

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

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

EFFECTUADO:

Desde Noviembre del 2012 hasta Octubre de 2013

REALIZADO POR:

Gianela Yamilet Benavides Andrade

Tutores:

Ing. Jaime Santillán

INFORMACIÓN PERSONAL:

Dirección: Villa Club, Urbanización Kriptón, Mz 15, Villa 1

Teléfono: 2200737

Celulares: 0991257165

Correo: gybenavides@hotmail.com

Guayaquil - Ecuador

TEMA:

**“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN
ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN
BÁSICA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

CERTIFICACIÓN

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

Guayaquil, Octubre del 2013

Ing. Jaime Santillán P.
Tutor

Ing. G.E.I. María del Rocío Vallejo Fiallos
Lectora

Econ. Luis Fernando Hidalgo Proaño
Lector



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

GIANELA YAMILET BENAVIDES ANDRADE

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación denominado “Propuesta para la Creación de un Centro de Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas para Estudiantes de Educación Básica en la ciudad de Guayaquil” ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación en mención.

Guayaquil, Octubre del 2013

EL AUTOR

GIANELA YAMILET BENAVIDES ANDRADE



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

AUTORIZACIÓN

Yo, GIANELA YAMILET BENAVIDES ANDRADE

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del trabajo titulado: “Propuesta para la Creación de un Centro de Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas para Estudiantes de Educación Básica en la ciudad de Guayaquil”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, Octubre del 2013

EL AUTOR

GIANELA YAMILET BENAVIDES ANDRADE

DEDICATORIA

A DIOS, por guiarme y darme fuerzas para enfrentar las adversidades que se presentaron y permitirme llegar hasta esta importante etapa de mi vida.

A MIS PADRES, por su apoyo incondicional en cada momento, por la confianza brindada y por su gran amor.

AGRADECIMIENTO

A DIOS, por ser mi mayor inspiración y darme fuerzas para salir adelante.

A MIS PADRES, por estar siempre cuando los necesito y brindarme su valioso aporte afectivo, moral y económico.

A LA FUNDACIÓN LEONIDAS ORTEGA MOREIRA, por la oportunidad de realizar mis estudios en esta prestigiosa universidad.

A MI NOVIO, por su gran apoyo en esta etapa.

A MIS PROFESORES, por los valiosos conocimientos impartidos en las aulas universitarias y que ahora son de gran utilidad para mi vida profesional.

RESUMEN

El presente trabajo de titulación busca demostrar la viabilidad de la creación de un Centro de Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas para estudiantes de 5 a 9 años, proporcionándoles una actividad de calidad durante las tardes. La idea nace al identificar un porcentaje considerable de padres de familia que trabajan en largas jornadas de trabajo, viéndose obligados a deslindarse de sus tareas domésticas y por ende de la crianza y educación de sus hijos.

Para mostrar la factibilidad económica y beneficio social del trabajo de titulación se desarrollaron ocho capítulos que comprenden la descripción del negocio, entorno jurídico, auditoría de mercado realizada mediante una exhaustiva investigación de los aspectos internos y externos e la empresa. Luego de esto se determinan oportunidades y amenazas que permiten escoger la estrategia de penetración adecuada. Así mismo se establecen los procesos de gestión de calidad, ambiental y social, culminando con el estudio de la factibilidad financiera de la propuesta planteada.

ABSTRACT

The present graduation work aims to demonstrate the feasibility of a School Equalization and Tasks Directed for 5-9 years students by providing a quality activity during the evenings. The idea stems from the absence of parents at home because they have to fulfill their workdays, leaving their housework like upbringing and education of their children.

In order to show the economic feasibility and social benefit of this graduation work have been developed eight chapters, which comprise: business description, legal environment, market audit conducted by a thorough investigation about the internal and external aspects of the company. After that identifies opportunities and threats that let you choose the appropriate entry strategy. Follow by establishing the quality management, environmental and social processes, finally the financial feasibility study of the proposal.

INTRODUCCIÓN

En los días actuales muchos menores que se encuentran iniciando la educación básica no cuentan con el soporte necesario para el desempeño efectivo de sus tareas escolares, debido a la incorporación de madres en el campo laboral por la necesidad de llevar ingresos adicionales al hogar; pero no por este motivo se debe olvidar la importancia que tienen las tareas escolares en la educación integral del niño, sobre todo en los primeros años de educación básica, puesto que es el momento para fomentar bases sólidas para alcanzar la excelencia académica.

Si bien es cierto, la mayoría de padres y madres regresan a casa cansados de trabajar, y les es difícil encontrar tiempo para ayudar a sus hijos con sus tareas, por lo tanto el servicio de tareas dirigidas por profesionales de la educación facilitarán a sus hijos el aprendizaje, enseñándoles a realizar sus tareas en orden, limpieza y con calidad, formando así al futuro miembro de la sociedad con responsabilidad y disciplina.

Es por este motivo que este trabajo de titulación presenta una propuesta de crear un centro que se satisfaga esta necesidad, con este trabajo se examina la viabilidad de la inclusión de este negocio en Guayaquil, lo cual estará sustentado en una sólida investigación de mercado, identificando referentes exitosos y teorías que soporten la propuesta. Esto pasa a ser punto de partida para evaluar la potencialidad del negocio tanto social, como económica.

INDICE GENERAL

TEMA	III
CERTIFICACIÓN	IV
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	V
AUTORIZACIÓN	VI
DEDICATORIA	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
RESUMEN	IX
ABSTRACT.....	X
INTRODUCCIÓN	XI
1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	27
1.1. Tema – Título	27
1.2. Justificación.....	27
1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio	27
1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio	28
1.5. Objetivos de la Investigación	29
1.5.1. Objetivo General	29
1.5.2. Objetivos Específicos.....	29
1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.....	29
1.7. Planteamiento del Fenómeno Paradigmático	30
1.7.1. Planteamiento del Problema	30
1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto	31
1.8.1. Marco Referencial.....	31
1.8.2. Marco Teórico.....	32
1.8.3. Marco Conceptual.....	33
1.8.4. Marco Legal	34
1.8.5. Marco Lógico.....	35
1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.	36
1.10. Cronograma	37
2.DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	39
2.1. Análisis de la Oportunidad.....	39
2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio	39
2.1.2. Descripción de la Idea de Producto o Servicio	39
2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa.....	40
2.3. Objetivos de la Empresa.....	41
BENAVIDES, Yamilet	XII

2.3.1.	Objetivo General.....	41
2.3.2.	Objetivos Específicos.....	41
2.4.	Estructura Organizacional	42
2.4.1.	Organigrama	42
2.4.2.	Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias	43
2.4.3.	Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos....	44
	44
3.	ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA.....	46
3.1.	Aspecto Societario de la Empresa.....	46
3.1.1.	Generalidades.....	46
3.1.2.	Fundación de la Empresa	46
3.1.3.	Capital Social, Acciones y Participaciones.....	47
3.1.4.	Juntas Generales de Accionistas y-o Socios	47
3.1.5.	Compañías Extranjeras (opcional).....	48
3.1.6.	Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores (opcional).....	48
3.2.	Aspecto Laboral de la Empresa.....	49
3.2.1.	Generalidades.....	49
3.2.2.	Mandato Constituyente #8.....	49
3.2.3.	Tipos de Contrato de Trabajo	50
3.2.4.	Obligaciones del empleador.....	50
3.2.5.	Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración	51
3.2.6.	Fondo de Reserva y Vacaciones	52
3.2.7.	Asociaciones de Trabajadores.....	52
3.2.8.	Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo	53
3.3.	Contratación Civil	53
3.3.1.	Principios Básicos de la Contratación.....	53
3.3.2.	Contratos de Prestación de Servicios	54
3.3.3.	Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios	54
3.3.4.	Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación ..	55
3.3.5.	Generalidades de la Contratación Pública	55
3.3.6.	Contrato de Confidencialidad	55
3.4.	Políticas de Buen Gobierno Corporativo	55
3.4.1.	Código de Ética.....	55
3.4.2.	Indicadores de Gestión.....	56
3.4.3.	Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros	58
	Beneficios.....	58
3.4.4.	Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación	58

3.5.	Propiedad Intelectual.....	59
3.5.1.	Registro de Marca.....	59
3.5.2.	Manual de Procesos Productivos	59
3.5.3.	Derecho de Autor del Proyecto.....	59
3.5.4.	Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional).....	59
3.6.	Seguros	59
3.6.1.	Incendio.....	59
3.6.2.	Robo.....	60
3.6.3.	Fidelidad	60
3.6.4.	Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato	60
3.6.5.	Maquinarias y Equipos	60
3.6.6.	Materia Prima y Mercadería	60
3.7.	Presupuesto.....	61
4.	AUDITORÍA DE MERCADO	64
4.1.	PEST.....	64
4.2.	Macro, Meso y Micro.....	66
4.3.	Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria	67
4.4.	Análisis del Ciclo de Vida del Mercado.....	67
4.5.	Matriz BCG.....	68
4.6.	Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado	68
4.7.	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter: Conclusiones de la Empresa y su Poder de Negociación.....	69
4.8.	Análisis de la Oferta.....	70
4.8.1.	Tipo de Competencia	70
4.8.2.	Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial.....	71
4.8.3.	Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.	71
4.8.4.	Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contraestrategia de la Empresa	72
4.9.	Análisis de la Demanda.....	72
4.9.1.	Segmentación de Mercado.....	72
4.9.1.1.	Criterio de Segmentación	72
4.9.1.2.	Selección de Segmentos	73
4.9.1.3.	Perfiles de los Segmentos	73
4.10.	Matriz FODA.....	73
4.11.	Investigación de Mercado.....	74

4.11.1.	Método	74
4.11.2.	Diseño de la Investigación	74
4.11.2.1.	Objetivos de la Investigación: General y Específicos (Temas que desean ser investigados).....	74
4.11.2.2.	Tamaño de la Muestra	75
4.11.2.3.	Técnica de recogida y análisis de datos.....	75
4.11.2.3.1.	Exploratoria.....	75
4.11.2.3.2.	Concluyente (Encuesta)	75
4.11.2.4.	Análisis de Datos	76
4.11.2.5.	Resumen e interpretación de resultados	76
4.11.3.	Conclusiones de la Investigación de Mercado.....	85
4.11.4.	Recomendaciones de la Investigación de Mercado	85
4.12.	Cuantificación de la Demanda.....	86
4.12.1.	Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha	86
4.12.2.	Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca el Payback.	87
5.	PLAN DE MARKETING	89
5.1.	Objetivos: General y Específicos	89
5.1.1.	Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada	89
5.1.1.1.	Tipo y Estrategias de Penetración	89
5.1.1.2.	Cobertura	89
5.2.	Posicionamiento	90
5.2.1.	Estrategia de Posicionamiento.	90
5.2.2.	Valoración del Activo de la Marca (BAV)	91
5.3.	Marketing Mix.....	91
5.3.1.	Estrategia de Producto o Servicios	91
5.3.1.1.	Descripción del Producto:	91
5.3.1.2.	Adaptación o Modificación del Producto.....	92
5.3.1.3.	Empaque: Reglamento del Marcado y Etiquetado	92
5.3.1.4.	Amplitud y Profundidad de Línea	93
5.3.1.5.	Marcas y Submarcas	93
5.3.2.	Estrategia de Precios	93
5.3.2.1.	Precios de la Competencia.....	93
5.3.2.2.	Poder Adquisitivo del Mercado Meta.....	94
5.3.2.3.	Expectativa de los Accionistas	94
5.3.2.4.	Políticas de Precio.	94

5.3.3.	Estrategia de Plaza	95
5.3.3.1.	Localización	95
5.3.3.1.1.	Macro Localización	95
5.3.3.1.2.	Micro Localización	95
5.3.3.1.3.	Ubicación	95
5.3.3.1.4.	Distribución del Espacio	95
5.3.3.2.	Sistema de Distribución Comercial	96
5.3.3.2.1.	Canales de Distribución	96
5.3.3.2.2.	Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.....	96
5.3.3.2.3.	Logística.....	96
5.3.3.2.4.	Red de Ventas	97
5.3.3.2.5.	Políticas de Servicio al Cliente	97
5.3.4.	Estrategias de Promoción.....	97
5.3.4.1.	Estrategias ATL y BTL	97
5.3.4.2.	Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje	98
5.3.4.3.	Promoción de Ventas.....	98
5.3.4.3.1.	Venta Personal	98
5.3.4.3.2.	Trading.....	98
5.3.4.3.3.	Clienting.....	99
5.3.4.4.	Publicidad	99
5.3.4.4.1.	Estrategia de Lanzamiento	99
5.3.4.4.2.	Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad	100
5.3.4.4.3.	Mindshare	100
5.3.4.4.4.	Publicidad Blanca	100
5.3.4.4.5.	Merchandising.....	100
5.3.4.4.6.	Relaciones Públicas	101
5.3.4.4.7.	Marketing Relacional.....	101
5.3.4.4.8.	Insight Marketing.....	101
5.3.4.4.9.	Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto	102
5.3.4.4.9.1.	Estrategias de E-Commerce , E-Business e E-Marketing	102
5.3.4.4.9.2.	Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.....	102
5.3.4.4.9.3.	Diseño e Implementación de la Página Web.....	102
5.3.4.4.10.	Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales	103

5.3.4.4.10.1.	Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.....	103
5.3.4.4.10.2.	Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales	103
5.3.4.4.10.3.	Marketing Social	104
5.3.4.5.	Ámbito Internacional.....	104
5.3.4.5.1.	Estrategia de Distribución Internacional.....	104
5.3.4.5.2.	Estrategias de Precio Internacional.....	104
5.3.5.	Cronograma.....	105
5.3.6.	Presupuesto de Marketing.....	106
5.3.7.	Análisis de Rentabilidad del Offering.....	106
6.	PLAN OPERATIVO.....	108
6.1.	Producción.....	108
6.1.1.	Proceso Productivo	108
6.1.2.	Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos.....	109
6.1.3.	Mano de Obra	110
6.1.4.	Capacidad Instalada	110
6.1.5.	Flujogramas de Procesos.....	111
6.1.6.	Presupuesto	112
6.2.	Gestión de Calidad	112
6.2.1.	Procesos de planeación de calidad	112
6.2.2.	Beneficios de las acciones proactivas	113
6.2.3.	Políticas de calidad	113
6.2.4.	Benchmarking.....	114
6.2.5.	Proceso de aseguramiento de la calidad.....	114
6.2.6.	Estándares de la calidad	114
6.2.7.	Procesos de control de calidad.....	115
6.2.8.	Certificaciones y Licencias	115
6.2.9.	Presupuesto	116
6.3.	Gestión Ambiental.....	116
6.3.1.	Procesos de planeación ambiental	116
6.3.2.	Beneficios de las acciones proactivas	116
6.3.3.	Políticas de protección ambiental	117
6.3.4.	Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental.....	117
6.3.5.	Estándares de la calidad ambiental	118
6.3.6.	Procesos de control de calidad.....	118
6.3.7.	Trazabilidad	118
6.3.8.	Logística Verde.....	118

6.3.9.	Certificaciones y Licencias	119
6.3.10.	Presupuesto	119
6.4.	Gestión de Responsabilidad Social	119
6.4.1.	Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social .	119
6.4.2.	Beneficios de las acciones proactivas	120
6.4.3.	Políticas de protección social	120
6.4.4.	Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa.....	120
6.4.5.	Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo	121
6.4.6.	Procesos de controles sociales	121
6.4.7.	Certificaciones y Licencias	121
6.4.8.	Presupuesto	122
6.5.	Balanced Scorecard & Mapa Estratégico.....	122
6.6.	Otros temas relacionados al plan operativo.....	123
7.	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO.....	125
7.1.	Inversión Inicial.....	125
7.1.1.	Tipo de Inversión	125
7.1.1.1.	Fija	125
7.1.1.2.	Diferida.....	126
7.1.1.3.	Corriente	127
7.1.2.	Financiamiento de la Inversión	128
7.1.2.1.	Fuentes de Financiamiento	128
7.1.2.2.	Tabla de Amortización	128
7.1.3.	Cronograma de Inversiones	129
7.2.	Análisis de Costos	129
7.2.1.	Costos Fijos.....	129
7.2.2.	Costos Variables	130
7.2.2.1.	Costos de Producción	130
7.3.	Capital de Trabajo	130
7.3.1.	Costos de Operación	130
7.3.2.	Costos Administrativos.....	130
7.3.3.	Costos de Ventas.....	131
7.3.4.	Costos Financieros	131
7.4.	Análisis de Variables Críticas	131
7.4.1.	Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.	131
7.4.2.	Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas	132

7.4.3.	Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de análisis marginales.	132
7.4.4.	Análisis de Punto de Equilibrio	133
7.4.5.	Análisis de Punto de Cierre.....	133
7.5.	Entorno Fiscal de la Empresa.....	134
7.5.1.	Planificación Tributaria	134
7.5.1.1.	Generalidades (Disposiciones normativas)	134
7.5.1.2.	Minimización de la carga fiscal.....	134
7.5.1.3.	Impuesto a la Renta	134
7.5.1.4.	Impuesto al Valor Agregado.....	135
7.5.1.5.	Impuestos a los Consumos Especiales.....	135
7.5.1.6.	Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales	135
7.5.1.7.	Impuestos al Comercio Exterior	136
7.5.1.8.	Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones	136
7.5.1.9.	Impuestos a la Salida de Divisas	136
7.5.1.10.	Impuestos a los Vehículos Motorizados	136
7.5.1.11.	Impuestos a las Tierras Rurales	136
7.6.	Estados Financieros proyectados	136
7.6.1.	Balance General Inicial.....	136
7.6.2.	Estado de Pérdidas y Ganancias	137
7.6.2.1.	Flujo de Caja Proyectado.....	138
7.6.2.1.1.	Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital	138
7.6.2.1.1.1.	TMAR	138
7.6.2.1.1.2.	VAN	139
7.6.2.1.1.3.	TIR	139
7.6.2.1.1.4.	PAYBACK.....	139
7.7.	Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples	140
7.7.1.	Productividad	140
7.7.2.	Precio Mercado Local	140
7.7.3.	Precio Mercado Externo	140
7.7.4.	Costo de Materia Prima	141
7.7.5.	Costo de Materiales Indirectos.....	141
7.7.6.	Costo de Suministros y Servicios	141
7.7.7.	Costo de Mano de Obra Directa.....	141
7.7.8.	Costo de Mano de Obra Indirecta	142

7.7.9.	Gastos Administrativos.....	142
7.7.10.	Gastos de Ventas.....	142
7.7.11.	Inversión en Activos Fijos	143
7.7.12.	Tasa de interés promedio (puntos porcentuales).....	143
7.8.	Balance General	143
7.8.1.	Razones Financieras.....	144
7.8.1.1.	Liquidez	144
7.8.1.2.	Gestión.....	145
7.8.1.3.	Endeudamiento	145
7.8.1.4.	Rentabilidad.....	146
7.9.	Conclusión Financiera.....	146
8.	PLAN DE CONTINGENCIA	148
8.1.	Plan de administración del riesgo.....	148
8.1.1.	Principales riesgos	148
8.1.2.	Reuniones para mitigar los riesgos	148
8.1.3.	Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists)	149
8.2.	Planeación de la respuesta al riesgo	149
8.2.1.	Monitoreo y control del riesgo.....	149
8.2.2.	Revisiones periódicas y evaluación del riesgo.....	150
8.2.3.	Reporte del riesgo	150
8.2.4.	Estrategias de Salida	151
8.3.	Plan de Contingencia y Acciones Correctivas	152
9.	CONCLUSIONES.....	154
10.	RECOMENDACIONES	156
11.	FUENTES	158
12.	ANEXOS.....	163
13.	MATERIAL COMPLEMENTARIO	174

