

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

7.7.11. Inversión en Activos Fijos.

El análisis de sensibilidad de inversión en activos fijos será detallado en la siguiente tabla.

Tabla 46: Escenario de Inversión de Activos fijos

Resumen del escenario			
	Valores actuales:	Gasto ACTIVO FIJO optimista	gasto ACTIVO FIJO pesimista
Celdas cambiantes:			
Inversion activo fijo	0	-10%	10%
Celdas de resultado:			
VAN	\$ 14.793,52	\$ 19.145,53	\$ 10.441,52
TIR	24%	27%	22%

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

7.7.12. Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)

El aumento o disminución del 10% de la tasa de interés bancario está detallado en el siguiente análisis de sensibilidad.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Tabla 47: Tasa promedio de interés bancario

Resumen del escenario			
	Valores actuales:		INTERES pesimista
	INTERES OPTIMISTA		
Celdas cambiantes:			
Interes Bancario	0	-10%	10%
Celdas de resultado:			
VAN	\$ 14.793,52	\$ 14.994,00	\$ 14.589,46
TIR	24%	24%	24%

Elaborado por: Lina Luo

Fuente: Plan Financiero

7.8. Balance General

El siguiente balance muestra los activos, pasivos y patrimonios con los que se finalizaría las actividades comerciales de la organización en un período de cinco años.

Tabla 48: Balance General Projectado

Balance general proyectado					
ACTIVOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes					
Caja/Bancos	\$ 6.078,39	\$ 6.477,68	\$ 19.445,25	\$ 48.882,36	\$ 122.422,32
Total Activos Corrientes	\$ 6.078,39	\$ 6.477,68	\$ 19.445,25	\$ 48.882,36	\$ 122.422,32
Activos Fijos					
Muebles y Enseres	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Equipos de Oficina	\$ 1.105,00	\$ 1.105,00	\$ 1.105,00	\$ 1.105,00	\$ 1.105,00
Equipos de Computacion	\$ 5.604,00	\$ 5.604,00	\$ 5.604,00	\$ 5.604,00	\$ 5.604,00
(-) Depreciacion Acumulada	\$ (2.218,31)	\$ (4.436,63)	\$ (6.654,94)	\$ (7.005,44)	\$ (7.355,94)
Total Activos Fijos	\$ 6.890,69	\$ 4.672,37	\$ 2.454,06	\$ 2.103,56	\$ 1.753,06
Activos Diferidos					
Gastos Preoperacionales	\$ 8.050,00	\$ 8.050,00	\$ 8.050,00	\$ 8.050,00	\$ 8.050,00
(-) Amortizacion Acumulada	\$ (1.610,00)	\$ (3.220,00)	\$ (4.830,00)	\$ (6.440,00)	\$ (8.050,00)
Total Activos Diferidos	\$ 6.440,00	\$ 4.830,00	\$ 3.220,00	\$ 1.610,00	\$ -
Total Activos	\$ 19.409,08	\$ 15.980,06	\$ 25.119,31	\$ 52.595,92	\$ 124.175,38
PASIVOS Y PATRIMONIO					
Pasivos					
Prestamo Bancario	\$ 8.902,58	\$ 7.117,99	\$ 5.066,89	\$ 2.709,48	\$ -
Total de Pasivos	\$ 8.902,58	\$ 7.117,99	\$ 5.066,89	\$ 2.709,48	\$ -
Patrimonio					
Capital Social	\$ 24.395,67	\$ 24.395,67	\$ 24.395,67	\$ 24.395,67	\$ 24.395,67
Utilidad del Ejercicio	\$ (13.889,17)	\$ (1.644,44)	\$ 11.190,36	\$ 29.834,03	\$ 54.843,93
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ (13.889,17)	\$ (15.533,60)	\$ (4.343,25)	\$ 25.490,78
(+) Recuperación de Activos					\$ 19.445,01
Total Patrimonio	\$ 10.506,50	\$ 8.862,06	\$ 20.052,42	\$ 49.886,44	\$ 124.175,38
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 19.409,08	\$ 15.980,06	\$ 25.119,31	\$ 52.595,92	\$ 124.175,38

Elaborado por: Lina Luo

Fuente: Plan Financiero

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

7.8.1. Razones Financieras

7.8.1.1 Liquidez

La propuesta no contiene pasivos corrientes lo que impide realizar el análisis de este inciso.