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Marco Lógico.....	35
Tabla 2: Cargos y Perfiles.....	43
Tabla 3: Manual de Funciones.....	44
Tabla 4: Capital Social.....	47
Tabla 5: Décimo Tercer y Cuarto Sueldo	51
Tabla 6: Vacaciones y Fondos de Reserva	52
Tabla 7: Indicadores de Gestión	57
Tabla 8: Políticas de Comunicación	58
Tabla 9: Plantilla de Trabajadores	61
Tabla 10: Presupuesto Entorno Jurídico	61
Tabla 11: Competidores.....	71
Tabla 12: Matriz FODA.....	73
Tabla 13: Proyección de Ventas del Sector	87
Tabla 14: Valoración del Activo de la Marca.....	91
Tabla 15: Producto Esencial, Real y Aumentado	92
Tabla 16: Amplitud y Profundidad	93
Tabla 17: Precios de la Competencia.....	93
Tabla 18: Promoción Electrónica de la Competencia.....	102
Tabla 19: Redes Sociales de la Competencia	103
Tabla 20: Presupuesto de Marketing.....	106
Tabla 21: Análisis del Offering.....	106
Tabla 22: Infraestructura y Equipos.....	109
Tabla 23: Infraestructura y Equipos.....	110
Tabla 24: Infraestructura.....	112
Tabla 25: Estándares de Calidad.....	114
Tabla 26: Balanced Scorecard	122
Tabla 27: Inversión Inicial	125
Tabla 28: Inversión Fija	126
Tabla 29: Inversión Diferida.....	127
Tabla 30: Inversión Corriente	127
Tabla 31: Financiamiento de la Inversión.....	128
Tabla 32: Financiamiento Interno	128
Tabla 33: Tabla de Amortización Resumida	128

Tabla 34: Cronograma de Inversiones	129
Tabla 35: Costos Fijos	129
Tabla 36: Costos Administrativos.....	130
Tabla 37: Costos de Marketing y Ventas	131
Tabla 38: Gastos Financieros.....	131
Tabla 39: Margen y Mark Up	132
Tabla 40: Proyección de Ingresos	132
Tabla 41: Punto de Equilibrio	133
Tabla 42: Punto de Cierre	133
Tabla 43: Impuesto a la Renta	135
Tabla 44: Balance Inicial	137
Tabla 45: Estado de Pérdidas y Ganancias	137
Tabla 46: Flujo de Efectivo Proyectado.....	138
Tabla 47: TMAR.....	138
Tabla 48: Cálculo del VAN	139
Tabla 49: Payback.....	139
Tabla 50: Sensibilidad Productividad	140
Tabla 51: Sensibilidad Precios.....	140
Tabla 52: Sensibilidad Inflación	141
Tabla 53: Sensibilidad: Gastos Administrativos.....	142
Tabla 54: Sensibilidad: Gastos de Ventas.....	142
Tabla 55: Sensibilidad: Activos Fijos	143
Tabla 56: Sensibilidad: Tasa de Interés	143
Tabla 57: Balance General Proyectado.....	144
Tabla 58: Razones de Gestión.....	145
Tabla 59: Razones de Endeudamiento	145
Tabla 60: Razones de Rentabilidad.....	146
Tabla 61: Indicadores de Riesgo.....	150
Tabla 62: Reporte de Riesgos	151
Tabla 63: Plan de Contingencia	152

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1	37
Ilustración 2: Organigrama	42
Ilustración 3: Ventas Industria	67
Ilustración 4: Ciclo de Vida del Mercado	67
Ilustración 5: Matriz BCG	68
Ilustración 6: Ciclo de Vida del Producto.....	69
Ilustración 7: Características de la Muestra	78
Ilustración 8: Resultado 2 Encuesta.....	78
Ilustración 9: Resultado 3 Encuesta.....	79
Ilustración 10: Resultado 4 Encuesta.....	79
Ilustración 12: Resultado 6 Encuesta.....	80
Ilustración 11: Resultado 5 Encuesta.....	80
Ilustración 13: Resultado 7 Encuesta.....	81
Ilustración 14: Resultado 8 Encuesta.....	81
Ilustración 15: Resultado 9 Encuesta.....	82
Ilustración 16: Resultado 10 Encuesta.....	82
Ilustración 17: Resultado 11 Encuesta.....	83
Ilustración 18: Resultado 12 Encuesta.....	83
Ilustración 19: Resultado 13 Encuesta.....	84
Ilustración 20: Resultado 14 Encuesta.....	84
Ilustración 21: Logo de la Empresa	91
Ilustración 22: Plano de Educatesa	96
Ilustración 23: Cronograma de Campaña de Marketing	105
Ilustración 24: Mapa Estratégico	122

LISTA DE ABREVIATURAS

MIES: Ministerio de Inclusión Económica y Social

AIU: Atlantic International University

BAV: Brand Asset Valuator

PEA: Población Económicamente Activa

FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

IESS: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

TMAR: Tasa Mínima Requerida

VAN: Valor Actual Neto

TIR: Tasa Interna de Retorno

Cdla: Ciudadela

Mz: Manzana

Imp: Impuesto

IVA: Impuesto al Valor Agregado

Inv: Inversión

SENPLADES: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo

UCSG: Universidad Católica de Santiago e Guayaquil

INCOP: Instituto Nacional de Contratación Pública

PIB: Producto Interno Bruto

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo de titulación presenta la propuesta de crear un Centro de Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas para estudiantes que inician la educación inicial y residan en la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, debido a la ubicación que tendrá el mismo. La oportunidad de este negocio se basa en el incremento de madres y padres de familia en el mercado laboral, que por mejorar su calidad de vida, le dedican menos tiempo a sus responsabilidades domésticas, como la crianza de sus hijos.

Según la investigación de mercado realizada la propuesta del negocio logró una aceptación del 55% entre los padres de familia encuestados, el cuál es un número favorable que confirma la necesidad que existe de este tipo de servicio. Los padres de familia indicaron que buscan seguridad, confiabilidad y personificación en el soporte educativo de sus hijos. La misión de la empresa es Fomentar la formación integral de estudiantes de 2do a 5to año básica de unidades educativas de Guayaquil mediante capacitaciones y guías en tareas escolares, potencializando sus capacidades y destrezas con responsabilidad y disciplina. Y como visión establece: en el 2018 ser reconocidos como un centro de nivelación escolar que cuente con la confiabilidad de padres y estudiantes de las escuelas particulares de la ciudad de Guayaquil permitiéndonos reforzar lo aprendido en las aulas escolares.

El presente trabajo de titulación contiene trece capítulos, donde se desarrolla la propuesta en términos legales, económicos, financieros y sociales, adicionalmente se presenta un plan de marketing, gestión de calidad y de contingencia. En el capítulo financiero la propuesta se mostró viable con una TIR de 34,94%, la cual lo hace atractivo para sus inversionistas. Midiendo la sensibilidad del proyecto se aplicó diferentes escenarios pesimistas y aún así la TIR se mostró más alta que la tasa mínima requerida.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.Tema – Título

Propuesta para la Creación de un Centro de Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas para Estudiantes de Educación Básica en la ciudad de Guayaquil

1.2. Justificación

Este trabajo de titulación tiene un aporte académico, puesto que contribuirá a las investigaciones existentes respecto a los problemas de aprendizaje de los niños en edad escolar de la ciudad de Guayaquil. De la misma forma su implementación aportará socialmente, ya que incrementará el rendimiento académico en la primera fase de formación estudiantil brindando además a los menores una ocupación de calidad.

1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

En el desarrollo del presente trabajo de titulación se elaborará un plan de negocio basado en la investigación realizada con una proyección de cinco años para determinar su rentabilidad y factibilidad. La propuesta está destinada a implementarse en el norte de la ciudad de Guayaquil en la parroquia Tarqui. Se concentrará en familias que residan en sectores como Cdla Kennedy, Bellavista, Garzota, Alborada, Ceibos entre otras, para así determinar el mercado objetivo, el cual dependerá del porcentaje de estudiantes de educación básica que realizan sus deberes sin ninguna guía afectando de esta manera su rendimiento académico.

1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

La propuesta planteada contribuye a dos sectores prioritarios de la SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo): Educación y Desarrollo Social; así mismo coopera al cumplimiento del segundo objetivo del Plan Nacional para el Buen Vivir: “Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía” (SENPLADES, 2013). Adicionalmente el trabajo de titulación está enmarcado al lineamiento del Sistema de Investigación y Desarrollo de acuerdo a la Facultad de Ciencias Empresariales de la UCSG: al dar como resultado de la investigación un “modelo empresarial”. (SINDE, 2010)

De acuerdo a la información proporcionada por el INEC, existe una oportunidad para la inclusión de esta propuesta, ya que entre el 2010 y el 2012, los ecuatorianos dedican menos tiempo a cuidar a sus hijos con 1,74 horas menos semanalmente. En el 2010 dedicaban un promedio de 11,43 horas y en el 2012 un promedio de 9,69 horas; por esta reducción de tiempo muchos menores que se encuentran iniciando la educación básica no cuentan con el soporte necesario para el desempeño efectivo de sus tareas escolares. (INEC, 2012)

Es importante considerar que la ciudad de Guayaquil cuenta con una población estudiantil de 204,996 niños entre 5 a 9 años, los cuales un 50% estudia en una institución pública, un 47% en particular y un 3% en fiscomisional. (INEC, 2010). El enfoque de la propuesta son los niños de las edades mencionadas que estudien en instituciones particulares del norte de la ciudad con padres profesionales, que debido a su ocupación pasan poco tiempo en sus casas. A pesar de que las madres son las más involucradas en las actividades del hogar ellas también han reducido su tiempo a este tipo de tareas, debido a su incorporación en el campo laboral. La información estadística sobre población económicamente activa (PEA) indicó que más del 40% de la fuerza de trabajo del Ecuador proviene de la mujer. (Grupo Santillana, 2012)

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de nivelación y tareas dirigidas para estudiantes desde 2do a 5to año de educación básica en la ciudad de Guayaquil en el año 2013.

1.5.2. Objetivos Específicos

En el proceso de investigación se pretende alcanzar los siguientes objetivos:

- Efectuar un estudio de mercado en instituciones educativas particulares del norte de la ciudad de Guayaquil para determinar dificultades de aprendizaje y la aceptación del servicio en el año 2013.
- Establecer el estudio financiero del centro conociendo los costos, inversión, financiamiento y utilidad para realizar la respectiva evaluación financiera para el período 2013 - 2017.
- Determinar el impacto social que cause el centro de nivelación y tareas dirigidas en la ciudad de Guayaquil en sus cinco primeros años de operaciones.

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

Para el desarrollo de este trabajo de titulación se empleará el método exploratorio de investigación, puesto que abordará un tema no estudiado antes en la zona indicada de la ciudad de Guayaquil.

La recopilación de información estará basada en dos métodos: cuantitativo y cualitativo. *Cuantitativo*, mediante encuestas que serán aplicadas a padres de familia con hijos que estén cursando del 2do a 5to año básica de instituciones educativas particulares para obtener información usando preguntas cerradas. Así mismo se empleará el método *Cualitativo* mediante entrevistas a personajes expertos en el tema y potenciales clientes con las características mencionadas.

A partir de la información recolectada se procederá a su interpretación y análisis, de esta manera se podrá determinar si existe una oportunidad de negocio, cuantificando la demanda potencial, la cual será fundamental para realizar las proyecciones financieras, para así determinar su viabilidad.

1.7. Planteamiento del Fenómeno Paradigmático

Dentro de las técnicas educativas pueden ser mencionados diversos paradigmas, algunos ejemplos son el cognitivo y el conductista. Este último paradigma halla sus orígenes en la teoría psicológica y la aplica a la educación, entiende que el aprendizaje es algo que se puede medir y observar, además es el fruto de la relación estímulo y respuesta. En cambio el paradigma cognitivo entiende al aprendizaje como un proceso, que implica la memoria, la inteligencia y el lenguaje, esto provoca que dicho proceso varíe entre las distintas personas, dependiendo de las ideologías y la percepción de la realidad. (Pérez, 2006)

1.7.1. Planteamiento del Problema

Los estudiantes necesitan una guía esencial que les sirva como apoyo para la realización exitosa de sus responsabilidades, sobre todo al tratarse de los primeros años de estudio, la cuál es la base de su educación. (Lacayo, 2009). Pero los padres dedican cada vez

menos tiempo a sus hijos, ya que sus ocupaciones laborales le demandan el mayor tiempo. Entre el 2010 y 2012 se registra una reducción del 16% del tiempo que los padres destinan a sus hijos (INEC, 2012).

La propuesta de creación de un Centro de Nivelación y Tareas Dirigidas para Estudiantes de Educación Básica en la ciudad de Guayaquil ofrece a padres de familia un lugar seguro en el que puedan enviar a sus hijos para la realización efectiva de sus tareas, complementando lo aprendido en las aulas escolares, lo que les permitirá continuar con sus actividades laborales y contribuir acertadamente al desarrollo emocional e intelectual de los niños. (Molineros, 2011) De igual forma este trabajo de titulación será fuente de investigación en referencia al comportamiento escolar de los niños desde 2do a 5to año básica identificando sus principales problemas de aprendizaje.

1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1. Marco Referencial

Es posible conocer este tipo de emprendimientos en países de América Latina y el Caribe, puesto que en ellos sucede algo similar, el 65% de las mujeres entre las edades de 25 y 65 participan en el mercado laboral, deslindándose de actividades del hogar. (Márquez, 2012). A continuación se presentarán algunos casos en diferentes países latinos referentes al concepto de negocio que se plantea en este trabajo de titulación:

Ecuador: Profesionales de amplia trayectoria prestan sus servicios en la ciudad de Quito por medio del centro “Jason Miller”, el cual cuenta con dos sucursales en la capital y promete seguir expandiéndose.

Venezuela: En Barquisimetro una consolidada institución llamada “Pequeños Genios” dedicada a formar de niños y adolescentes mediante tareas dirigidas, además brindan cursos de música y manualidades. (Pequeños Genios, 2012)

Perú: Corporación Skinner, prestigioso centro educativo ubicado en Lima, cuenta no tan solo con un colegio y nivelación escolar, sino además con un centro de formación para padres y un centro psicopedagógico. (Skinner, 2012)

1.8.2. Marco Teórico

De acuerdo con Sebastián Rodríguez en su publicación “Los Efectos de las Tareas Escolares”, estas actividades producen enriquecimiento y aprendizaje inmediato, ayudan a mejorar el pensamiento crítico y la formación de conceptos, mejoran actitudes hacia la escuela, mejora técnicas y habilidades de estudio, y crea una mejor autodirección y autodisciplina. (Rodríguez, 2002)

En Ecuador la importancia de la guía en las tareas escolares de los estudiantes de educación básica, ha sido manifestada por su Ministerio de Educación a través del Código de Convivencia Escolar, el cual declara que el alumnado debe cumplir puntual y responsablemente con sus tareas escolares con el propósito de reforzar sus clases; de igual forma sus padres deben interesarse por el progreso académico de sus hijos y apoyarlos de una u otra forma en sus actividades escolares y para ayudarlos a resolver algún problema de aprendizaje existente. (Vallejo, 2011)

Pero Jorge Paucar en su proyecto de titulación indica que el ritmo de vida actual y las condiciones económicas del país han obligado al padre y a la madre a trabajar juntos para conseguir el sustento familiar, inclusive fuera del país, esto hace que los niños en edad

escolar no cuenten con la supervisión y orientación adecuada en la elaboración de las tareas y comiencen a padecer de problemas de aprendizaje (Paucar, 2009)

Muchos especialistas aseguran que los problemas de aprendizaje en niños y niñas son básicamente la dislexia y el déficit de atención. La dislexia son los problemas del aprendizaje causados por una dificultad del sistema nervioso que afecta la captación, elaboración o comunicación de información. El déficit de atención o déficit de trastorno de atención lo presentan los niños distraídos, con periodos de atención muy cortos. (Grass, 2006)

María Montessori, quien fue una excelente educadora, renovó métodos pedagógicos del siglo XX y manifestó que el nivel y tipo de inteligencia se conforman fundamentalmente durante los primeros años de vida. A los 5 años, el cerebro alcanza el 80% de su tamaño adulto. La plasticidad de los niños muestra que la educación de las potencialidades debe ser explotada comenzando tempranamente. Lo más importante es motivar a los niños a aprender con gusto y permitirles satisfacer la curiosidad y experimentar el placer de descubrir ideas propias. (Montessori, 1915)

1.8.3. Marco Conceptual

Educación Básica.- Educación primaria o elemental, es la que asegura la correcta alfabetización, es decir, que enseña a leer, escribir, cálculo básico y algunos de los conceptos culturales considerados imprescindibles. (Bautista, 2012)

Nivelación Escolar.- Programa que prepara a sus participantes para enfrentarse a exámenes de validación de enseñanza básica o a resolver problemas de aprendizaje que difieren en su aprendizaje. (Girardo, 2010)

Tareas dirigidas.- Guía profesional a estudiantes en sus tareas escolares mediante un plan estratégico que utiliza estímulos visuales, auditivos, y otros. (Ramírez, 2010)

Refuerzo escolar.- Destinado a aquellos niños que presentan, o no, dificultades en el aprendizaje con el fin de facilitar los procesos cognitivos. (Ramírez, 2010)

Problemas de aprendizaje.- Trastorno de uno o más procesos psicológicos básicos relacionados con la comprensión o uso del lenguaje hablado o escrito que puede manifestarse como una deficiencia para escuchar, pensar, hablar, leer, o escribir. (Calderón, 2012)

Excelencia Académica.- Calidad superior de profesores o estudiantes que se sitúan por encima del cumplimiento formal y rutinario de su deber. (Bergman, 2012)

1.8.4. Marco Legal

El centro de nivelación y tareas dirigidas se encuentra regido por leyes ecuatorianas que le otorgan derechos y obligaciones que le darán legitimidad al ejecutar sus operaciones. Las leyes ecuatorianas que se vinculan a la propuesta presentada se detallan a continuación:

- Ley de Superintendencia de Compañías. (Ley de Compañías, 2013)
- Ley Orgánica de Educación Intercultural: Título I, Cap 3ro, 4to y 5to. (Ley de Educación, 2013)
- Código de Niñez y Adolescencia. (Código de la Niñez y Adolescencia, 2013)
- Ley de Régimen Tributario. (Ley de Régimen Tributario Interno, 2013)
- Código de Trabajo. (Código de Trabajo, 2013)
- Ley de Defensa del Consumidor. (Ley de Defensa del Consumidor, 2013)
- Código Civil, Título XXX. (Código Civil, 2013)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

1.8.5. Marco Lógico

Tabla 1: Marco Lógico

	Lógica de Intervención	Indicadores Objetivamente Verificables	Fuentes y Medios de Verificación	Supuestos
Objetivo General	Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de nivelación y tareas dirigidas para estudiantes desde 2do a 5to año de educación básica en la ciudad de Guayaquil en el año 2013.	*El incremento de padres y madres trabajando. * Bajo rendimiento escolar por la falta de guía en los hogares.	*INEC: Porcentaje de padres laborando, promedio de horas de tiempo que dedican a sus hijos. *Encuestas a maestros: nivel académico de sus estudiantes.	*Un mercado no explotado con la necesidad de este servicio y con capacidad económica para obtenerlo.
Objetivos Específicos	*Efectuar un estudio de mercado en instituciones educativas particulares del norte de la ciudad de Guayaquil para determinar dificultades de aprendizaje y la aceptación del servicio en el año 2013. *Establecer el estudio financiero del centro conociendo costos, inversión, financiamiento y utilidad para realizar la respectiva evaluación financiera en el período 2013 - 2017. *Determinar el impacto social que cause el centro en la ciudad de Guayaquil en sus cinco primeros años de operaciones.	*Informalidad en este tipo de negocios. *Niveles de deserción escolar y pérdidas de año * Padres dispuestos a pagar este servicio en beneficio de sus hijos. *Problemas de aprendizaje en los primeros años escolares. *Nivel de costos del funcionamiento de un negocio similar	*Encuestas a maestros, padres y estudiantes: Tendencias del tipo de tareas escolares, poder adquisitivo, disposición de adquirir el servicio. *Entrevista a autoridades de centros educativos: Instituciones que dan apertura a alianzas estratégicas. *Fuentes bibliográficas educativas: Identificar fuentes de motivación y problemas de aprendizaje *FLOM: Fundación que brinda el servicio para usarlo como referente.	*Aumento de niños solo realizando sus tareas. *Incremento de problemas de aprendizaje al no tener el apoyo necesario. *Propuesta viable que satisficará una necesidad evidente.
Resultados Esperados	*Identificar un mercado potencial. *Comprobar la viabilidad de la propuesta. *Convertirse en fuente de información en referencia de problemas de aprendizaje	*Nivel de estudiantes que realizan solos sus tareas escolares. *Aumento de problemas de aprendizaje	*Encuestas a padres y estudiantes: Identificar modalidad de tareas y resultados. *Fuentes bibliográficas en internet.	* Padres y estudiantes que accedan a adquirir el servicio ofertado. *Ser fuente confiable de información en temas de educación escolar
Actividades a desarrollar	*Realizar un estudio de mercado. *Proyectar estados financieros. *Indagar acerca de modelos de negocios similares	* Grado de interés en adquirir este servicio. *Operaciones de este tipo de negocio	*INEC: Población infantil de Guayaquil que estudie. *Entrevistas a expertos en educación	*Fuentes de financiamiento convenientes. *Propuesta rentable.