7.8.1.2 Gestión

A través del índice de gestión se podrá determinar el buen empleo de los activos de la empresa, a continuación se presenta el detalle.

Tabla 49: Índices de Gestión

Gestión						
Rotación del Activo Fijo	10,08	18,38	35,37	87,57	132,81	56,84
Rotación del Activo Total	2,63	6,53	10,34	8,56	5,31	6,67
Rotación de Capital de Trabajo	5,19	7,16	9,34	12,15	15,79	9,93

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

7.8.1.3 Endeudamiento

Mediante un análisis de los ratios de endeudamiento se podrá conocer los valores que adeuda la organización con terceros.

Tabla 50: Ratios de Endeudamiento

Apalancamiento						
Endeudamiento	0,30	0,46	0,45	0,20	0,05	0,29
Apalancamiento Interno	2,33	1,18	1,25	3,96	18,41	5,43
Apalancamiento Externo	0,43	0,85	0,80	0,25	0,05	0,48
Autonomía	0,70	0,54	0,55	0,80	0,95	0,71

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

7.8.1.4 Rentabilidad

Los ratios de rentabilidad permitirán conocer de manera porcentual la cantidad de ingresos que puede generar la empresa.

Tabla 51: índices de Rentabilidad

Rentabilidad						
Margen de Utilidad Bruta	69,65%	69,67%	69,75%	69,75%	69,76%	69,72%
Margen de Utilidad Operativa		-1,06%	10,74%	21,20%	29,68%	15,14%
Margen de UAI		-1,66%	8,68%	17,80%	25,17%	12,50%
Margen de Utilidad Neta		-1,30%	6,77%	13,88%	19,63%	9,75%
ROA		-8,47%	70,03%	118,77%	104,27%	71,15%
ROE		-15,65%	126,27%	148,78%	109,94%	92,33%
Rendimiento sobre CT		-9,29%	63,25%	168,63%	309,99%	133,15%

Elaborado por: Lina Luo
Fuente: Plan Financiero

7.9. Conclusión Financiera

- La propuesta planteada en el presente trabajo de titulación puede ser considerada atractiva para los inversionistas por su nivel de rentabilidad frente a la inversión inicial, además de su potencial crecimiento.
- De acuerdo a los indicadores de rentabilidad se muestra un VAN de \$ 14.793,52 y una TIR del 24%, además de un retorno de la inversión en cinco años.
- Los ratios de Financieros determinan un bajo endeudamiento, el mismo que es 0 en el quinto año de funcionamiento.
- Mediante un análisis de sensibilidad se muestra un nivel de rentabilidad mínimo del 18% aún en el escenario más pesimista.
- Se presenta utilidades a partir del tercer año de operaciones con un alcance de \$54.843,93. En el quinto período.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

8. PLAN DE CONTINGENCIA.

8.1. Plan de administración del riesgo

Easy Mandarín mediante el desarrollo de un plan de contingencia determinará los factores de riesgo interno y externo que pudiesen llegar a impactar la ejecución del entorno operativo de la empresa. El plan tendrá como principal objetivo establecer alternativas de soluciones frente a las amenazas que afecten la viabilidad del negocio.

8.1.1. Principales riesgos

Los principales riesgos identificados son:

Riesgos internos

- Daños en la plataforma web.
- Insuficiencia de mercado para el desarrollo operativo de la empresa.
- Recursos financieros limitados.

Riesgos Externos

- Presencia de nuevos competidores en el mercado
- Insatisfacción de los clientes.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

8.1.2. Reuniones para mitigar los riesgos

A través de reuniones trimestrales se analizarán los riesgos internos y externos para establecer medidas que permitan minimizar el impacto causado por los mismos a las operaciones del negocio. A continuación se presentará una tabla con la clasificación e impacto de los riesgos.