Elaborado por: Autor

Fuente: (León, 2010)

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

La hipótesis de investigación es de tipo causal, la cual es detallada a continuación:

La necesidad de inclusión de un Centro de Nivelación y Tareas Dirigidas para estudiantes de 2do a 5to año básico nace a partir del incremento de padres y madres en el mercado laboral deslindados de las tareas escolares de sus hijos.

Las preguntas de la investigación son:

- ¿Existe un mercado potencial dispuesto a adquirir el servicio de nivelación y tareas dirigidas y con poder adquisitivo para contratarlo?
- ¿Cuáles son los principales problemas de aprendizaje en niños de 5 a 9 años de edad?
- ¿Se justifica la inversión a realizarse por la rentabilidad que generará la propuesta?
- ¿Cuál es el impacto social que generará la implementación del centro de nivelación en la zona norte de la ciudad de Guayaquil?

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. Análisis de la Oportunidad

2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio

El Centro de Nivelación y Tareas Dirigidas para estudiantes de educación básica es una empresa de servicios que contará con profesionales capacitados en las diferentes áreas para ser un valioso aporte al aprendizaje de los hijos de padres de familia que no pueden ser apoyados en sus tareas o en sus dificultades académicas por falta de tiempo o conocimiento.

Con el fin de posicionarla dentro de la mente del mercado objetivo, se planea crear alianzas estratégicas con instituciones del sector buscando un beneficio mutuo, ofreciéndoles a su vez un incentivo económico por inscripción de referidos.

2.1.2. Descripción de la Idea de Producto o Servicio

El servicio a ofertarse consiste en brindar ayuda académica y asesoramiento pedagógico a estudiantes de los primeros años de educación básica que no cuenten con la guía indicada para la realización de sus tareas escolares o con problemas de aprendizaje que presentan en su vida académica.

La intención de este centro es acoger a niños desde 2do año básica hasta niños de 5to año básica que es cuando más necesitan de guía en sus actividades académicas, si ellos logran bases sólidas de responsabilidad y disciplina en este rango de edad, consolidará estos valores como propios en su futuro académico y profesional. (Guerrera, 2012)

El centro ofrece dos tipos de servicio a la comunidad estudiantil, uno de ellos se dedica a la nivelación escolar para niños con dificultad de aprendizaje en las áreas de Matemáticas, Lenguaje y Comunicación e Informática. Se implementarán programas para los

diferentes niveles de estudio según los pensum académicos vigentes de acuerdo al Ministerio de Educación. Así mismo se ofrecerá el servicio de tareas dirigidas para asesorar al estudiante a realizar sus deberes potencializando sus habilidades y destrezas para formar seres competitivos, capaces de enfrentar los retos que se le impongan en su vida académica.

Los profesionales de la educación emplearán métodos didácticos para el refuerzo de la clase escolar de los niños garantizando un mejor entendimiento de los temas tratados. Los niños serán divididos según el nivel de estudio en aulas por separado en grupo de 12 niños para un mejor manejo para el docente. Se ofrecerán servicios adicionales como: transporte, alimentación y juegos de recreación.

2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa

Misión: Fomentar la formación integral de estudiantes de 2do a 5to año básica de unidades educativas de Guayaquil mediante capacitaciones y guías en tareas escolares, potencializando sus capacidades y destrezas con responsabilidad y disciplina.

Visión: En el 2018 ser reconocidos como un centro de nivelación escolar que cuente con la confiabilidad de padres y estudiantes de las escuelas particulares de la ciudad de Guayaquil permitiéndonos reforzar lo aprendido en las aulas escolares.

Valores:

- *Compromiso* al ofrecer un servicio de calidad para estudiantes de educación básica en la nivelación y desarrollo de sus actividades escolares.
- *Responsabilidad* y disciplina que será transmitida a los estudiantes en la realización diaria de sus tareas escolares.

- *Credibilidad* por parte de los padres de familia al observar a sus hijos mejorando en el ámbito académico.
- *Excelencia* en el equipo de trabajo formado por profesionales capacitados que contribuyen positivamente en la educación de los estudiantes con programas de altos estándares de calidad.

2.3.Objetivos de la Empresa

2.3.1. Objetivo General

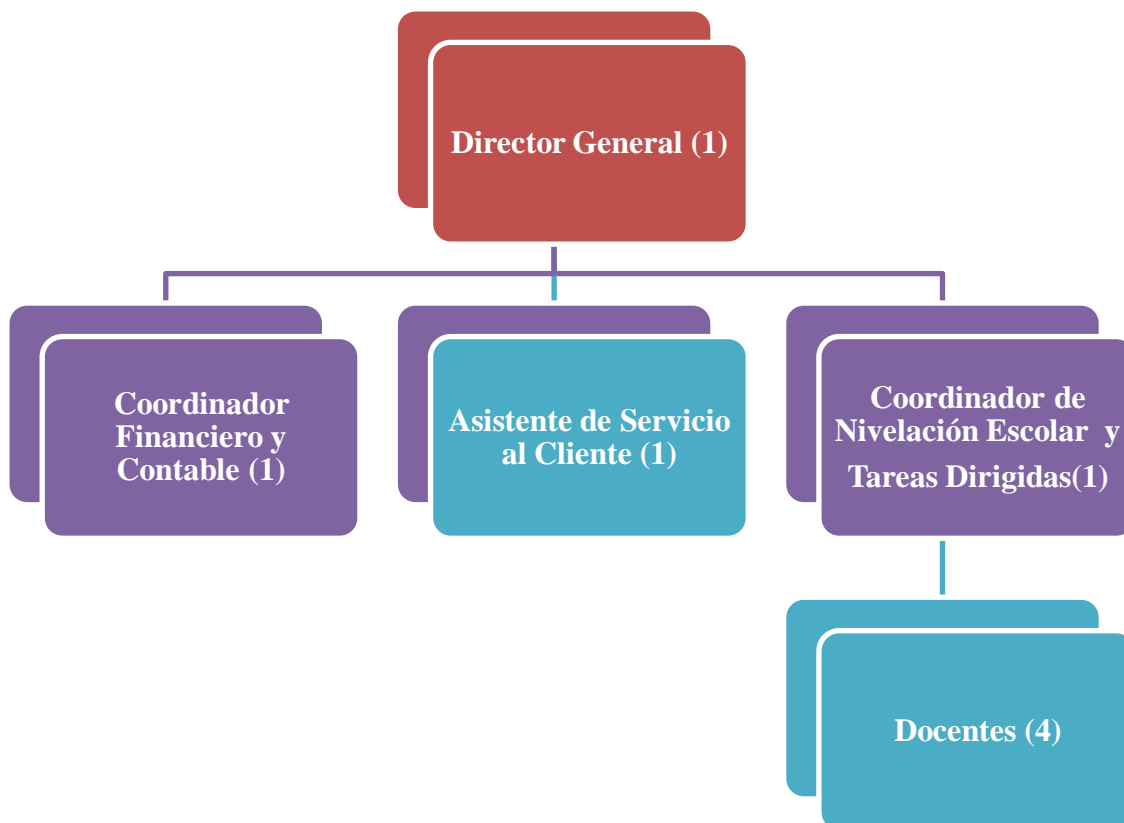
Ofrecer un servicio de nivelación y guía en tareas escolares a niños de educación básica en la ciudad de Guayaquil con el fin mejorar su rendimiento académico disminuyendo sus problemas de aprendizaje.

2.3.2. Objetivos Específicos

- Incrementar la cartera de clientes al menos un 10% anual.
- Consolidar tres alianzas estratégicas hasta el segundo año de operaciones.
- Lograr un reconocimiento del 30% en el norte de la ciudad de Guayaquil en el segundo año de operaciones.
- Obtener un 30% de rentabilidad del servicio ofrecido.
- Crear innovadores programas de capacitación cada año en la temporada vacacional según el régimen costa.

2.4. Estructura Organizacional

Ilustración 2: Organigrama



Elaborado por: Autor

Fuente: (León, 2010)

2.4.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

Tabla 2: Cargos y Perfiles

Cargo	Requisitos	Conocimientos	Habilidades y Destrezas
Director General	*Ingeniero en Administración o afines con experiencia. *Sexo indistinto y buena presencia.	*Realización de planes estratégicos, presupuesto y finanzas corporativas. *Manejo de utilitarios Microsoft Office *Estudios de mercado y comportamiento del cliente, estrategias de negociación.	*Liderazgo, compromiso, organización, capacidad para delegar y administrar equipos, habilidad analítica, constancia, habilidad de identificar oportunidades, creatividad.
Coordinador Financiero - Contable	*Ingeniero en Contabilidad, finanzas o afines con experiencia. *Sexo indistinto.	*Realización de planes estratégicos, presupuesto y finanzas corporativas. *Manejo de utilitarios Microsoft Office.	*Habilidad numérica, integridad moral, organización, disciplina, trabajo en equipo, alta capacidad de análisis.
Asistente de Servicio al Cliente	*Estudiante de Marketing, Relaciones Públicas o afines. *Sexo femenino y buena presencia.	*Atención al cliente y manejo de conmutador. *Manejo de utilitarios Microsoft Office.	*Vocación de servicio, cooperación, habilidades de comunicación oral, facilidad de palabra, buena redacción.
Coordinador de Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas	*Licenciada en Educación Básica con experiencia mínima de un año. *Sexo indistinto.	*Proyectos educativos. *Pedagogía y educación. *Métodos de investigación y enseñanza.	* Liderazgo, coordinación, supervisión, control, evaluación, alto nivel de análisis y habilidad investigativa, iniciativa propia.
Docente	*Licenciada en Educación Básica con experiencia mínima de un año. *Sexo indistinto.	*Conocimientos sólidos en las diferentes áreas pertinentes a la educación básica. *Pedagogía y educación.	*Liderazgo, manejo de técnicas de enseñanza-aprendizaje, tolerante. *Facilidad de expresar ideas.

Elaborado por: Autor

Fuente: (León, 2010)

2.4.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y Derechos

Tabla 3: Manual de Funciones

Cargo	Nivel de Mando	Interacción Áreas	Responsabilidades	Derechos
Director General	Primario	Todas las áreas	<ul style="list-style-type: none"> *Determina objetivos y desarrolla estrategias para cumplirlos. *Toma decisiones según las necesidades. *Supervisa todas las áreas del centro. *Elabora el presupuesto anual conjunto con los jefes de área *Representa legalmente la empresa. *Plan de marketing y publicidad. *Fija precios estratégicos y promociones. *Elabora proyección de ventas. *Establece alianzas estratégicas. *Busca nuevos clientes, realiza visitas. 	<ul style="list-style-type: none"> *Definir la política de gestión. *Contratación y cambio de personal. *Aprobar o desaprobado presupuestos. *Sueldo fijo. *Beneficios de ley.
Coordinador Financiero - Contable	Secundario	Dirección y Coordinación de Ventas	<ul style="list-style-type: none"> *Cumple con el proceso contable. *Elabora estados financieros. *Recibe y emite pagos. *Analiza la información financiera. *Realiza presupuestos y proyecciones. *Declara los impuestos correspondientes. *Realiza conciliaciones bancarias. 	<ul style="list-style-type: none"> *Sueldo fijo. *Beneficios de ley. *Pago de horas extras. *Viáticos
Asistente de Servicio al Cliente	Secundario	Todas las áreas	<ul style="list-style-type: none"> *Asesora a clientes, proporciona información al visitante, vía telefónica o por correo electrónico. *Organiza el archivo general de la empresa. *Realiza pedidos de suministros de oficina. *Maneja fondos de caja chica. 	<ul style="list-style-type: none"> *Sueldo fijo. *Beneficios de ley. *Pago de horas extras. *Viáticos
Coordinador de Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas	Secundario	Ventas, gerencia y tareas dirigidas	<ul style="list-style-type: none"> *Realiza y evalúa los planes de capacitación. *Diseña estrategias de aprendizaje. *Supervisa a los docentes. *Busca la mejora de los procesos pedagógicos. *Diagnostica necesidades académicas. 	<ul style="list-style-type: none"> *Sueldo fijo. *Beneficios de ley.
Docente	Secundario	Nivelación escolar y tareas dirigidas	<ul style="list-style-type: none"> *Guía a los estudiantes en la realización de sus tareas escolares. *Domina los conocimientos tratados. *Fomenta responsabilidad a los estudiantes. *Refuerza temas tratados en la unidad educativa. *Atiende las diferencias individuales *Motiva a los estudiantes a asistir a las sesiones. 	<ul style="list-style-type: none"> *Sueldo fijo. *Beneficios de ley.

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1. Generalidades

El negocio que se pretende formar se denominará Centro de Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas “Educatesa”, el cual será una entidad conformada por un equipo de docentes capacitados para guiar a estudiantes de 5 a 9 años de edad en sus tareas escolares. Adicionalmente estos profesionales podrán brindar soporte a los menores en las áreas de Lenguaje, Matemáticas e Informática.

La empresa con domicilio oficial en la ciudad de Guayaquil estará involucrada con el sector educativo, enfocándose en la formación de los niños de 2do, 3ro, 4to y 5to año básica sirviendo como soporte académico mediante sesiones especializadas de dos horas.

3.1.2. Fundación de la Empresa

La empresa se constituirá como persona jurídica bajo los regímenes de una sociedad anónima contando con tres accionistas con un capital social de \$800. Se abrirá puertas a inversionistas que quieran ser parte de este proyecto, se buscarán crear planes de incentivos para captar capital.

La empresa contará con una duración de cincuenta años, a partir de su inscripción en el registro mercantil. Será domiciliada en el cantón de Guayaquil, provincia del Guayas.

Verificando la disponibilidad de nombre en la Superintendencia de Compañías, se determina a la fecha que la razón social de la empresa será “Educatesa S.A”, cuyo objeto social es la prestación de servicios de actividades de apoyo a la enseñanza escolar.

3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

El capital social de la empresa es de \$800, dividido en 800 acciones ordinarias de un dólar cada una, capital que podrá ser aumentado por resolución de la Junta de Accionistas.

Las acciones están numeradas del 0001 al 0800. Cada acción de \$1 totalmente pagada, da derecho a un voto en las deliberaciones de la Junta General de Accionistas. Los títulos de las acciones contendrán las declaraciones exigidas por la Ley y llevará la firma del Director General. (Ley de Compañías, 2013). La suscripción de las acciones es la siguiente:

Tabla 4: Capital Social

Accionista	# de Acciones	Porcentaje	Valor Total de Acciones
Socio 1	450	56%	\$450
Socio 2	200	25%	\$200
Socio 3	150	19%	\$150

Elaborado por: Autor

Fuente: (Sáenz de Viteri, 2013)

La representación legal, judicial y extrajudicial de la empresa estará a cargo de la Srta. Yamilet Benavides, quién también ejerce el cargo de Director General, la cual podrá realizar todas las operaciones inherentes al objeto de la sociedad, tendrá un nombramiento cuya duración será de cuatro años.

3.1.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios

El Centro De Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas “Educatesa” estará gobernado por la Junta General, formada por accionistas de la compañía legalmente convocados y reunidos, ésta es la máxima autoridad y órgano supremo de la empresa, según como lo dispone el artículo 116 de la Ley de Compañías.

Así mismo el artículo 119 de la Ley de Compañías establece que las juntas generales de accionistas son ordinarias y extraordinarias. Las ordinarias se llevarán a cabo una vez al año dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, en la cual el Director General presentará los balances financieros y los accionistas decidirán el destino de las utilidades. Por otro lado las juntas extraordinarias se llevarán a cabo, cuando así lo resuelva el Director General para tratar temas de interés de la empresa, y en los demás casos contemplados en la Ley de Compañías y en el estatuto.

Las convocatorias para ambos tipos de juntas serán escritas y publicadas en uno de los diarios de mayor circulación de Guayaquil, con al menos 8 días de anticipación en la forma y términos que ordena la Ley de Compañías en su artículo 119. Toda junta se registrará en un acta escrita donde se incluirá la lista de asistentes y las resoluciones logradas. Para constancia, se enviará una copia de esta acta a todos los socios. El Director de la compañía está a cargo de las convocatorias de las juntas generales, el mismo deberá ser accionista y será elegido por la Junta General por un periodo de cuatro años, pudiendo ser reelegido de manera indefinida. (Ley de Compañías, 2013).

3.1.5. Compañías Extranjeras (opcional)

La empresa que se pretende crear no es extranjera, será constituida en Ecuador, por tal motivo no aplica el desarrollo de este punto

3.1.6. Compañías que Cotizan en Bolsa de Valores (opcional)

Por las características de la compañía no se podrá cotizar acciones en la Bolsa de Valores, puesto que las empresas que pueden hacerlo, deben contar con un patrimonio

mínimo de setecientos ochenta y ocho mil seiscientos setenta dólares de los Estados Unidos de América (\$788,670). (Ley de Mercado de Valores, 2013)

3.2. Aspecto Laboral de la Empresa

3.2.1. Generalidades

La empresa contará con ocho colaboradores al inicio de sus actividades operativas, distribuidos por departamentos como son: gerencia general, coordinación financiera, servicio al cliente, coordinación de nivelación escolar y tareas dirigidas. Se ha definido que para los cargos administrativos se elaborarán contratos laborales de un año con una cláusula de período de prueba de 90 días. El horario laboral en el que se desempeñará el centro de lunes a viernes será de 10:00 – 18:00 y los sábados de 08:00 – 13:00, contemplando una hora libre por almuerzo.

Por otro lado los docentes cumplirán sesiones de clases de lunes a viernes desde las 15:00 – 18:00 para tareas dirigidas, mientras que los días sábados habrán dos sesiones, una de ellas de 08:30 – 10:30 y la otra de 11:00 – 13:00.

3.2.2. Mandato Constituyente #8

El mandato constituyente #8 que se encuentra en vigencia desde el mes de marzo del 2008, indica que las relaciones laborales deberán ser bilaterales (empleador – trabajador) y que se elimina y prohíbe la tercerización laboral que tenga que ver con el giro ordinario del negocio. Sin embargo, se podrán celebrar contratos de tipo civil, con personas naturales o jurídicas para contratar servicios distintos a la actividad principal de la empresa. (Asamblea Constituyente, 2008) Teniendo en claro lo que establece el mandato contituyente #8, se decide tercializar los servicios de informática y de limpieza.

3.2.3. Tipos de Contrato de Trabajo

Los contratos del Centro de Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas serán respaldados por un acuerdo escrito avalados respectivamente por el Ministerio de Relaciones Laborales.

Los tipos de contrato que se utilizarán, son los siguientes:

- Contrato de tiempo fijo: Aplica para personal administrativo y cuerpo docente. La duración mínima del mismo es de un año, incluyendo un período de prueba de 90 días. Para dar por terminado el contrato, la parte interesada debe notificar por escrito su interés al menos treinta días antes de la fecha de terminación del contrato original, sin este aviso, el contrato se volverá indefinido automáticamente.
- Contrato ocasional: Cuando el objeto es la atención de necesidades emergentes o extraordinarias, no vinculadas con la actividad habitual. (Código del Trabajo, 2005)

3.2.4. Obligaciones del empleador

En el Código de Trabajo, capítulo IV, artículo 42 se detallan las obligaciones del empleador. Para efectos explicativos de este trabajo solo se detallarán cinco de ellas:

21. Descontar de las remuneraciones las cuotas que, según los estatutos de la asociación, tengan que abonar los trabajadores, siempre que la asociación lo solicite.
22. Pagar al trabajador los gastos de ida y vuelta, alojamiento y alimentación cuando, por razones del servicio, tenga que trasladarse a un lugar distinto del de su residencia.
23. Entregar a la asociación a la cual pertenezca el trabajador multado, el cincuenta por ciento de las multas, que le imponga por incumplimiento del contrato de trabajo.

24. La empresa que cuente con cien o más trabajadores está obligada a contratar los servicios de un trabajador social titulado. Las que tuvieren trescientos o más, contratarán otro trabajador social por cada trescientos de excedente.
25. Pagar al trabajador reemplazante una remuneración no inferior a la básica que corresponda al reemplazado (Código del Trabajo, 2005)

3.2.5. Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración

El pago del décimo tercer sueldo, es un beneficio económico extra que reciben los trabajadores en relación de dependencia, el cual debe ser cancelado antes del 15 de diciembre. Este beneficio equivale a la doceava parte de las remuneraciones percibidas por los trabajadores desde el 1 de diciembre del año anterior hasta el 30 de noviembre del presente año.

El décimo cuarto sueldo o bono escolar es un beneficio para todos los trabajadores, quienes recibirán el sueldo básico unificado vigente a la fecha de pago, indistintamente de su cargo o remuneración. Este pago corresponde realizarlo hasta el 15 de marzo en la región costa. (Código del Trabajo, 2005). La empresa está obligada a realizar los siguientes pagos anuales:

Tabla 5: Décimo Tercer y Cuarto Sueldo

Cargo	Sueldo	13er Sueldo	14to Sueldo
Director General	\$650,00	\$650,00	\$318,00
C. Financiero	\$510,00	\$510,00	\$318,00
A. Servicio al Cliente	\$318,00	\$318,00	\$318,00
C. Nivelación y Tareas	\$400,00	\$400,00	\$318,00
Docentes	\$321,18	\$321,18	\$318,00

Elaborado por: Autor

Fuente: Código del Trabajo

3.2.6. Fondo de Reserva y Vacaciones

Los trabajadores que han cumplido un año con el mismo patrono tienen derecho a los fondos de reserva que corresponde al 8,333% de la remuneración que perciben. Este porcentaje se lo deposita en el IESS o se cancela de manera mensual a cada uno de los trabajadores, según sea su disposición.

En lo que respecta a vacaciones tienen derecho a 15 días de vacaciones remuneradas luego de un año con el mismo patrono. (Código del Trabajo, 2005)

Según lo detallado, los pagos anuales para los trabajadores son:

Tabla 6: Vacaciones y Fondos de Reserva

Cargo	Sueldo	Vacaciones	F. de Reserva
Director General	\$650,00	\$325,00	\$650,00
C. Financiero	\$510,00	\$255,00	\$510,00
A. Servicio al Cliente	\$318,00	\$159,00	\$318,00
C. Nivelación y Tareas	\$400,00	\$200,00	\$400,00
Docentes	\$321,18	\$160,59	\$321,18

Elaborado por: Autor

Fuente: Código del Trabajo

3.2.7. Asociaciones de Trabajadores

Al inicio de las operaciones de la empresa, no se podrá formar asociaciones o sindicatos de trabajadores, puesto que no se cuenta con el número mínimo de treinta para formar algún tipo de asociación, tal y como lo manifiesta el artículo 443 del Código de Trabajo. En caso de que este número aumente, se respetará el derecho de los trabajadores de asociarse como les convenga, siguiendo las disposiciones de la ley. (Código del Trabajo, 2005)

3.2.8. Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo

El código de trabajo en su artículo 42 indica que a partir de 25 trabajadores, una empresa tiene la obligación de contratar a una cantidad de personas con alguna discapacidad equivalente al 4% de su personal. Por tal motivo Educatesa al contar con menos de 25 trabajadores no estará obligada a contratar a discapacitados, sin embargo, si el número llegase a aumentar se contrataría a personas con discapacidad para realizar funciones apropiadas en relación con su condición física y conocimientos. (Código del Trabajo, 2005)

3.3. Contratación Civil

3.3.1. Principios Básicos de la Contratación

Los contratos civiles se celebran entre personas, ya sean naturales o jurídicas, donde no existe relación de dependencia. Es importante que estos contratos queden por escrito para detallar y delimitar los alcances de dichos contratos. Los principios básicos de la contratación civil y a los cuáles se registrará el Centro de Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas son:

- Consensualidad.- Se celebrarán con consentimiento de las partes.
- Autonomía de voluntad.- Las partes pueden fijar las condiciones que crean convenientes, salvo que vengan establecidas por la ley.
- Inalterabilidad.- Los pactos tienen que ser respetados, una parte no puede modificar unilateralmente el contrato. (Sánchez, 2012)

3.3.2. Contratos de Prestación de Servicios

Mediante los contratos de Prestación de Servicios un profesional en algún área, se obliga con respecto a otra a realizar un servicio a cambio de un precio. Estos contratos son regidos por el Código Civil.

La empresa celebrará contratos de este tipo para: Mantenimiento Informático y Limpieza. Véase un ejemplo en el **Anexo 1**.

3.3.3. Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios

Las cláusulas de los contratos de prestación de servicios a considerarse son:

- Interviniente.- Se establece cuáles son las partes que celebran el contrato.
- Antecedentes.- Se detalla el inicio de la relación comercial entre las partes.
- Objeto.- El objeto de un contrato de prestación de servicios es la realización o prestación de un servicio por parte del prestador al cliente.
- Precio, Forma de Pago y Garantía.- Se refiere al precio que se pagará por el servicio, puede pagarse en dinero o signo que lo represente. Adicionalmente se detalla términos de pago y montos de garantía.
- Solicitud de Pedido o Producción.- Se detalla el bien o servicio que se va a recibir por parte del proveedor.
- Cláusula de confidencialidad.- Compromiso de mantener discreción en referencia a lo pactado y a la información que se maneje.
- Solución de Controversia.- Detalla el centro de arbitraje.

3.3.4. Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación

Como solución para posibles conflictos comerciales de la empresa, se ha escogido la mediación de la Cámara de Comercio de Guayaquil, quienes ayudarán a las partes a solucionar su controversia de manera mutuamente satisfactoria. Cualquier acuerdo al que lleguen las partes se formaliza en un contrato.

3.3.5. Generalidades de la Contratación Pública

El Centro de Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas estará a disposición de ser contratado por cualquier entidad gubernamental. Es por esta razón que se debe conocer los requisitos para poder celebrar contratos con instituciones públicas, los cuáles son la inscripción en el Instituto Nacional de Contratación Pública (INCOP) y la habilitación en el portal de compras públicas. (INCOP, 2013)

3.3.6. Contrato de Confidencialidad

Se ha determinado no usar contratos de confidencialidad, puesto que los contratos de prestación de servicios para proveedores contienen una cláusula de confidencialidad, así se protege la información acerca de procesos internos y cualquier otro dato de interés.

3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.4.1. Código de Ética

El Centro de Nivelación Escolar y Tareas dirigidas desarrollará un reglamento interno donde se establecerá el código de ética para que cada uno de los miembros de la empresa se comprometan a cumplirlo para agregar valor al servicio ofrecido, mejorando así las

operaciones de la empresa. Este código será publicado para el conocimiento de todos los trabajadores y clientes.

3.4.2. Indicadores de Gestión

Como herramienta de control para determinar el desempeño efectivo de la organización y el alcance de los objetivos operacionales que se hayan planteado, se hará uso de la siguiente tabla que contiene los indicadores de gestión:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

Tabla 7: Indicadores de Gestión

Objetivo	Indicador	Aplicación	Determinación	Frecuencia	Fuente	Meta	Variaciones	Responsable
Mejorar el rendimiento académico de los estudiantes	% de excelencia académica de los estudiantes	Determinar el éxito de los programas del centro	(# de niños sobresaliente en sus respectivas unidades educativas/ # total de niños en el centro) *100	Semestral	Registros académicos	100%	100% - 90% = excelente 89% - 75% = aceptable Menos de 75% = inaceptable	Coordinador de Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas
Mantener los estándares de calidad y servicio al cliente	Cumplimiento de políticas y estándares	Determinar el cumplimiento de los estándares de calidad	# de quejas de clientes registradas	Semanal	Informes de supervisión	0	0 = excelente 1 - 3 = aceptable más de 4 = inaceptable	Asistente de Servicio al Cliente
Cumplir la meta de venta	% de cumplimiento de venta	Determinar si las proyecciones de venta han sido logradas	(USD \$ en ventas reales / USD \$ en ventas proyectadas) * 100	Trimestral	Estados financieros	100%	100% - 90% = excelente 89% - 75% = aceptable menos de 74% = inaceptable	Coordinador Financiero Contable
Mejorar el ambiente laboral de la empresa	% satisfacción de clientes internos	Determinar si los clientes internos están contentos con los parámetros establecidos en la empresa.	(# clientes internos satisfechos / total clientes internos) * 100	Mensual	Encuesta de opinión	100%	100% - 90% = excelente 89% - 75% = aceptable Menos de 75% = inaceptable	Asistente de Servicio al Cliente
Cumplir del plan estratégico.	% cumplimiento de objetivos	Determinar si los clientes internos conocen los objetivos de la empresa y trabajan para lograrlos.	(# de metas alcanzadas / # de metas establecidas) * 100	Trimestral	Estados financieros y otros informes	100%	100% - 90% = excelente 89% - 75% = aceptable menos de 75% = inaceptable	Director general

Elaborado por: Autor

Fuente: (León, 2010)

3.4.3. Programa de Compensaciones: Política Salarial, Beneficios Sociales, Otros Beneficios.

La política salarial del Centro de Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas establece que todos los colaboradores administrativos recibirán un 5% de aumento anual en sus sueldos y para quienes perciban el sueldo básico se ajustarán de acuerdo a lo impuesto por el gobierno, actualmente la tendencia es de un 10%. Adicionalmente los colaboradores de la empresa estarán afiliados al IESS y gozarán de todos los beneficios sociales y derechos que la ley exige. Además, se tendrán un plan de capacitaciones anuales.

3.4.4. Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación

Las políticas de comunicación son segmentadas en: interna y externa. La comunicación externa es la que la empresa mantiene con los clientes, proveedores, y comunidad en general. Por otro lado la comunicación interna es la que se mantiene con los trabajadores dentro de la empresa. Para lograr una comunicación efectiva se han desarrollado las siguientes estrategias y acciones de comunicación:

Tabla 8: Políticas de Comunicación

Tipo	Estrategia	Acciones	Canales	Frecuencia
EXTERNA	Fidelización de Clientes.	<ul style="list-style-type: none"> • Informar avances del desempeño académico de los estudiantes. • Generar actividades de recreación para los estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Teléfono • Correo electrónico • Afiches 	Quincenal y mensual
	Captación de clientes.	<ul style="list-style-type: none"> • Contactar a potenciales clientes. • Publicidad en puntos estratégicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Teléfono • Correo electrónico • Afiches y volantes. 	Diario
	Contenido en internet.	<ul style="list-style-type: none"> • Difundir información acerca de los servicios ofrecidos. • Generar publicidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Página web. • Redes sociales. • Correo electrónico. 	Diario
INTERNA	Ambiente laboral agradable	<ul style="list-style-type: none"> • Motivar la comunicación fluida. • Crear canales de comunicación interactivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones laborales. • Correo electrónico. • Buzón de sugerencias. 	Diario, semanal y mensual.
	Procesos internos claros	<ul style="list-style-type: none"> • Impartir los procedimientos a los trabajadores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartelera. • Reuniones laborales. • Manual de trabajo 	Diario, semanal y mensual.

Elaborado por: Autor

Fuente: (Osorio,2009)

3.5. Propiedad Intelectual

3.5.1. Registro de Marca

El logotipo de la empresa estará debidamente registrado en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), con el fin de proteger la identidad de la compañía. El costo del registro se encuentra detallado en el punto 3.7.

3.5.2. Manual de Procesos Productivos

No existen procesos productivos al tratarse de una empresa que presta servicios.

3.5.3. Derecho de Autor del Proyecto

Al tratarse de un trabajo de titulación, el presente pertenece a la UCSG.

3.5.4. Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional)

Este punto no es aplicable al trabajo de titulación, puesto que no se ha creado ni modificado ningún proceso o modelo de utilidad que deba ser patentado.

3.6. Seguros

Los seguros detallados fueron cotizados en la compañía de Seguros Bolívar

3.6.1. Incendio

La empresa contará con una póliza de seguro que cubra la pérdida o daños materiales por incendio o explosión causados a los bienes asegurados: muebles y equipos de oficina.

3.6.2. Robo

Este seguro sirve como respaldo para pérdidas materiales por causa de robo o asalto por la penetración no autorizada al local asegurado.

3.6.3. Fidelidad

No se adquirirá este tipo de póliza, puesto que se manejará dentro de los contratos laborales una cláusula que protege a la empresa de cualquier acto fraudulento.

3.6.4. Buen Uso de Anticipo y Cumplimiento de Contrato

Ésta póliza de seguro protege al asegurado, cubriendo la devolución de saldos deudores de un anticipo en casos de resolución o terminación de algún contrato por las causas señaladas en el mismo y de acuerdo con la legislación. En primera instancia la empresa no necesita de esta póliza, en caso de requerirla en algún momento, será considerada.

3.6.5. Maquinarias y Equipos

Al no contar con maquinarias, ni equipos de producción no aplica adquirir una póliza de esta naturaleza.

3.6.6. Materia Prima y Mercadería

La empresa no cuenta con inventarios de materia prima y mercadería, por lo tanto no es necesario adquirir este tipo de seguro.

3.7. Presupuesto

4. El presupuesto para los aspectos legales considerados en este capítulo incluye plantilla de trabajadores, gastos de constitución, primas de seguros y costos de protección de la propiedad intelectual. A continuación se detallan los gastos pertinentes para el primer año de funcionamiento de la empresa:

Tabla 9: Plantilla de Trabajadores

PROVISIÓN DE SUELDOS Y BENEFICIOS (AÑO 1)									
Cargo	Sueldo	13°		14°		Vacaciones		IESS	Total Mensual
		Anual	Prov. Mensua l	Anual	Prov. Mensua l	Anual	Prov. Mensua l		
Director General	650.00	650.00	52.50	318.00	26.50	315.00	26.25	70.25	805.50
C. Financiero	510.00	510.00	43.33	318.00	26.50	260.00	21.67	57.98	669.48
A. Servicio al Cliente	318.00	318.00	26.50	318.00	26.50	159.00	13.25	35.46	419.71
Coordinador de Nivelación y Tareas	400.00	400.00	33.33	318.00	26.50	200.00	16.67	44.60	521.10
Docente 1	321.18	321.18	26.77	318.00	26.50	160.59	13.38	35.81	423.64
Docente 2	321.18	321.18	26.77	318.00	26.50	160.59	13.38	35.81	423.64
Docente 3	321.18	321.18	26.77	318.00	26.50	160.59	13.38	35.81	423.64
Docente 4	321.18	321.18	26.77	318.00	26.50	160.59	13.38	35.81	423.64
TOTAL	3,162.72	3,162.72	301.06	2,862.00	238.50	1,806.36	150.53	402.82	4,705.63

Elaborado por: Autor

Fuente: Código del Trabajo

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

SEGUROS Y PROPIEDAD INTELECTUAL	
Descripción	Costo Unit
Seguros contra robo e incendios	\$ 351.00
Registro de logotipo y slogan	\$ 116.00
Gastos de Constitución	\$ 600.00
TOTAL	\$ 1,067.00

Tabla 10: Presupuesto Entorno Jurídico

Elaborado por: Autor

Fuente: (Seguros Bolívar, 2013)
(IEPI, 2013)
(CCG, 2013)

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

5. AUDITORÍA DE MERCADO

5.1. PEST

Político

En el aspecto político podemos destacar que el de gobierno de Rafael Correa ha representado cambios trascendentales en el país, siendo además muy estable en comparación con los gobiernos anteriores. Las políticas tributarias y laborales adoptadas han causado incertidumbre en el sector empresarial, como resultado se tiene un incremento sostenible en la recaudación de impuestos y un cumplimiento más estricto de los derechos de los trabajadores. (EL Universo, 2013). Así mismo se destaca el plan decenal de Educación que busca la universalización de la educación básica, garantizando que tanto instituciones públicas y privadas reciban el mismo plan de estudio (Ministerio de Educación, 2013)

Económico

El análisis económico general de Ecuador y Guayaquil, se determinará a partir de las siguientes variables:

Moneda: Dólar

Crecimiento Economía: 4,05%

Tasa de interés activa: 8,17%

Tasa de Inflación Anual: 2,39%

Tasa de interés pasiva: 4,53%

Tasa Desempleo Ecuador: 4,89%

Sueldo Básico: \$318

Tasa Desempleo Guayaquil: 6,06%

Canasta Básica: \$581,21

Tasa de interés activa: 8,17%

ICC Guayaquil: 43,7

En base a los informes presentados por el BCE, el ingreso mínimo familiar cubre el 98% de la canasta básica. Pero por otro lado el incremento de costos laborales ha causado

despido por parte de los empresarios, aumentando la tasa de desempleo, Guayaquil revela la tasa de desempleo más alta del país. (BCE, 2013).