Tabla 52: Impacto de riesgos internos y externos

Nivel	Clase de Impacto	Descripción del impacto	Calificación del impacto
5	Catastrófico	-Insuficiencia de recursos para inversión. -Pérdida del 75% del mercado -Error mayor al 50% de la plataforma web. -Presencia de competidores agresivos en el mercado - Incremento mayor al 50% de insatisfacción de los clientes	100%
4	Alto	-Recursos financieros bajos para inversión. -Pérdida del 50% del mercado -Error del 50% de la plataforma web. -Competidores de inversión alta. - Aumento al 50% de clientes insatisfechos con la empresa	80%
3	Moderado	-Recursos financieros moderados para inversión. -Pérdida del 25% del mercado -Error del 20% de la plataforma web. -Competidores de inversión media. - El 25% de clientes inconformes con el servicio.	50%
2	Bajo	-Pérdida del 15% de mercado. - Error del 10% de la plataforma web. -Competidores nuevos en el mercado de inversión media. -El 15% de clientes insatisfechos.	30%
1	Insignificante	-Presencia de nuevos competidores de inversión baja. -El 10% de clientes insatisfechos.	10%

Elaborado por: Lina Luo

Fuente: Investigación

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check listas).

A través de la herramienta brainstorming los directivos de la empresa en conjunto con los trabajadores buscarán posibles soluciones para las amenazas que pudiesen llegar a afectar el entorno de las operaciones de la empresa.

8.2. Planeación de la respuesta al riesgo

8.2.1. Monitoreo y control del riesgo

Tabla 53: Monitoreo y control del riesgo

RIESGO	NIVEL	VERIFICACION	FRECUENCIA	DIRECTOR	MEDICION
Insuficiente mercado para la empresa	Alto	Revisión de las ventas y la cartera de clientes.	Quincenal	Gerente General	Análisis del mercado, precio y preferencias de los clientes.
Limitación de recursos económicos	Medio	Análisis financiero.	Mensual	Gerente Financiero	Nivel de recursos económicos para invertir.
Nuevos Competidores	Medio	Revisión de la presencia de nuevos competidores en el mercado.	Trimestral	Gerente de ventas y marketing.	Número de nuevos competidores en el mercado.
Daños en la plataforma web.	Alto	Revisión del sistema operativo de la plataforma.	Diario	Gerente de Sistemas	Reporte del proceso operativo de la plataforma desde el Dpto. De sistemas.
Insatisfacción de los clientes.	Medio	Reporte de conformidad del cliente.	Mensual	Gerente de Ventas y Marketing.	Formularios de satisfacción del servicio de la empresa.

Elaborado por: Lina Luo

Fuente: Investigación

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

8.2.2. Revisiones periódicas y evaluación del riesgo

Easy Mandarín realizará reuniones mensuales para la verificación del cumplimiento de las funciones de monitoreo y control de riesgo, cada miembro del equipo de trabajo tiene responsabilidades asignadas, las mismas que se encuentran especificadas en el punto 8.2.1.

8.2.3. Reporte del riesgo.

Los reportes de riesgo serán presentados por los miembros del equipo de trabajo responsable de cada área, en estos se deberán especificar el problema con su posible solución para mitigar el impacto del riesgo.

8.2.4. Estrategias de Salida

Las estrategias de salida identificadas para los problemas ocasionados por los factores de riesgo son:

- Venta de la empresa al sector público o privado.
- Empleo de la plataforma para la enseñanza de otro idioma.
- Incremento de capital aportado por nuevos socios.
- Alianza estratégica con compañías que ofrezcan el mismo servicio.
- Ampliación del servicio a nivel nacional e internacional.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

8.3. Plan de Contingencia y Acciones Correctivas

Easy Mandarín por su modelo de negocio plantea como plan de contingencia ofrecer el servicio de E-learning a nivel nacional creando la oportunidad de expandir el mercado y no limitarse simplemente al consumo local. Además se proyectaría ampliar la oferta al mercado internacional.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

9. CONCLUSIONES

De la presente propuesta se abstraen conclusiones por capítulo para otorgar una conclusión general:

- Capítulo uno: Descripción de la investigación, El capítulo concluye en que la presente propuesta cumple los requisitos tanto académicos como de factibilidad suficientes para ser calificados como un estudio válido para los propósitos requeridos por la Universidad Católica Santiago de Guayaquil y el estado Ecuatoriano.
- Capítulo dos: Descripción del negocio, El capítulo permite determinar la oportunidad real que Easy mandarín busca suplir con su prestación de servicios, determinando a la propuesta como una potencial necesidad en el mercado nacional Ecuatoriano.
- Capítulo tres: Entorno jurídico, la realización del capítulo concluye en que la presente propuesta es aplicable de acuerdo con el marco legal ecuatoriano.
- Capítulo cuatro: Auditoría de mercado: A través de la auditoría de mercado se ratifica que la propuesta es adecuada para el mercado ecuatoriano, además se concluye que el mercado meta escogido es el ideal para la realización de la iniciativa.
- Capítulo cinco: Plan de marketing, a través del plan de marketing se concluye que la propuesta al regirse en los lineamientos determinados por ella de precio, plaza,

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

producto y promoción podrá desenvolverse adecuadamente según lo proyectado por la misma.

- Capítulo seis: Plan operativo, A través del plan operativo se concluye que el manejo día a día de la propuesta requiere reglamentos preestablecidos que puedan ser adaptados a la realidad de la situación y analizados periódicamente por los directivos de la organización.
- Capítulo siete: Estudio económico financiero tributario, El capítulo concluye demostrando factibilidad financiera de la propuesta.
- Capítulo ocho: Plan de contingencia, El plan de contingencia concluye que los riesgos inherentes de la propuesta son superados en creces con sus beneficios, además demuestra que un plan comprensivo que analiza los parámetros de riesgo permitirá minimizarlos dentro de la organización.
- Conclusión general.: La propuesta Easy Mandarín es factible para su puesta en marca y demuestra ser una alternativa empresarial valida tanto desde el punto de vista económico como de realidad del mercado ecuatoriano.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

10. RECOMENDACIONES

La propuesta contempla las siguientes recomendaciones:

- Los procesos e iniciativas de E-learning son una alternativa válida que permite aproximarse a mercados desatendidos.
- El mercado nacional es altamente cambiante, el análisis constante del mismo y sus tendencias son necesario para un óptimo desempeño de iniciativas en el mismo.
- Se recomienda realizar campañas publicitarias basadas en atributos y beneficios personales que el potencial cliente podría recibir al inscribirse en la propuesta.
- Se recomienda analizar la calidad percibida por el cliente a través de herramientas que se enlacen de manera directa con el (encuestas, sistemas de evaluación por calificación).
- Se sugiere fomentar la interacción a través de redes sociales de la propuesta con sus potenciales clientes.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

CAPÍTULO 11

FUENTES

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

11. BIBLIOGRAFIA

Embajada de Ecuador-China. (24 de Enero de 2014).
<http://www.ecuadorenchina.org.ec/>. Obtenido de <http://www.ecuadorenchina.org.ec/ecuador-china>

Ministerio coordinador de conocimiento y talento humano. (03 de 02 de 2014).
[conocimiento.gob.ec](http://www.conocimiento.gob.ec). Obtenido de <http://www.conocimiento.gob.ec/gobierno-nacional-ofrece-becas-ensena-ingles/>

(2013). En *definicionABC* (pág.
<http://www.definicionabc.com/general/proximidad.php>).

Abogados Ecuador. (14 de 05 de 2014). Obtenido de
<http://www.abogadosecuador.com/espanol/consulltas.html>

Alava, C. M. (2010). Guayaquil, Guayas, Ecuador.

Alava, C. M. (2010). Guayaquil.

Álvarez, O. H. (2002). *LA RED COMO MEDIO DE ENSEÑANZA* . Recuperado el 2013, de <http://www.pucmm.edu.do/rsta/academico/te/documents/ed/eves.pdf>

Álvarez, O. H. (2013). *la red como medio de enseñanza*. Obtenido de <http://www.pucmm.edu.do/rsta/academico/te/documents/ed/eves.pdf>

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

América Economía. (2010).

Arevalo, L. (27 de mayo de 2013). *Entrevista* . CONFUCIO, GUAYAQUIL.

Recuperado el 27 de mayo de 2013

Asamblea Constituyente . (2008). *www.asambleanacional.gov.ec*. Obtenido de <http://www.asambleanacional.gov.ec/asamblea-constituyente-mandatos-y-leyes.html>

Baltza, P. (2013). *Business Driven Information Systems*. McGraw-Hill.

Banco Central. (24 de enero de 2014). *bce.fin.ec*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>

Banco Central. (24 de 1 de 2014). *http://www.bce.fin.ec*. Obtenido de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

Banco central. (1 de enero de 2014). *www.bce.fin.ec*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>

Banco del Pichincha. (14 de 5 de 2014). Obtenido de <http://www.pichincha.com/Banca-Personas/Pichincha-Creditos/Consumo/Credito-Preciso>

Bello Rafael. (1996). *EDUCACIÓN VIRTUAL: AULAS SIN PAREDES*. Recuperado el 16 de 06 de 2013, de <http://www.educar.org/articulos/educacionvirtual.asp>

CAFE, M. d. (Veinte de Diciembre de 2010). *Manual del Usuario TRAZABILIDAD DEL CAFE*. Recuperado el 2010, de Manual del Usuario TRAZABILIDAD DEL CAFE: <http://www.asoapia.org/co/asoapia/wwwManual/ServiCafe.htm>

cafeteros, F. N. (Veinte de Diciembre de 2010). *FAQ's Logistica Federación Nacional de cafeteros*. Recuperado el 2010, de FAQ's Logistica Federación Nacional de cafeteros: <http://www.federaciondecafeteros.org/clientes/es/faqs/logistica/>

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Camara de comercio de Guayaquil. (24 de enero de 2014). <http://www.lacamara.org>.
Obtenido de <http://www.lacamara.org/website/images/boletines/informacion-comercial/relacion%20comercial%20ecuador%20-%20china.pdf>

Camara de Turismo del Guayas. (2010). Cafeterias. *Numero de cafeterias*.

Céspedes, J. A. (2000). *Historia Del Cafe III*. Santiago De Chile.

China, E. d. (2012). *Ministerio de Relaciones Exteriores de la República Popular China*. Recuperado el 16 de junio de 2013, de <http://ec.china-embassy.org/esp/jmwl/>

Codigo de relaciones laborales. (16 de 12 de 2005). www.unemi.edu.ec. Obtenido de www.pge.gob.ec/es/documentos/doc.../225-codigo-del-trabajo.html

Cofenac. (2011). Sector industrial. *Vistazo*.

CONAMYPE©. (2002). *Procesos Productivos*. Recuperado el 2010, de <http://www.infomipyme.com/Docs/SV/Offline/comoadministrar/proceso1.htm>

Congreso nacional. (2002 de abril de 2002). <http://www.cetid.abogados.ec>. Obtenido de <http://www.cetid.abogados.ec/archivos/93.pdf>

Congreso Nacional del Ecuador. (s.f.). *Ley de propiedad intelectual*. Quito: Registro oficial.

CORECAF. (2010). *ANALISIS DE LA OFERTA*. Guayaquil.

Corporacion financiera Nacional. (22 de 1 de 2013). www.cfn.fin.ec. Obtenido de http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=597:sectores-financiables&catid=122:credito-directo&Itemid=531

Cortez, D. (28 de 9 de 2008). *La construcción social del “Buen Vivir”* . Recuperado el 16 de junio de 2013, de

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

<http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/369/File/PDF/CentrodeReferencia/Temasdeanálisis2/buenivirysumakkawsay/articulos/Cortez.pdf>

Diario El Expreso. (2010). Cafeterías.