Social

En el aspecto social, Ecuador tiene aproximadamente 15`821,055 habitantes con un tasa de crecimiento demográfica de 1,52%, siendo Guayaquil la ciudad de mayor población con aproximadamente 2`501.423 habitantes, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Además se determina que la población económicamente activa (PEA) del país es de 48,6%, y que el 40% de las mujeres ecuatorianas pertenecen al PEA, por lo que se identifica que están menos involucradas con tareas domésticas y crianza de sus hijos. (INEC, 2012)

Tecnológico

En el análisis tecnológico es importante mencionar el uso del internet en el país: un 32,6% para comunicación, el 31,1% información, 29,1% educación, y 3,4% para trabajo. El 54,4% de las personas que usan Internet lo hacen por lo menos 1 vez al día, mientras el 39,5% lo hace por lo menos 1 vez a la semana.

El MINTEL está invirtiendo en educación tecnológica, entregando equipos y conectividad a escuelas y colegios, fomentando la democratización del acceso a la información y el mejoramiento continuo de los procesos educativos en todos los cantones y provincias del Ecuador. Además promueven una campaña de “Internet para Todos” en aulas móviles, el cuál es un medio de transporte equipado con la más alta tecnología para llevar conocimiento tecnológico a todo el país, puesto que consideran el aprendizaje tecnológico esencial para la ciudadanía. (MINTEL, 2012)

5.2. Macro, Meso y Micro

En el macro análisis se detalla la situación actual de Guayaquil, punto de partida para la ejecución de este trabajo de titulación. Guayaquil cuenta con 2`501,423 habitantes según el INEC. Tiene un ritmo económico dinámico, siendo la clase media quién le da mayor movimiento, pues es uno de los segmentos que más ha crecido en los últimos seis años; esto se debe a tres factores básicos: el incremento del PIB, un crecimiento importante en la economía del país y el aumento del financiamiento público para adquirir bienes. La actual clase media no está estipulada por la escala salarial sino por sus expectativas, su mentalidad se ha democratizado con relación a la educación y el aseguramiento del futuro, esto se revela en el estudio del INEC donde se indica que los guayaquileños dedican dos horas más al estudio que en el 2010. (El Comercio, 2013)

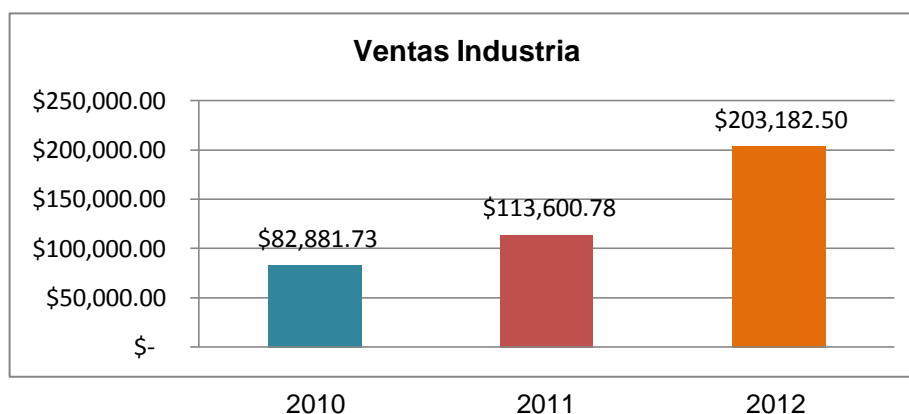
En el aspecto meso se destaca la transformación del modelo educativo, el Ministerio de Educación centra sus esfuerzos en el mejoramiento de la calidad de la educación inicial. El pensum de estudio es uno de los principales aspectos en los que se enfocan los cambios buscando la estandarización en la malla de la educación básica en instituciones educativas, lo cual las obliga a ser más competitivas, y a los estudiantes motivarlos a destacarse, presentando una oportunidad a los centros de capacitación al existir interés de aprender. (Vidal, 2012)

En el micro análisis señalamos la situación de los competidores, donde sobreabunda la informalidad, las encuestas aplicadas revelan que un 75% de padres que adquieren el servicio de tareas dirigidas contratan a un profesor independiente para que asista a su hijo ya sea en su propio domicilio o en casa del estudiante. En la web se encuentra varios anuncios de profesionales ofertando sus servicios. En Guayaquil son pocos los centros formales, más bien existen unidades como el Centro de Estudios Espíritu Santo que prestan este servicio.

5.3. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria

La demanda de las instituciones de apoyo escolar ha aumentado por las exigencias marcadas por el gobierno, haciendo que cada estudiante se esfuerce más. Los padres comienzan a concientizarse y capacitar a sus hijos desde la educación inicial, por tal motivo en los últimos 3 años se ha identificado un incremento en ventas del 58% en este sector:

Ilustración 3: Ventas Industria



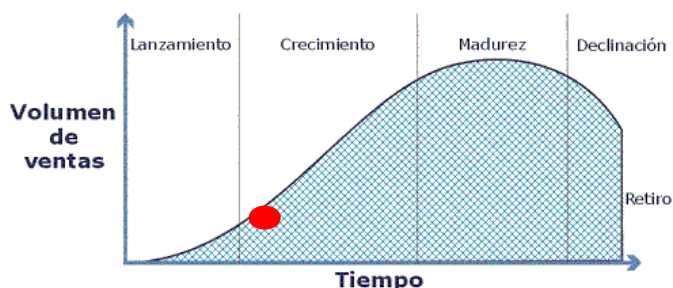
Elaborado por: Autor

Fuente: (Supercias, 2013)

5.4. Análisis del Ciclo de Vida del Mercado

El sector de apoyo a la enseñanza se encuentra en crecimiento, puesto que el sector educativo se somete a constantes cambios en donde todas las instituciones se esfuerzan por alcanzar la excelencia, los centros de capacitación y nivelación refuerzan temas académicos que no son manejados en su totalidad por los estudiantes.

Ilustración 4: Ciclo de Vida del Mercado



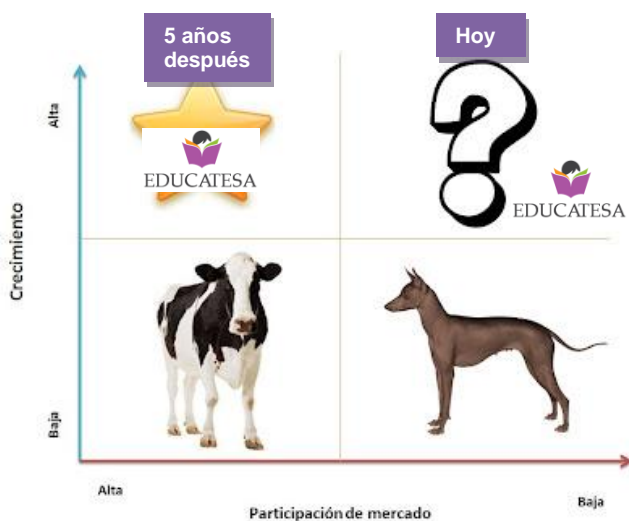
Fuente: (Estrategia Magazine, 2007)

El mercado es amplio y existe mucha competencia, los negocios deberán consolidar un valor agregado para que padres e hijos prefieran asistir a ellos por la confiabilidad y seguridad que brindan.

5.5. Matriz BCG

Al tratarse de un negocio nuevo, se ubicará en el cuadrante de signo de interrogación, puesto que es débil en términos competitivos al tener una baja participación en el mercado con potencial de crecimiento a largo plazo, por ello se concentrarán recursos en estrategias de posicionamiento y se tratará de ubicar en las mentes de los padres como la mejor opción de refuerzo escolar para sus hijos, de esta manera en 5 años pasará al cuadrante de la estrella por su alta participación en el mercado y crecimiento que se proyecta. (Piñeiro, 2008)

Ilustración 5: Matriz BCG



Elaborado por: Autor

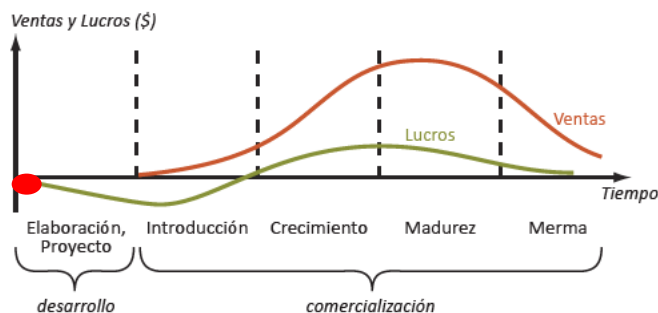
Fuente: (Piñeiro, 2008)

5.6. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

Educatesa se encuentra en la fase de desarrollo para prepararse a la introducción en el mercado guayaquileño, donde el aumento de niños sin guía escolar crece debido al aumento

de madres profesionales, considerando que el 40% de mujeres en el Ecuador poseen un trabajo. Para mantener el servicio en el mercado y que su ciclo de vida se prolongue se deben crear planes innovadores. (Grupo Santillana, 2012).

Ilustración 6: Ciclo de Vida del Producto



Elaborado por: Autor

Fuente: (Grupo Santillana, 2012)

5.7. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter: Conclusiones de la Empresa y su Poder de Negociación.

Amenaza de los Nuevos Competidores: Se identifica como alto, siendo las mismas instituciones educativas donde estudiarían los niños, puesto que al contar con las instalaciones y al identificar la oportunidad podrían decidir ofrecer este tipo de servicio.

Rivalidad entre los Competidores Existentes: En la actualidad este tipo de negocio es manejados de manera informal, hay lugares que ofrecen el servicio pero sin contar con una verdadera ventaja competitiva. La prestación de servicios informalmente se identifica como el principal competidor, es importante mencionar que de cada 10 niños, 2 cuentan con un maestro que le brinde soporte en la realización de sus tareas. (Castañeda, 2012)

Poder de Negociación de los Proveedores: Se cuenta con una gran lista de proveedores reduciendo su poder de negociación, por tratarse de una empresa de servicios de educación, no se necesita usar un mismo proveedor para estandarizar calidad.

Poder de Negociación de los Clientes: Se considera bajo, se tendrá precios establecidos de acuerdo al servicio ofrecido y a la capacidad adquisitiva de los clientes, por tal motivo no habrá negociaciones normalmente con ellos.

Amenaza de Productos Sustitutos: El más amenazante sustituto es el internet, existen programas autodidactas que si son bien usados podrían reemplazar parcialmente el servicio ofertado. Según el INEC solo el 29,1% usa el internet para educación. (INEC, 2012)

Como conclusión se cita que las mayores amenazas son los competidores actuales y entrantes, se debe trabajar en crear una ventaja competitiva que diferencie al centro.

5.8. Análisis de la Oferta

5.8.1. Tipo de Competencia

Competencia directa.- Lugares que poseen el mismo giro de negocio, según las investigaciones se identificaron los siguientes: ABC (Garzota), Tutores (Alborada), Control de Tareas (Samanes), SOS (Alborada), entre otros. Así mismo se identifica como competidores a las unidades educativas que ya cuentan con el servicio, como es el caso del Centro de Estudios Espíritu Santo.

Competencia indirecta.- Profesionales que trabajan en sus propias casas o en las residencias de los estudiantes guiando y nivelado en sus tareas y problemas de aprendizaje, los mismos que en muchos casos no cuentan con la infraestructura adecuada. Otra competencia indirecta que se identifica es el Centro Aprendiendo Solo, que por medio de terapias psicopedagógicas garantizan que el menor aprenderá a realizar sus tareas sin ayuda en una terapia de 9 meses, 3 horas a la semana. Se identifica como competencia, porque a pesar de no dedicarse a la misma actividad, satisface la misma necesidad.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

Competencia potencial.- Unidades educativas que aún no cuentan con el servicio de tareas dirigidas, pero que en caso de decidirlo tendrían muy acogida según las encuestas realizadas en el estudio de mercado. Tal es el caso de la Unidad Educativa Liceo Cristiano.

5.8.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

Mercado Real: Está conformado por niños entre 5 a 9 años que residen en la parroquia Tarqui de Guayaquil, estudien en una institución particular y usen el servicio de tareas dirigidas. Según el estudio de mercado, se determina que un 25% de los estudiantes utiliza este servicio, lo cual es un número aproximado de 13,617 usuarios en este sector.

Mercado Potencial.- Engloba a niños de 5 a 9 años que estudian en una unidad educativa privada y residen en la parroquia Tarqui de Guayaquil, cuyo total es de 54,468 estudiantes. (INEC, 2010).

5.8.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.

Tabla 11: Competidores

Nombre	Ubicación	Antigüedad	Productos	Precios
Instituciones Educativas CEES	Guayaquil, Av. Juan Tanca Marengo y Av. Las Aguas	10 años	Tareas dirigidas y nivelación	\$95 mensuales
Profesionales independientes Lcda. Rocío Zambrano	Guayaquil, Saucos 9	10 años	Tareas dirigidas y nivelación	\$120 mensuales
Centros Aprendiendo Solo	Guayaquil, Kennedy Norte, Alavedra Tama y Francisco Rodríguez	4 años	Nivelación, Terapias psicopedagógicas	\$180 mensuales

Elaborado por: Autor

Fuente: Estudio de Mercado

5.8.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contraestrategia de la Empresa

La estrategia de los competidores es el enfoque, puesto que seleccionan un grupo o segmento del sector para satisfacer su necesidad (Porter, 1982). Por ejemplo las instituciones educativas que cuentan con el servicio de tareas dirigidas garantizan a los padres que sus hijos seguirán el mismo marco académico dentro de sus propias infraestructuras; por otro lado los profesionales independientes en muchos casos son los mismos profesores de los estudiantes que ofrecen sus servicios extras dentro de su propia casa.

La contraestrategia es la diferenciación, Educatesa pretende crear un ambiente de confiabilidad y seguridad para los estudiantes que les garantice una actividad de calidad durante de las tardes en una infraestructura de alto nivel, contando con el servicio de alimentación y transporte.

5.9. Análisis de la Demanda

5.9.1. Segmentación de Mercado

5.9.1.1. Criterio de Segmentación

Los criterios a seguir para la segmentación de mercado son:

- Geográfico: Padres de familia que residan en la parroquia Tarqui de Guayaquil, en sectores como: Bellavista, Ceibos, San Felipe, Alborada, Garzota, Urdesa, Ceibos, Miraflores, y Kennedy.
- Demográfico: Padres de alumnos del 2do, a 5to año básica, entre a 5 a 9 años de edad.
- Socioeconómico: Nivel medio y medio alto.
- Psicográfico: Personas muy ocupadas con un nivel aspiracional alto.

5.9.1.2. Selección de Segmentos

Para la selección de segmentos, se tomará en cuenta los criterios de segmentación mencionados en el punto anterior: Padres de familia que residan en la parroquia Tarqui de Guayaquil que no posean tiempo suficiente para la realización de tareas escolares debido sus responsabilidades laborales.

5.9.1.3. Perfiles de los Segmentos

Corresponde a padres de familia con hijos de 5 a 9 años de edad que se encuentren estudiando en una unidad educativa privada que cuenten el siguiente perfil:

- Poca disponibilidad de tiempo debido a sus labores.
- Nivel aspiracional alto, preocupados por la educación.
- Quiénes identifican que sus hijos tienen problemas de aprendizaje.

5.10. Matriz FODA

Tabla 12: Matriz FODA

	Fortalezas	Debilidades
	<ul style="list-style-type: none"> • Equipo especializado en educación • Servicio personalizado 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia del administrador. • Falta de capital para invertir.
Oportunidades	F+O	D+O
<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno exige calidad de educación. • Aumento madres profesionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear y ejecutar una campaña de marketing de acuerdo al target establecido. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alianza estratégica. • Captación de capital de terceros o planes de financiamiento
Amenazas	F+A	D+A
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de confianza en un nuevo centro. • Fuertes competidores Profesionales informales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer el nombre del centro. • Crear planes de fidelización de clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conseguir el aval de alguna institución u organización.

Elaborado por: Autor

BENAVIDES, Yamilet

Página 73 de 174

5.11. Investigación de Mercado

5.11.1. Método

El método utilizado en este trabajo de titulación contempla elementos cuantitativos y cualitativos, por lo cual se definió usar el modelo de investigación DEXPLOS (Diseño Exploratorio Secuencial), el cual posee dos fases. En la primera se recolectan y analizan datos cualitativos y en la segunda se recolectan y analizan datos cuantitativos para justificar los datos recogidos en la primera fase. Finalmente se realiza una interpretación del análisis completo y se obtienen las conclusiones. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010)

5.11.2. Diseño de la Investigación

5.11.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos (Temas que desean ser investigados)

Objetivo General: Evaluar la factibilidad de la creación de un Centro de Nivelación y Tareas Dirigidas en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos:

- Determinar el grado de aceptación del concepto de negocio que se proyecta implementar.
- Conocer las debilidades y fortalezas de los estudiantes.
- Conocer acerca de la competencia.
- Identificar las necesidades insatisfechas de los usuarios actuales.

5.11.2.2. Tamaño de la Muestra

Al tratarse de una población mayor de 10,000, se considera infinita, por lo cual, la fórmula de muestreo a aplicarse será la siguiente:

$$n = \frac{z^2 P(1 - P)}{E^2}$$

Siendo:

P= 0,5

E= 0,056 – Considerando un porcentaje de error del 5,6%.

Z= 1,95 – Buscando un grado de confiabilidad del 95%.

La aplicación de la misma da como resultado una muestra 303 padres de familia.

5.11.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos

5.11.2.3.1. Exploratoria

Como técnica exploratoria, se aplicará entrevistas profundas a:

- Tres madres de familia que laboran en la actualidad.
- Una persona interesada en invertir en este tipo de negocio.

Los modelos de entrevistas aplicadas se encuentran en [Anexo 2](#) y [Anexo 3](#)

5.11.2.3.2. Concluyente (Encuesta)

Como técnica concluyente se aplicará un total de 303 encuestas a padres de familia, de acuerdo a la muestra calculada y a los criterios y perfil establecidos en el punto 5.9. Para ver el modelo de la encuesta, dirigirse al [Anexo 4](#).

5.11.2.4. Análisis de Datos

La información obtenida por medio de las entrevistas es muy valiosa, puesto que con datos cualitativos obtenidos se tiene una idea más clara de lo que los padres esperan de este tipo de organizaciones, se identificaron además datos de la competencia. De la misma forma la entrevista con la socia potencial aclarece información del mercado, su aporte fue sin duda punto clave para el desarrollo de la estrategia comercial.

Por otro lado las encuestas nos confirmaron la existencia de la necesidad de este servicio de apoyo escolar, así mismo revelaron la disposición de los padres para adquirirlo.

5.11.2.5. Resumen e interpretación de resultados

Exploratoria:

Entrevista a Potenciales Clientes:

Las madres de familia entrevistadas tenían una característica en común, trabajaban horario completo, deslindándose de la realización de tareas escolares de sus hijos. Cada una de ellas comentó la dificultad que tenían en el manejo de estas actividades, una de ellas indicó que contrató a un profesor para que asista a su hijo durante dos horas por un valor de \$25 diarios al menos tres veces por semana.

El concepto presentado del trabajo de titulación fue de su interés, pues afirman que sería una gran contribución para su familia, puesto que podrían disfrutar más su tiempo juntos. Las principales recomendaciones que realizaron fueron: Personificación en el soporte brindado, transporte privado, actualización metodológica, formación moral y actividades recreacionales.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

Dos personas coincidieron que las materias de mayor dificultad para sus hijos son Matemáticas e Inglés, por lo cual deben recurrir en muchos casos ayuda profesional.

Entrevista experta en el sector:

Nombre: Lcda. Almeida Vélez de Colmont

Cargo: Directora del Centro de Desarrollo Infantil “Aserrín Aserrán”

Información:

La persona encuestada es una profesional en el área educativa con más de 10 años de experiencia, hace seis meses ha emprendido un negocio, un centro de desarrollo infantil avalado por el MIES (Ministerio de Inclusión Económico y Social), en el cual quisiera incluir un centro de tareas dirigidas. Su interés en el mismo es debido al incremento de familias en donde trabajan papá y mamá dejando a sus hijos sin guía en sus actividades estudiantiles. De acuerdo a su experiencia recalca que el aspecto diferenciador es la paciencia y dedicación, además que se debe contar con un ambiente agradable y seguro para los niños en donde puedan aprender y estudiar. Al final de su jornada los niños estarán libres para disfrutar tiempo con sus padres.

Según sus investigaciones indicó que los precios de este servicio están alrededor de \$100 a \$150 y que normalmente los profesionales independientes cobran de \$7 a \$18 la hora. Afirma que la informalidad es el principal competidor.

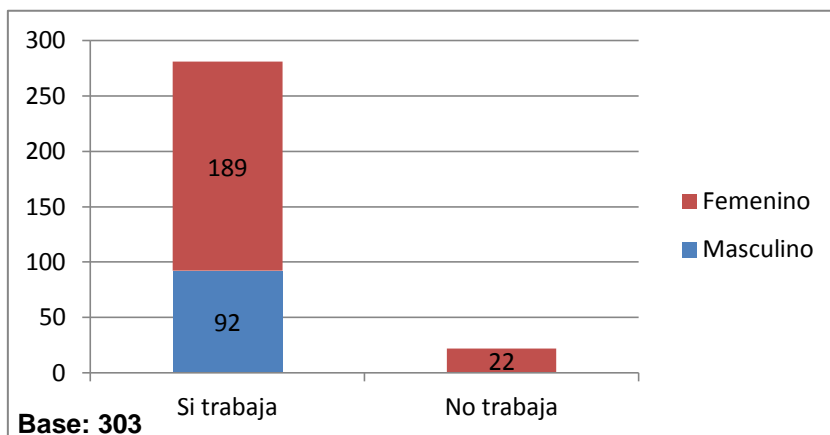
Cree y disfruta de lo que hace, conoce su público y sus necesidades e identifica un gran potencial en el mercado existente, indicó que un punto a favor es que debido a las regulaciones del gobierno, la educación es universal, lo que ayudará al manejo de los niños, aún estudiando en unidades educativas diferentes.

Concluyente:

A continuación se detallarán los resultados relevantes de las encuestas aplicadas:

1. Características de los encuestados:

Ilustración 7: Características de la Muestra



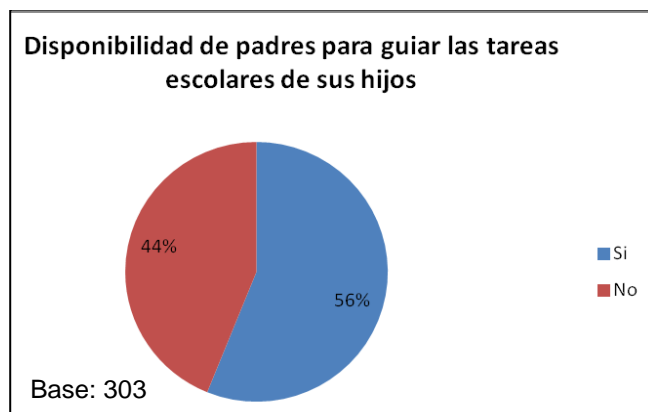
Elaborado por: Autor

Fuente: Estudio de Mercado

El 70% de los padres de familia encuestados fueron mujeres, mientras el 30% restante fueron hombres, así mismo el 93% de la muestra afirmaron trabajar en alguna empresa pública, privada o propia.

2. Disponibilidad de los padres para la realización de tareas escolares de sus hijos.

Ilustración 8: Resultado 2 Encuesta



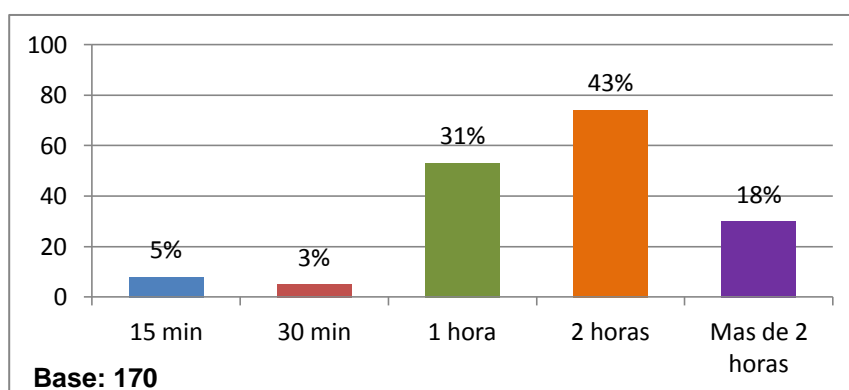
Elaborado por: Autor

Fuente: Estudio de Mercado

Según el estudio realizado, el 56% de los padres de familia ayudan a sus hijos en la realización de tareas escolares, dicho esto podemos afirmar que de cada diez padres, la mitad participan en los deberes de los hijos.

3. *Tiempo promedio de participación de padres en la realización de tareas.*

Ilustración 9: Resultado 3 Encuesta



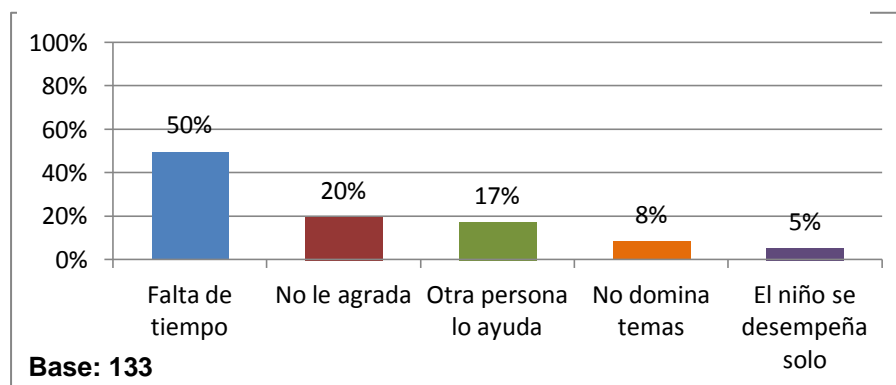
Elaborado por: Autor

Fuente: Estudio de Mercado

.Se determinó que el 43% de los padres de familia le dedica a sus hijos 2 horas diarias para la realización de sus tareas escolares, tan solo un 5% le dedica 15 minutos. El tiempo promedio para esta actividad es de 1 hora según las encuestas.

4. *Motivo porque los padres no guían las tareas de sus hijos*

Ilustración 10: Resultado 4 Encuesta



Elaborado por: Autor
BENAVIDES, Yamilet

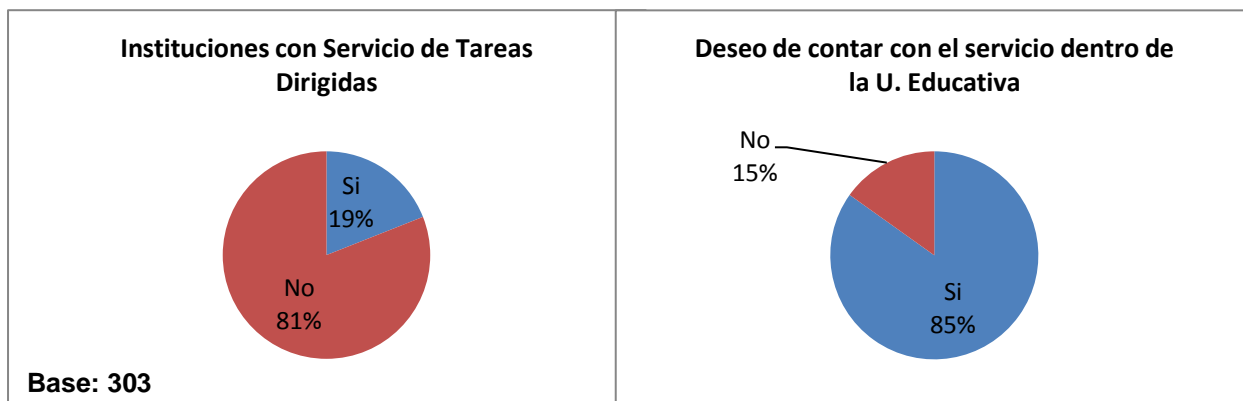
Fuente: Estudio de Mercado
Página 79 de 174

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

El 50% de los padres que no aportan en los deberes escolares, indicaron que la principal razón es por falta de tiempo debido a sus múltiples ocupaciones. Un 5% de los encuestados afirmó que sus hijos se desenvuelven solos y no necesitan algún guía.

5. Unidades educativas que cuentan con el servicio de tareas dirigidas.

Ilustración 11: Resultado 5 Encuesta



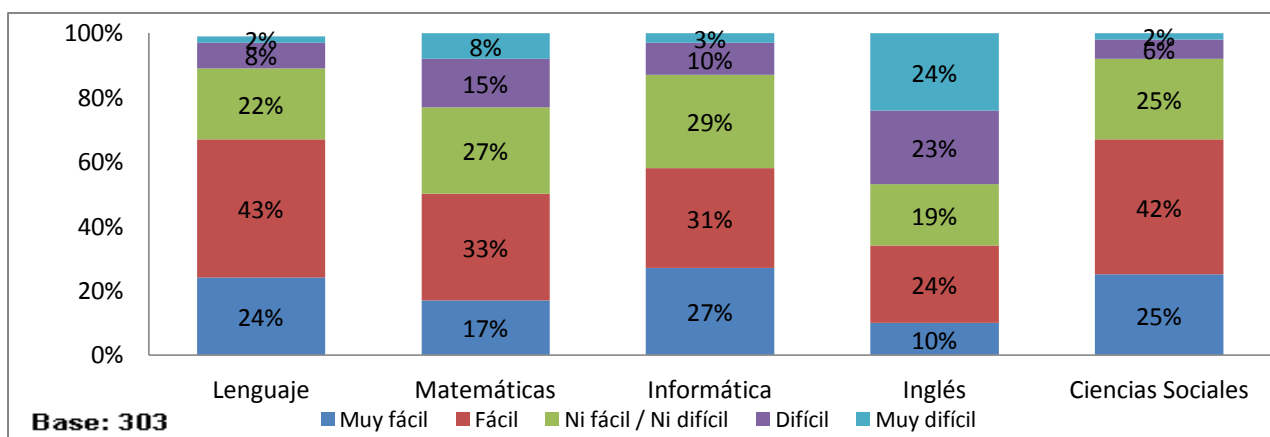
Elaborado por: Autor

Fuente: Estudio de Mercado

Un 81% indicó que no cuentan con el servicio de tareas dirigidas en el plantel educativo donde estudian sus hijos, así mismo un 85% afirmó que desearían que el servicio de tareas dirigidas fuera ofertado por la misma unidad educativa. Esto representa una gran amenaza para el tipo de negocio.

6. Nivel de dificultad de los estudiantes por materia.

Ilustración 12: Resultado 6 Encuesta



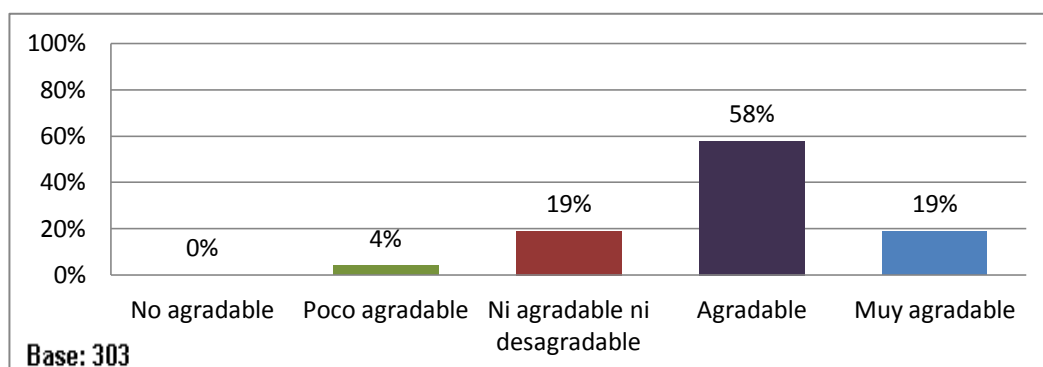
Elaborado por: Autor
BENAVIDES, Yamilet

Fuente: Estudio de Mercado
Página 80 de 174

De acuerdo al gráfico, los estudiantes muestran un mayor grado de dificultad en las materias de Inglés y Matemáticas, por lo cual el centro debe evaluar la inclusión de la materia inglés en la nivelación escolar.

7. Aceptación del concepto de la propuesta presentada

Ilustración 13: Resultado 7 Encuesta



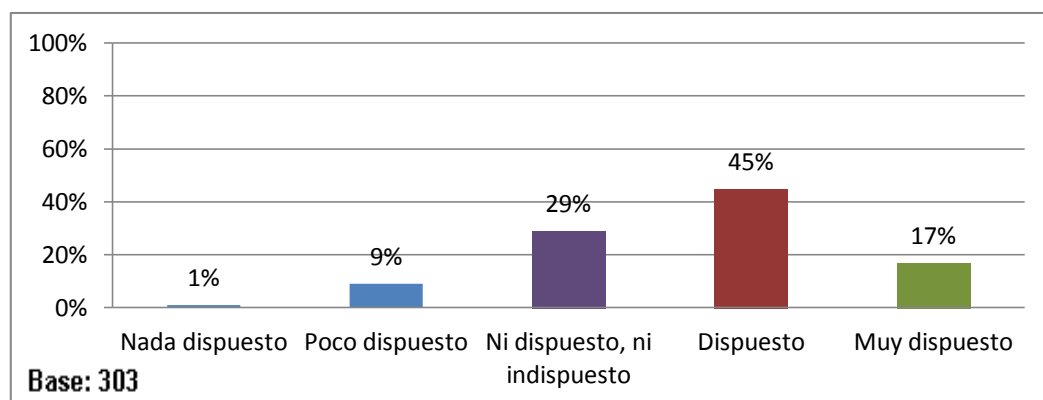
Elaborado por: Autor

Fuente: Estudio de Mercado

El gráfico nos muestra que existió una alta aceptación del concepto por parte de los encuestados, un 19% manifestó el más alto nivel de agrado de la propuesta, mientras un 58% lo clasificó con el siguiente y un 19% le es indiferente.

8. Aceptación de la ubicación propuesta.

Ilustración 14: Resultado 8 Encuesta



Elaborado por: Autor
BENAVIDES, Yamilet

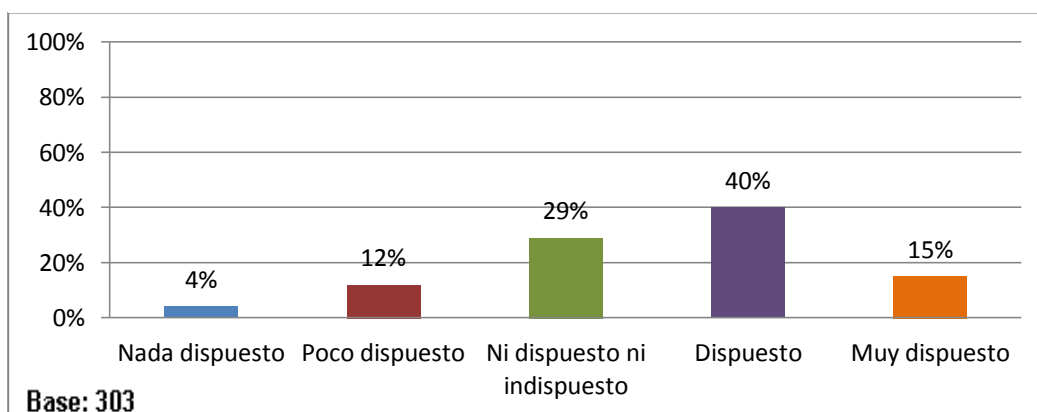
Fuente: Estudio de Mercado
Página 81 de 174

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

El 62% de la muestra mostró agrado de la ubicación planteada, las personas que no mostraron disposición dieron razones como que estaba muy lejos de su casa o su trabajo.

9. Disposición de los padres para adquirir el servicio

Ilustración 15: Resultado 9 Encuesta



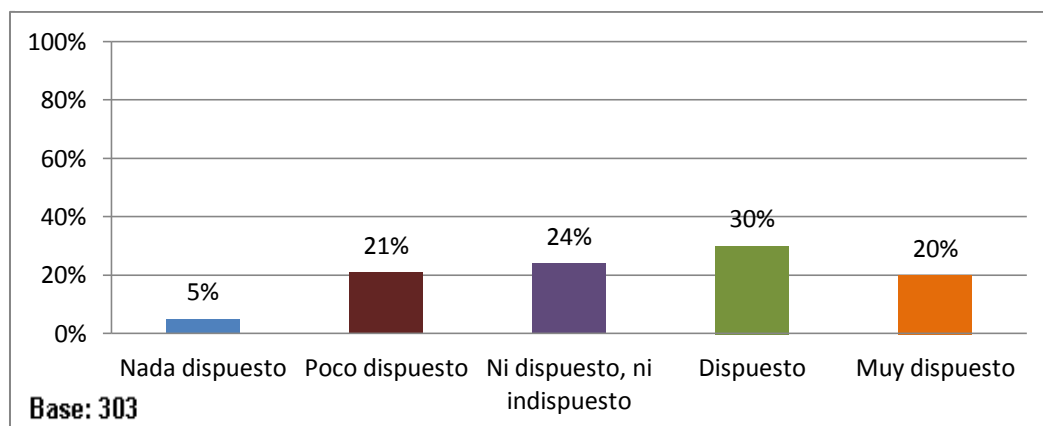
Elaborado por: Autor

Fuente: Estudio de Mercado

Los padres afirmaron un 55% de disposición de adquirir el servicio para sus hijos. Un 29% se mostró indiferente, mientras que un 16% no le interesa adquirir el servicio, puesto que ellos si figuran de guía a diario en la realización de tareas de los menores.