Ecuador, D. N. (01 de 01 de 2011). *Censo de Extranjeros por Nacionalidad año 2011*. Recuperado el 16 de 06 de 2013, de http://dnm.policiaecuador.gob.ec/fileadmin/dnm-repositorio/estadisticas/CENSOS_DE_EXTRANJEROS_POR_NACIONALIDAD.pdf

El Universo. (2010). Cafeterías Ecuador.

El universo. (5 de febrero de 2014). Obtenido de www.eluniverso.com/2011/09/01/1/1355/guayaquil-2291158-habitantes.html

Fundacion Metrovia. (12 de FEBRERO de 2014). *FUNDACION METROVIA*. Obtenido de <http://www.metrovia-gye.com.ec/>

Gourmet, C. (Veinte de Diciembre de 2010). *Café Gourmet*. Obtenido de Café Gourmet: <http://www.ciinvestol.com/es/caracteristicas-cafe.htm>

H. S. (AGOSTO de 2010). Hispana. *Proforma Compañías*. Guayaquil.

Heim, A. (22 de Enero de 2014). *thenextweb.com*. Obtenido de <http://thenextweb.com/la/2011/05/29/a-latin-american-success-story-online-learning-startup-open-english/#!sUAaO>

INEC. (diciembre de 2007). *INFORME SOCIAL 2003 Desarrollo social y pobreza en el Ecuador*. Recuperado el 10 de diciembre de 2010, de www.siise.gov.ec/Publicaciones/2inf2.pdf

instituto politecnico nacional. (2013).

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Larousse. (2007). En *Diccionario Manual de la Lengua Española Vox*. © 2007 Larousse Editoria (pág. <http://es.thefreedictionary.com/vecindad>).

Larousse. (2007). En S. *Diccionario Manual de la Lengua Española Vox*. © 2007 Larousse Editorial.

Larousse. (2007). En S. *Diccionario Manual de la Lengua Española Vox*. © 2007 Larousse Editorial.

Larousse. (2009). En S. *Diccionario Enciclopédico Vox 1*. © 2009 Larousse Editorial.

Leflore. (2000).

MINISTERIO DE AMBIENTE. (26 de 2 de 2014). <http://www.ambiente.gob.ec/punto-verde/>. Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/punto-verde/>

Ministerio de educacion superior. (2014). <http://www.educacionsuperior.gob.ec>. Obtenido de <http://www.educacionsuperior.gob.ec/objetivos/>

nacional, C. (22 de 01 de 2014). *Ley de companias*. Obtenido de http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_comp.pdf

Phd.Rodrigo A. Fábrega-Lacoa, P. U.-C. (22 de enero de 2014). www.cruzandoelpacifico.org. Obtenido de [http://www.cruzandoelpacifico.org/doc/Fabrega_Fabrega_Pina_\(2011\)_Chino_Mandarin_Version_Espanol.pdf](http://www.cruzandoelpacifico.org/doc/Fabrega_Fabrega_Pina_(2011)_Chino_Mandarin_Version_Espanol.pdf)

Recalde, P. (24 de enero de 2014). www.puce.edu.ec. Obtenido de <http://www.puce.edu.ec/sitios/ocpal/images/documentos/BDH.pdf>

Regimen Tributario Interno. (23 de 9 de 2009). www.sri.gob.ec. Obtenido de <http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/leytribint.pdf>

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

SAHARREA, F. A. (2010). *Revista Vinculando*. Recuperado el 2010, de Revista Vinculando: <http://vinculando.org/mercado/cafe/tendmundodem.html>

SAMPIERI. (2014). *Metodología de la investigación*. Guayaquil: McGraw-Hill.

Secretaria Nacional de Planificación. (22 de ENERO de 2013). Plan nacional del buen vivir. Quito, Pichincha, Ecuador .

Semana, P. (2010). *Los 10 idiomas más hablados en el mundo*. Obtenido de <http://www.dinero.com/empresas/articulo/los-10-idiommas-mas-hablados-mundo/168290>

SENPLADES. (24 de ENERO de 2014). <http://www.planificacion.gob.ec>. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf

siyuan. (15 de 2 de 2014). <http://www.siyuan.com.ec/>. Obtenido de <http://www.siyuan.com.ec/>

UCSG. (22 de 01 de 2014). www.sinde.edu.ec. Obtenido de <http://www.sinde.edu.ec/archivos/Gu%C3%ADa%20de%20Pertinencia%20Convocatoria%202010.pdf>

UNIVERSO, E. (04 de 08 de 2006). El Centro Cultural Chino-Ecuatoriano abre sus puertas. *El Centro Cultural Chino-Ecuatoriano abre sus puertas*(18), pág. 18.