10. Disposición de cancelar \$100 mensuales por tareas dirigidas de lunes a viernes

Ilustración 16: Resultado 10 Encuesta



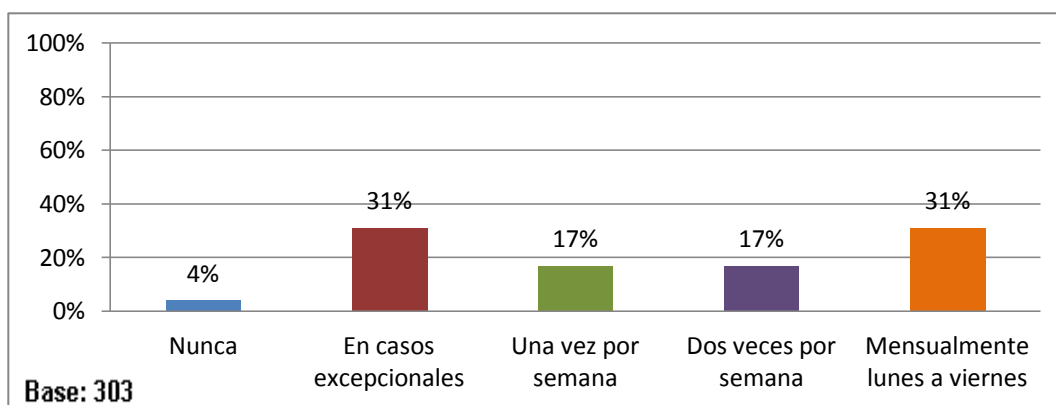
Elaborado por: Autor

Fuente: Estudio de Mercado

De acuerdo a la investigación realizada, un 50% estaría dispuesto a cancelar \$100 por el servicio, mientras que un 26% rechaza este costo., debido a diferentes factores como: ya cuentan con el servicio más económico, o se dedican a su hijo para la realización de estas actividades, entre otras.

11. Preferencia de tiempo de contrato del servicio ofertado.

Ilustración 17: Resultado 11 Encuesta



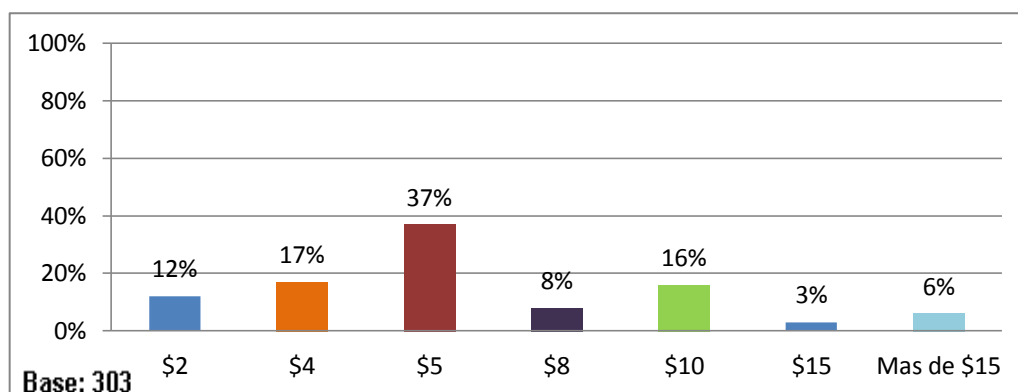
Elaborado por: Autor

Fuente: Estudio de Mercado

Hay dos casos principales en que los padres de familia contratan el servicio de tareas dirigidas, uno de ellos es mensualmente según el 31% de encuestados, y otra opción es en casos excepcionales según otro 31%, como: exámenes, lecciones, casas abiertas, otros.

12. Costo por hora de preferencia por los padres de familia.

Ilustración 18: Resultado 12 Encuesta



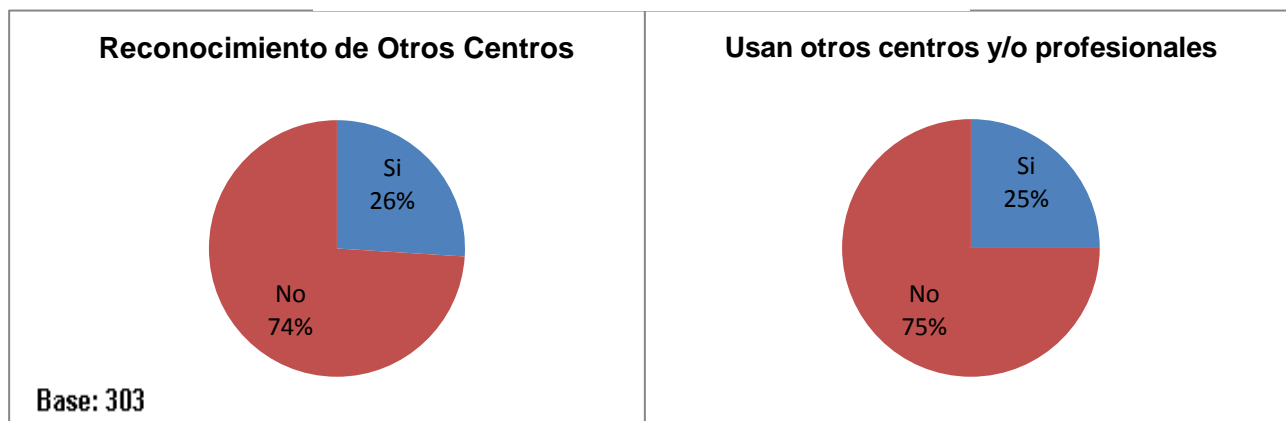
Elaborado por: Autor

Fuente: Estudio de Mercado

Según las encuestas realizadas, el 37% de los padres pagarían hasta \$5 por hora de servicio de tareas dirigidas, seguidos de un 16% que estarían dispuestos a cancelar hasta \$10. El costo promedio que los padres de familia estarían dispuestos a cancelar por hora es de \$7.

13. Aspectos de la competencia

Ilustración 19: Resultado 13 Encuesta



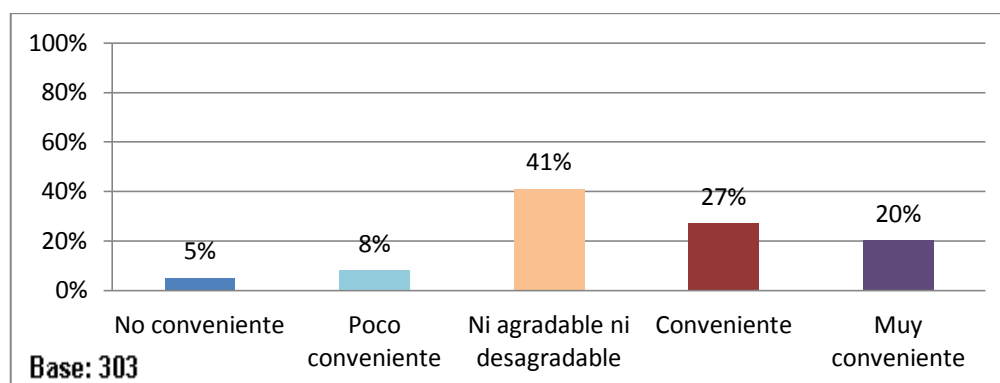
Elaborado por: Autor

Fuente: Estudio de Mercado

Un 26% de los padres de familia encuestados indicaron que han escuchado de lugares que ofrecen este tipo de servicio, pero en muchos casos no recuerdan el nombre, lo cual indica que no hay ningún negocio que esté posicionado. Así mismo un 25% indicó que contratan el servicio para sus hijos, ya sea con profesional independiente u organización.

14. Factibilidad de Servicio de Transporte en el Centro

Ilustración 20: Resultado 14 Encuesta



Elaborado por: Autor

Fuente: Estudio de Mercado

Según los resultados obtenidos, los padres de familia sienten un 47% de conveniencia si el centro posee el servicio de transporte, por lo contrario a un 41% le es indiferente si se cuenta con el servicio extra.

5.11.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado

La investigación realizada determina las siguientes conclusiones:

- Existe un mercado potencial para este tipo de negocio debido a las difíciles rutinas de los padres de familia.
- El 50% de los padres de familia indicaron disposición de cancelar \$ 100 mensuales para ofrecer a sus hijos un refuerzo escolar de calidad.
- Las materias de mayor dificultad para los estudiantes son Inglés y Matemáticas.
- El principal competidor lo representan profesionales independientes que asisten a estudiantes en sus propios hogares.
- La mayor amenaza que tiene el negocio es la posibilidad de que las unidades educativas empiecen a aperturar este servicio, puesto que los padres de familia mostraron una alta disposición de adquirir el servicio en caso que lo tuvieran.
- Lo que más valoran los padres de centros de apoyo escolar es la personificación y atención a sus hijos. Otro punto de atracción para los padres es poder compartir tiempo después del trabajo con sus hijos.

5.11.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado

A partir del análisis de la información obtenida en la investigación de mercado se recomienda:

- Crear una campaña de captación de clientes dirigidas principalmente a las madres ejecutivas que trabajan en horario laboral.
- Crear cursos de nivelación de Inglés para los niños, reforzando lo aprendido en clases.
- En la campaña de comunicación se debe resaltar la diferenciación de un centro especializado, destacar la calidad de las instalaciones y el profesionalismo del equipo.
- El centro debe destacarse brindando un servicio neto de calidad, equipo capacitado y excelentes habilidades interpersonales.
- Incluir en las sesiones, dinámica que se refieran a valores y convivencia familiar.

5.12. Cuantificación de la Demanda

5.12.1. Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial Insatisfecha

Según lo indicado en el punto 4.8.2. el total de niños en la parroquia Tarqui de Guayaquil de 5 a 9 años que estudian en instituciones privadas son 54,468 estudiantes. De acuerdo a la investigación de mercado concluyente se determinó que el 44% de ellos no reciben la guía para realizar sus tareas escolares, siendo un total de 23,965 niños el mercado potencial.

Así mismo la investigación de mercado concluyente indicó que el 25% del total de los niños en la ciudad de Guayaquil usan el servicio ya sea usando algún centro o los servicios de un profesional independiente, siendo un total de 13,617. Con esta información se puede determinar que la demanda potencial insatisfecha es de 10,348 estudiantes. (INEC, 2010)

5.12.2. Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca el Payback.

Según el Banco Central del Ecuador se registra un incremento de ingresos en el sector educativo del 6,12% de acuerdo a su informe de estadísticas macroeconómicas del 2012.

Las ventas en el 2012 registradas por la Superintendencia de Compañías del Ecuador de las empresas de apoyo a la enseñanza fueron de \$203,182.50. Partiendo de esta información se presenta la siguiente tabla con la proyección de ventas en el sector:

Tabla 13: Proyección de Ventas del Sector

Incremento	6.12%
-------------------	-------

Último Registro	Proyección				
2012	2013	2014	2015	2016	2017
\$203,182.50	\$215,617.27	\$228,813.05	\$242,816.40	\$257,676.77	\$273,446.59

Elaborado por: Autor

Fuente: (BCE, 2012)

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

6. PLAN DE MARKETING

6.1. Objetivos: General y Específicos

Objetivo General: Consolidarse en el mercado al ser una de las mejores opciones de centros de apoyo escolar en la ciudad de Guayaquil en los 5 primeros años de operación.

Objetivos Específicos:

- Iniciar las actividades operativas con un cuerpo estudiantil de 60 niños entre 5 a 9 años y lograr en el segundo año de operaciones un 6.12% de incremento en estudiantes.
- Crear planes de captación y fidelización de clientes.
- Expandirse en infraestructura en el tercer año de operaciones.

6.1.1. Mercado Meta: Ventas y Utilidad Esperada

6.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración

Como principal estrategia de penetración se plantea una alianza estratégica con el Centro de Desarrollo Infantil “Aserrín Aserrán”, donde se encargan de niños de 1 a 4 años de edad, se establecerán beneficios mutuos donde ambas partes estén de acuerdo.

Adicionalmente la empresa se afiliará a la Cámara de Comercio de Guayaquil para obtener sus beneficios y poder promocionarse entre los socios al tener claro que el público objetivo de Educatesa son los trabajadores de oficina.

6.1.1.2. Cobertura

La cobertura se concentrará en la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil, y la estrategia de cobertura a implementarse es la selectiva, buscando llegar a un grupo objetivo determinado que escoja el servicio por ser de calidad. (AIU, 2012)

6.2. Posicionamiento

6.2.1. Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios.

Posición: La empresa se posicionará en el mercado en base a la necesidad que satisface, resaltarán en su comunicación sus bondades dirigiéndose a su público objetivo. Como estrategia de posicionamiento garantiza receptividad a las necesidades de los usuarios, enfocándose en la educación integral de los niños. (Bernal, 2011)

Objetivo: Consolidarse en el mercado como una de las mejores opciones de centros de apoyo escolar.

Segmento: Padres que cumplan una jornada laboral completa con hijos entre 5 a 9 años de clase socio económica media y media alta.

Atributos: Personificación, excelente servicio, actualización constante en técnicas pedagógicas, actividad de calidad para los niños.

Calidad Percibida: Se espera que el cliente considere el servicio como excelente, para medir esta percepción se harán encuestas anuales de satisfacción.

Ventaja Competitiva: Atención personalizada, excelencia académica, instalaciones de calidad a bajo costo, servicio de transporte, maestros altamente calificados, informes periódicos del desenvolvimiento académico de los niños, talleres gratuitos para padres.

Símbolos identitarios: A continuación se presenta el logo que identifica al Centro de Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas “Educatesa”:

Ilustración 21: Logo de la Empresa



Elaborado por: Autor

6.2.2. Valoración del Activo de la Marca (BAV)

El método Brand Asset Valuator es basado en cuatro pilares que definen el valor de la marca a través del tiempo, a continuación se aplica para medir la identificación:

Tabla 14: Valoración del Activo de la Marca

Valoración del Activo de la Marca	
Pilares	Descripción
Diferenciación	Se estima lograr diferencia entre el centro y la competencia, distinguirse por la calidad del servicio, brindar educación y valores a los estudiantes.
Relevancia	Se espera que el centro sea reconocido por padres de familia como una de las mejores opciones para confiar a sus hijos.
Estima	Se desea crear una relación entre el estudiante, padre y Educatesa, generando aprecio por la institución.
Conocimiento	Se pretende crear un alto nivel de recordación y experiencia a través de su identidad corporativa, difundir a clientes la misión, visión y valores.

Elaborado por: Autor

Fuente: (BAV Y&R, 2010)

6.3. Marketing Mix

6.3.1. Estrategia de Producto o Servicios

6.3.1.1. Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado.

El servicio que se ofertará son actividades de apoyo escolar: sesiones de tareas dirigidas de lunes a viernes para guiar los deberes estudiantiles de los niños y sesiones de

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

nivelación escolar de matemáticas, inglés, lenguaje e informática los días sábados para reforzar lo aprendido en clases identificando los principales problemas de aprendizaje de los niños. La imagen que se desea proyectar es de calidad, confianza y dedicación.

El slogan de Educatesa es “Porque el mañana, empieza desde hoy”, haciendo énfasis de la importancia que es capacitarse desde temprana edad y no esperar a un futuro.

Tabla 15: Producto Esencial, Real y Aumentado

Producto Esencial	Producto Real	Producto Aumentado
Actividades de refuerzo escolar	Sesiones de tareas dirigidas y nivelación escolar	Reportes de los avances de los estudiantes, seguridad, servicio de transporte.

Elaborado por: Autor

Fuente: (Fire, 2007)

6.3.1.2. Adaptación o Modificación del Producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje, etc.

El servicio de nivelación escolar se adaptará a las necesidades de los estudiantes, se garantiza abrir cursos en relación a lo que estén solicitando padres y estudiantes. Siempre será bienvenida cualquier observación por parte de los usuarios.

6.3.1.3. Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

Este inciso no aplica puesto que la propuesta es un servicio, por tal motivo no necesita un reglamento de marcado y etiquetado.

6.3.1.4. Amplitud y Profundidad de Línea

A continuación se detalla la amplitud y profundidad del servicio de Educatesa:

Tabla 16: Amplitud y Profundidad

Profundidad	Amplitud	
	Tareas Dirigidas	Nivelación Escolar
	Servicio Mensual	Matemáticas
		Inglés
		Lenguaje
		Informática

Elaborado por: Autor

Fuente: (Lara, 2005)

6.3.1.5. Marcas y Submarcas

El negocio no posee marcas, ni submarcas, pero se registrará su logo comercial en el IEPI para proteger su imagen e identidad. Este elemento está ubicado en el **Anexo 5**.

6.3.2. Estrategia de Precios

6.3.2.1. Precios de la Competencia

A continuación se detalla precios de la competencia:

Tabla 17: Precios de la Competencia

Competidor	Tipo	Precio	Servicio
Centro de Estudios Espiritu Santo	Unidad educativa	\$95 por mes	Tareas dirigidas
Aprendiendo Solo	Centro de apoyo escolar	\$180 por mes	Sesiones psicopedagógicas
Lcda. Rocío Zambrano	Profesional independiente	\$10 por hora / \$120 por mes	Tareas dirigidas

Elaborado por: Autor

Fuente: Estudio de Mercado

6.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta

Este servicio está dirigido para familias de clase media. En la zona urbana de Guayaquil se registra un promedio de ingresos por familia de \$1,046.30 según la encuesta Nacional de Ingresos y Gastos. (INEC, 2012)

6.3.2.3. Expectativa de los Accionistas

Los accionistas esperan del negocio una rentabilidad mínima del 20%, un aumento en ventas del 8% anual y una tasa mínima aceptable requerida (TMAR) del 11.17%. Además en respuesta al éxito del negocio se estima expandir su infraestructura en tres años.

6.3.2.4. Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo (kilo, tonelada), Términos de Venta, Métodos de Pago.

El precio establecido por el servicio de tareas dirigidas mensual es de \$100 corresponde a sesiones de dos horas de lunes a viernes. El valor total será cancelado en la quincena del mes.

El servicio de nivelación escolar tiene el precio de \$40 por cuatro sesiones de dos horas los días sábados, se cancela el 50% al inicio del curso y el restante en la segunda semana. Todos los pagos son aceptados en efectivo, cheque o tarjeta de crédito.

6.3.3. Estrategia de Plaza

6.3.3.1. Localización

6.3.3.1.1. Macro Localización

La macro localización es en la ciudad de Guayaquil, la cual fue escogida por el incremento de nivel de escolaridad. La mentalidad del guayaquileño se ha democratizado, sobre todo con relación a la educación y el aseguramiento del futuro. (Farías, 2013)

6.3.3.1.2. Micro Localización

Dentro de la ciudad de Guayaquil, se ha determinado ubicar el negocio en la Cdla. Kennedy Norte, cerca de un sector empresarial como es la Av. Francisco de Orellana, donde se ubican muchos edificios corporativos como: Claro, Las Cámaras, World Trade Center, SRI, Ministerio del Litoral, entre otros. Se buscó este sector para estar cerca del público objetivo: padres de familia ejecutivos.