UNIVERSO, E. (27 de 12 de 2010). Se dio apertura oficial de Instituto Confucio. pág. 28.

Valiño, P. P. (11 de 2 de 2014). Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2006/pcv/2d.htm>

Vistazo. (2010). *Café. Vistazo*.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Wyburd, C. (2010). *Los 10 idiomas más hablados en el mundo*. Obtenido de <http://www.dinero.com/empresas/articulo/los-10-idiommas-mas-hablados-mundo/168290>

CAPÍTULO 12

ANEXOS

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

12. ANEXOS

12.1 Diseño de Página web

Ilustración 20: Diseño de la web.



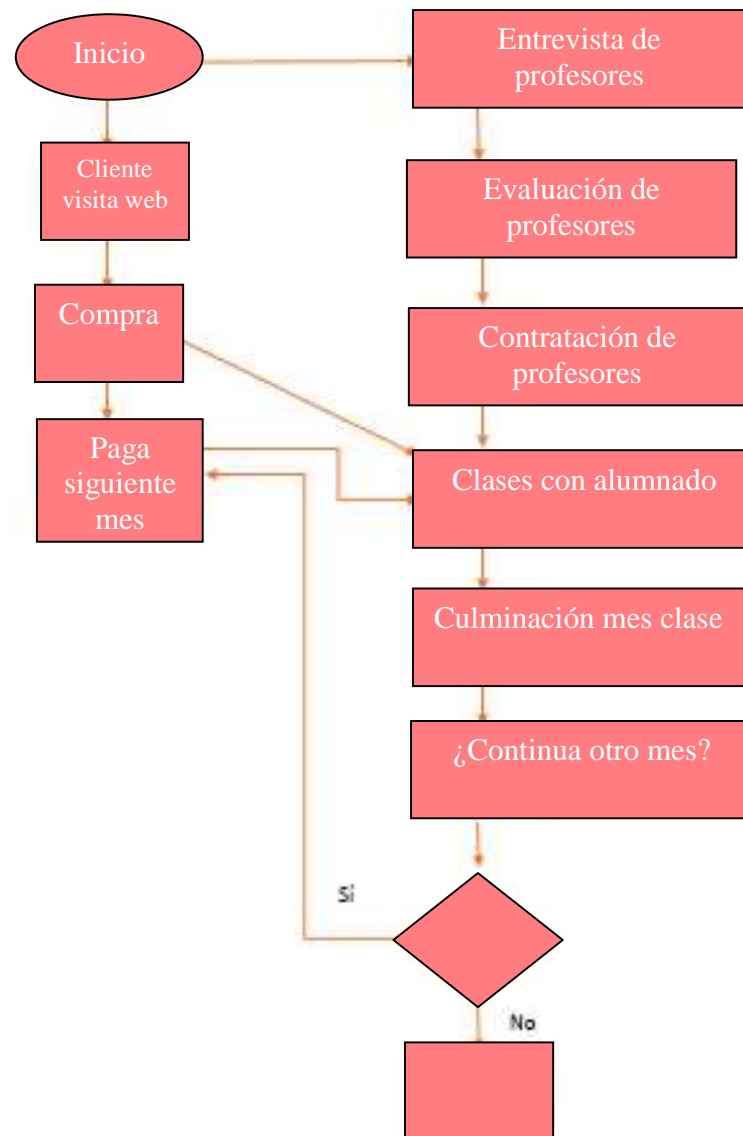
**Elaborado por: Lina Luo.
Fuente: Investigación.**

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

12.2 Flujograma de procesos.

Ilustración 21: Flujograma de procesos

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.



Elaborado por: Lina Luo.
Fuente: Investigación.

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEMENTARIO

13. MATERIAL COMPLEMENTARIO

13.1 Preguntas FocusGroup

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

Cuestionario de FocusGroup

1. ¿Cuáles son los productos tecnología que poseen?
2. ¿Cuáles son los idiomas que hablan y escriben en la actualidad?
3. ¿Les gustaría aprender otro idioma? ¿Por qué?

Presentar concepto de negocio

1. ¿Usted piensa que el idioma mandarín es importante? ¿Por qué?
2. ¿Le agradaría un instituto que enseñe el idioma mandarín? ¿Por qué?

13.2 Preguntas Encuestas



Código

1. De los siguientes productos. Cuales posee usted en la actualidad?(E: Mencionar cada producto)

	<u>SI</u>	<u>NO</u>	
<u>COMPUTADORA</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>(1)</u>
<u>LAPTO</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>(2)</u>
<u>TABLET</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>(3)</u>
<u>SMARTHPHONE</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>(4)</u>

(E: SINO POSEE NINGUNO DE LOS PRODUCTOS ANTERIORES TERMINAR LAS ENCUESTA)

2. ¿Posee una conexión a internet sea esta móvil o fija?(5)
 SI.....1 → Continuar
 NO.....2 → Terminar
3. ¿Usted domina un idioma además del español?(6)
 SI.....1 → ¿cuál o cuáles? _____(7-10)
 NO.....2 → Continuar
4. ¿Estaría interesado en aprender otro idioma (11)
 SI.....1 → Saltar Pregunta 5
 NO.....2 → Saltar Pregunta 6
5. (E: entregar la tarjeta # 1) Califique del 1 al 5 donde 1 es el menos importante y 5 el más importante. Me podría decir el nivel importancia que le daría a aprender el idioma Mandarín (12)

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

<u>Nada importante</u>	<u>Poco importante</u>	<u>Ni importante ni poco importante</u>	<u>importante</u>	<u>Muy importante</u>
<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>

(Presentar concepto)

6. **(E: entregar la tarjeta # 2)** Califique del 1 al 5 donde 1 es me desagrada mucho y 5 es me agrada mucho. Me podría decir el nivel el nivel de agrado a la creación de instituto que enseñara el idioma Mandarín (13)

<u>Me desagrada mucho</u>	<u>Me desagrada</u>	<u>No me agrada ni me agrada</u>	<u>Me agrada</u>	<u>Me agrada mucho</u>
<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>

7. **(E: entregar tarjeta 3)**¿En qué horario le resultaría a usted más conveniente la realización de las clases? (14)

<u>7-11am</u>	<u>1</u>
<u>12-4pm</u>	<u>2</u>
<u>5-10pm</u>	<u>3</u>

8. **(E: entregar la tarjeta # 4)**¿Usted estaría dispuesto a inscribirse en el nivel de curso contemplado en el concepto que se le acaba de presentar?(15)

<u>No dispuesto</u>	<u>Poco Dispuesto</u>	<u>Ni dispuesto ni indispueto</u>	<u>Dispuesto</u>	<u>Muy dispuesto</u>
<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>

9. Usted Pagaría:(preguntar del valor menor al mayor hasta obtener respuesta negativa)(13)

	<u>si</u>	<u>no</u>	
<u>\$50 mensuales</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>(16)</u>
<u>\$60 mensuales</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>(17)</u>
<u>\$70 mensuales</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>(18)</u>
<u>\$80 mensuales</u>	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>(19)</u>

“Propuesta para la Creación de un Instituto de Enseñanza modalidad E-Learning de idioma mandarín utilizando las tecnologías de información”.

DATOS DE CONTROL

NOMBRE DEL ENTREVISTADO/A: _____

TELEFONO: _____ FECHA: _____

ENCUESTADOR: _____ SUPERVISOR: _____

<u>(20) EDAD:</u>	<u>SEXO (21)</u>	<u>NIVEL DE EDUCACION (22)</u>
1. 18 a 24	1.-MUJER	1. PRIMARIA
2. 25 a 34	2.-HOMBRE	2. SECUNDARIA