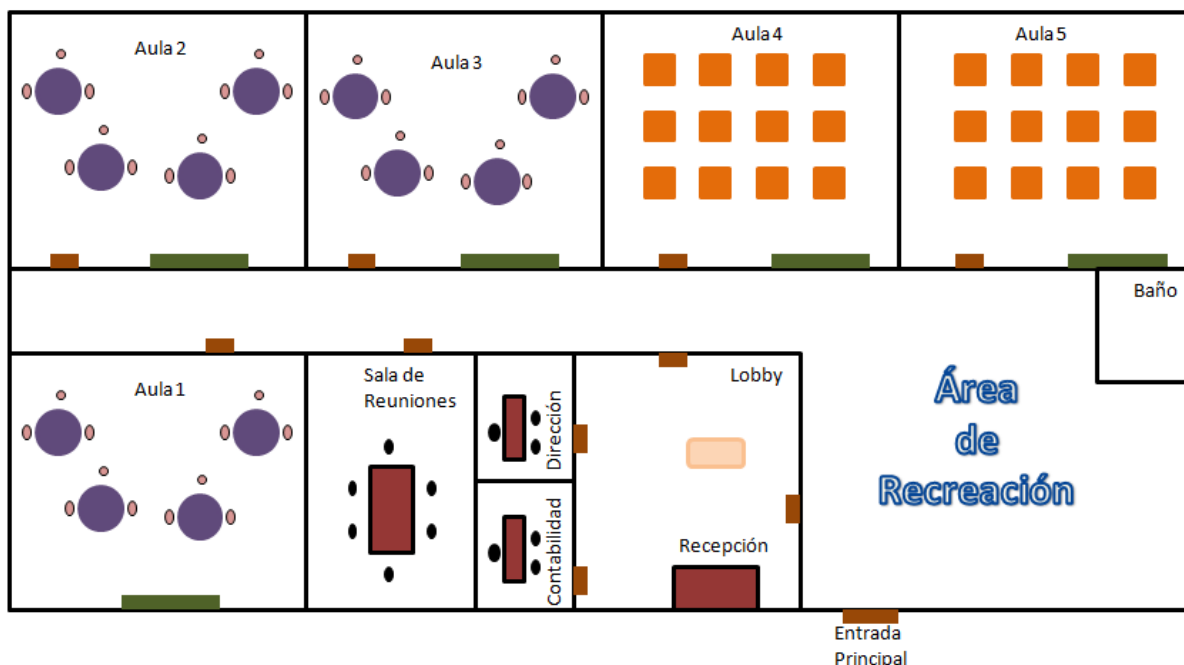
6.3.3.1.3. Ubicación

Educatesa estará ubicado en la Cdla. Kennedy Norte, Mz 704 y Villa # 2, donde funcionará durante las tardes. En la mañana funcionará el Centro de Desarrollo Infantil Aserrín Aserrán, con el cual se está estableciendo una alianza estratégica.

6.3.3.1.4. Distribución del Espacio

El espacio destinado para las operaciones de la empresa es de 250m², distribuido de la siguiente manera:

Ilustración 22: Plano de Educatesa



Elaborado por: Autor

6.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial

6.3.3.2.1. Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes

El canal de distribución del servicio que se aplicará es directo, no existirá ningún intermediario para la venta del mismo.

6.3.3.2.2. Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.

No se planea penetrar en mercados rurales, el negocio está dirigido a mercados urbanos como lo es la ciudad de Guayaquil.

6.3.3.2.3. Logística

En lo que respecta a logística se contará con el servicio de transporte, se pondrá a disposición la contratación de dos furgonetas de 16 pasajeros cada una, la cual recorrerá la

zona norte de Guayaquil. Se elaborará una hoja de ruta para optimizar tiempo. Este servicio es externo al giro de negocio.

6.3.3.2.4. Red de Ventas

EL director general ejecutará las actividades de marketing y ventas, por tal motivo establecerá la estrategia de ventas; contará con el apoyo de un asistente de servicio al cliente.

6.3.3.2.5. Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones

Las políticas de servicio al cliente en lo que se refiere a pre-venta contempla la buena atención desde que el cliente se contacta o es contactado por primera vez por el director general o el asistente de servicio al cliente; esta es la oportunidad para que Educatesa inspire confiabilidad. Como servicio post-venta se realizará seguimiento al estudiante para medir sus avances, los padres recibirán un informe periódicamente.

Para quejas y reclamos se contará con un correo habilitado para que los tutores puedan escribir: servicioalcliente@educatesa.com. Para atención personalizada pueden contactarse al teléfono fijo. En todos los casos se conversará para llegar a un acuerdo.

6.3.4. Estrategias de Promoción

6.3.4.1. Estrategias ATL y BTL

Educatesa no utilizará estrategias ATL, puesto que el servicio que ofrece no es masivo, concentrará sus esfuerzos en estrategias BTL como volantes en puntos estratégicos

como zonas empresariales y envío de correos electrónicos directos a la base de datos de los socios de la Cámara de Comercio de Guayaquil. Así mismo se utilizará la red social Facebook, realizando anuncios segmentados para el mercado objetivo.

6.3.4.2. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje

El mensaje esencial será “Porque el mañana empieza Hoy”, el cuál es el slogan, buscando transmitir la capacitación desde temprana edad para que construyan bases sólidas en su educación, cultura y valores. Se transmitirá el profesionalismo y calidad del centro.

6.3.4.3. Promoción de Ventas

6.3.4.3.1. Venta Personal

Se empleará la promoción mediante venta directa, la persona encargada de coordinar citas con potenciales clientes es la Asistente de Servicio al Cliente y el Director General asistirá a las citas para presentar los servicios que se prestan.

6.3.4.3.2. Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.

Trading es el marketing para la cadena o punto de venta, en este caso no se contará con intermediarios, puesto que el canal de venta es directo. No se planea participar en ferias comerciales, ni exposiciones.

6.3.4.3.3. Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o a Bajo Precio, Cupones o Vales Descuento, Concursos, Premios, Muestras, Degustaciones, Regalos, Otras.

Como estrategias de clienting se implementará:

- Regalos: Dirigidos para los estudiantes, se propone obsequiar un cupcake en forma de carita con las principales características físicas de los niños para sorprenderlos.
- Informes quincenales: Se les enviará vía electrónica a los padres un informe de los avances académicos de sus hijos.
- Talleres para padres: Ciertos sábados se organizarán talleres de temas de interés para padres totalmente gratuitos como valor agregado del servicio.
- Descuentos por referidos: Se otorgará un 8% de descuento en un mes para los tutores que refieran el servicio y logren que otro niño más se inscriba.

6.3.4.4. Publicidad

6.3.4.4.1. Estrategia de Lanzamiento

Como estrategia de lanzamiento la Cámara de Comercio de Guayaquil ayudará con un mailing masivo a sus socios. Además para el día de la inauguración se realizará un evento en las instalaciones para presentar los servicios de la empresa con invitados seleccionados, se obsequiarán libros y revistas didácticas.

6.3.4.4.2. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad

Se define no contratar medios de comunicación masivos, como prensa escrita, publicación en revistas, radio o tv, puesto que representa una alta inversión sin lograr un impacto considerable en nuestro público objetivo.

6.3.4.4.3. Mindshare

Mindshare es el porcentaje total del conocimiento publicitario que posee un producto dentro de una categoría. Al iniciar las actividades operativas la empresa no posee mindshare en la percepción de los clientes, por lo cual se establece como meta lograr un 15% de mindshare en el segundo año de operaciones.

6.3.4.4.4. Publicidad Blanca

La publicidad blanca es aquella por la que la empresa no paga y se puede conseguir mediante buenas relaciones o contactos con los medios. Se estima que sean publicados boletines de prensa en el diario “Metro”.

6.3.4.4.5. Merchandising

El merchandising que se aplicará dentro de Educatesa hará lucir a las instalaciones de la mejor manera, se implementará señalización con los colores corporativos de las diferentes áreas del centro. La ambientación y la climatización irán de acuerdo a la imagen de Educatesa, será un lugar divertido y seguro para aprender.

6.3.4.4.6. Relaciones Públicas

Las relaciones públicas serán realizadas directamente por el director general, quién utilizará sus contactos para publicar boletines de prensa en diferentes diarios como: “Expreso”, “El Universo”, entre otros.

La afiliación en la Cámara de Comercio de Guayaquil servirá para relacionarse y hacerse conocer entre los socios, se buscará una publicación en su revista corporativa.

6.3.4.4.7. Marketing R

6.3.4.4.8. Relacional

Este marketing relacional busca fidelizar a los clientes y mantenerlos a largo plazo, por lo cual se planea realizar una integración al año junto con el equipo de Educatesa para crear una relación más estrecha. Adicionalmente con los informes periódicos que se envían se muestra el interés en cada uno de los estudiantes, inspirando confianza a los padres.

6.3.4.4.9. Insight Marketing

Este inciso no aplica, debido a que el negocio está en la fase de introducción, por lo tanto los clientes no pueden emitir pensamientos ocultos acerca de la empresa.

6.3.4.4.10. Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

6.3.4.4.10.1. Estrategias de E-Commerce , E-Business e E-Marketing

Se implementarán estrategias de e-marketing para promocionar el negocio como son: mass mailing y boletines electrónicos. Se ha determinado además usar Facebook, puesto es la red social más usada en el mundo y LinkedIn porque es la red social de los profesionales, el público objetivo de Educatesa. En ambas redes sociales se creará un perfil y se publicarán anuncios.

6.3.4.4.10.2. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Se presenta una tabla con actividades de promoción electrónica de los competidores:

Tabla 18: Promoción Electrónica de la Competencia

Competidor	Tipo	Página Web	E-Commerce	E-Marketing	Redes Sociales
Centro de Estudios Espíritu Santo	Unidad educativa	Si	No	Anuncios en Facebook, mailing	Facebook
Aprendiendo Solo	Centro de apoyo escolar	No	No	Blog, anuncios en OXL, Tuugo	Facebook
Lcda. Rocío Zambrano	Profesional independiente	No	No	Anuncios en OXL	No

Elaborado por: Autor

Fuente: Estudio de Mercado

6.3.4.4.10.3. Diseño e Implementación de la Página Web (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

El centro de Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas “Educatesa” tendrá una página web, cuyo dominio será www.educatesa.com.ec, la cual estará conformada por varias

secciones: Inicio, Nosotros, Servicios, Horarios, Inscripciones, Galería, Sugerencias y Contactos. La página web será diseñada y programada en idioma español.

6.3.4.4.11. Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales

6.3.4.4.11.1. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Esta tabla detalla la promoción de competidores en redes sociales:

Tabla 19: Redes Sociales de la Competencia

Organización	Facebook
Centro de Estudios Espiritu Santo	Seguidores: 3,729 Realizan publicaciones a diario, hay interacción con los seguidores, muestran los eventos, novedades e innovaciones que realizan, presentan consejos y tips, tratan de crear una relación con sus clientes.
Aprendiendo Solo	Seguidores: 469 Publica links con información importante de educación y valores, presentan sus programas y talleres. A pesar de que realizan publicaciones seguidas no logran interacción con los seguidores.

Elaborado por: Autor

Fuente: Facebook

6.3.4.4.11.2. Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

Las redes sociales que se utilizarán son Facebook y LinkedIn, en ambas se crearán un perfil y se realizarán publicaciones periódicas interactivas, que planean crear una relación con los usuarios. Se utilizarán para publicar descuentos, tips, sugerencias, talleres, artículos de valores y educación. Adicionalmente se pautará en ambas.

6.3.4.4.11.3. Marketing Social (en función de la Gestión de Responsabilidad Social Capítulo 4)

Como marketing social se propone becar a dos estudiantes por período para brindarles la oportunidad a familias de bajos recursos. Así mismo para navidad y el día del niño se apoyará a campañas como Sonrisas de la Fundación Leonidas Ortega Moreira.

6.3.4.5. Ámbito Internacional

6.3.4.5.1. Estrategia de Distribución Internacional

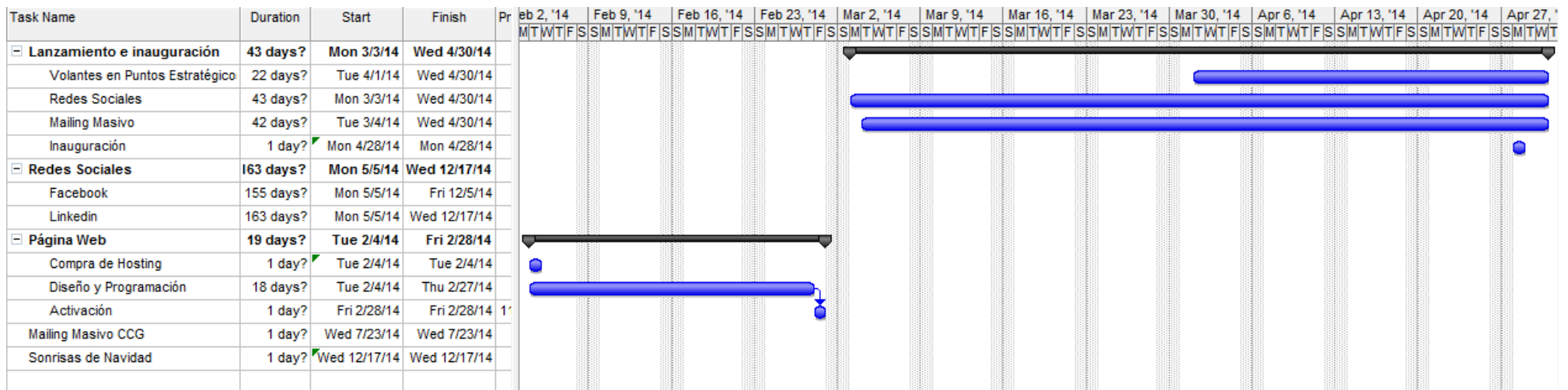
Este inciso no aplica, puesto que no se planea expandirse internacionalmente.

6.3.4.5.2. Estrategias de Precio Internacional

Por lo antes mencionado, este inciso no aplica.

6.3.5. Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña utilizar Projet)

Ilustración 23: Cronograma de Campaña de Marketing



Elaborado por: Autor

6.3.6. Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.

Tabla 20: Presupuesto de Marketing

GASTOS DE MARKETING	AÑO 1					
	MES	AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Página web - Mantenimiento	\$100.00	\$ 1,200.00	\$300.00	\$ 313.38	\$ 327.36	\$ 341.96
Gastos de Regalos	\$ 15.00	\$180.00	\$188.03	\$ 196.41	\$ 205.17	\$ 214.32
Gastos de Publicidad		\$552.00	\$576.62	\$ 602.34	\$ 629.20	\$ 657.26
Mailing y Redes Sociales	\$ 21.00					
3000 volantes	\$ 25.00					
TOTAL	\$161.00	\$ 1,932.00	\$ 1,064.65	\$1,112.13	\$1,161.73	\$1,213.54

Elaborado por: Autor

6.3.7. Análisis de Rentabilidad del Offering (Precio de venta al Público menos Margen de los Intermediarios; Precio Exempresa menos Descuentos, Impagados, Otros; Precio Neto menos Costes Directos e Indirectos de Producción, Proporción de Gastos Generales y Administrativos, Proporción de Investigación y Desarrollo, Proporción Gastos Financieros, Gastos de Marketing Mix; Contribución Unitaria del Beneficio.

Tabla 21: Análisis del Offering

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Tareas Dirigidas	\$ 60,000.00	\$ 69,402.48	\$ 80,278.40	\$92,858.67	\$107,410.37
Nivelación	\$ 22,080.00	\$ 25,540.11	\$ 29,542.45	\$ 34,171.99	\$ 39,527.02
Total Ingresos	\$ 82,080.00	\$ 94,942.59	\$109,820.86	\$127,030.66	\$146,937.38
Egresos					
G.Administrativos	\$ 62,019.08	\$ 69,719.56	\$ 84,998.71	\$ 98,420.12	\$106,106.64
Gtos de Marketing	\$ 1,932.00	\$ 1,064.65	\$ 1,112.13	\$ 1,161.73	\$ 1,213.54
Depreciación	\$ 2,436.72	\$ 2,436.72	\$ 2,787.07	\$ 1,470.96	\$ 1,470.96
Amortización	\$ 432.20	\$ 432.20	\$ 432.20	\$ 432.20	\$ 432.20
G. Operativos	\$ 66,820.00	\$ 73,653.13	\$ 89,330.11	\$101,485.02	\$109,223.34
U. Operativa	\$ 15,260.00	\$ 21,289.46	\$ 20,490.75	\$ 25,545.65	\$ 37,714.04

Elaborado por: Autor
BENAVIDES, Yamilet

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

7. PLAN OPERATIVO

7.1. Producción

7.1.1. Proceso Productivo

Al referirse a una empresa de servicios no maneja un proceso productivo, dada la situación a continuación se detallará el principal proceso operativo de Educatesa:

Primer Contacto con Padre de Familia o Tutor.- Es la oportunidad para la empresa de causar la mejor impresión, reflejando seriedad, compromiso y confiabilidad. Este paso se puede dar de dos formas:

- El padre de familia es contactado por el asistente de servicio al cliente vía telefónica o correo electrónico. En ambos casos se pretende describir brevemente la operación de la empresa y se tratará de agendar una reunión, de preferencia en instalaciones del centro.
- El padre de familia se entera del servicio y se interesa en el mismo, se contacta con la empresa vía telefónica, por correo electrónico o visitando el centro. Se les toma los datos y se le facilita una descripción del servicio, luego de esto se agendará una reunión.

Reunión con Padre de Familia o Tutor.- La reunión se llevará a cabo con el Director General, de preferencia se ejecutará en las instalaciones del centro para que lo puedan conocer. En la reunión se presentará el servicio de la empresa, el equipo, el procedimiento de trabajo, beneficios, precio y forma de pago.

Decisión del Padre de Familia o Tutor.- Es el momento de la decisión luego de la reunión, el padre de familia o tutor decide o no adquirir el servicio. Si decide que no, el asistente enviará un correo agradeciendo por la reunión y poniendo a disposición el servicio. Si decide que sí se realiza la pre-inscripción de su hijo, tomando sus datos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

Cancelación del Servicio.- Para validar la inscripción, el padre de familia deberá cancelar el total de su mensualidad, puede hacerlo en efectivo, cheque o tarjeta de crédito: Diners, Visa o American Express.

Asistencia a las sesiones para estudiantes.- Luego de esta formalidad, el estudiante inscrito podrá asistir a las sesiones de lunes a viernes de 15:00 – 18:00. Los estudiantes serán divididos en 5 aulas de 12 estudiantes cada una. Se los clasificará de acuerdo a sus características: año de estudio y edad.

Monitoreo y Evaluación.- Los estudiantes serán evaluados de acuerdo a sus logros académicos y mejoras en sus dificultades de aprendizaje. Se incluirán formatos de evaluación que servirán para determinar los indicadores necesarios.

Informe a Padres de Familia o Tutores.- Se le enviará a cada padre de familia vía electrónica un informe mensual detallado del desenvolvimiento académico de sus hijos.

7.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos

La infraestructura que se necesita, se detalla a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 22: Infraestructura y Equipos

Localidad de 250m2 – incluye en alianza estratégica	1
Bancas – 40 propias y 21 alianza estratégica	61
Pizarrones líquidos	5
Área de recreación – alianza estratégica	1
Computadoras portátiles	8
Proyector	5
Parlante	5
Escritorio	3
Teléfono	3
Sillas para escritorio	3
Sillas	8
Mesa para reunión	1
Impresora multifuncional	1
Split – alianza estratégica	3
Sofá	1
Dispensador de Agua	1

7.1.3. Mano de Obra

Las personas que formarán parte del equipo de Educatesa son:

Tabla 23: Infraestructura y Equipos

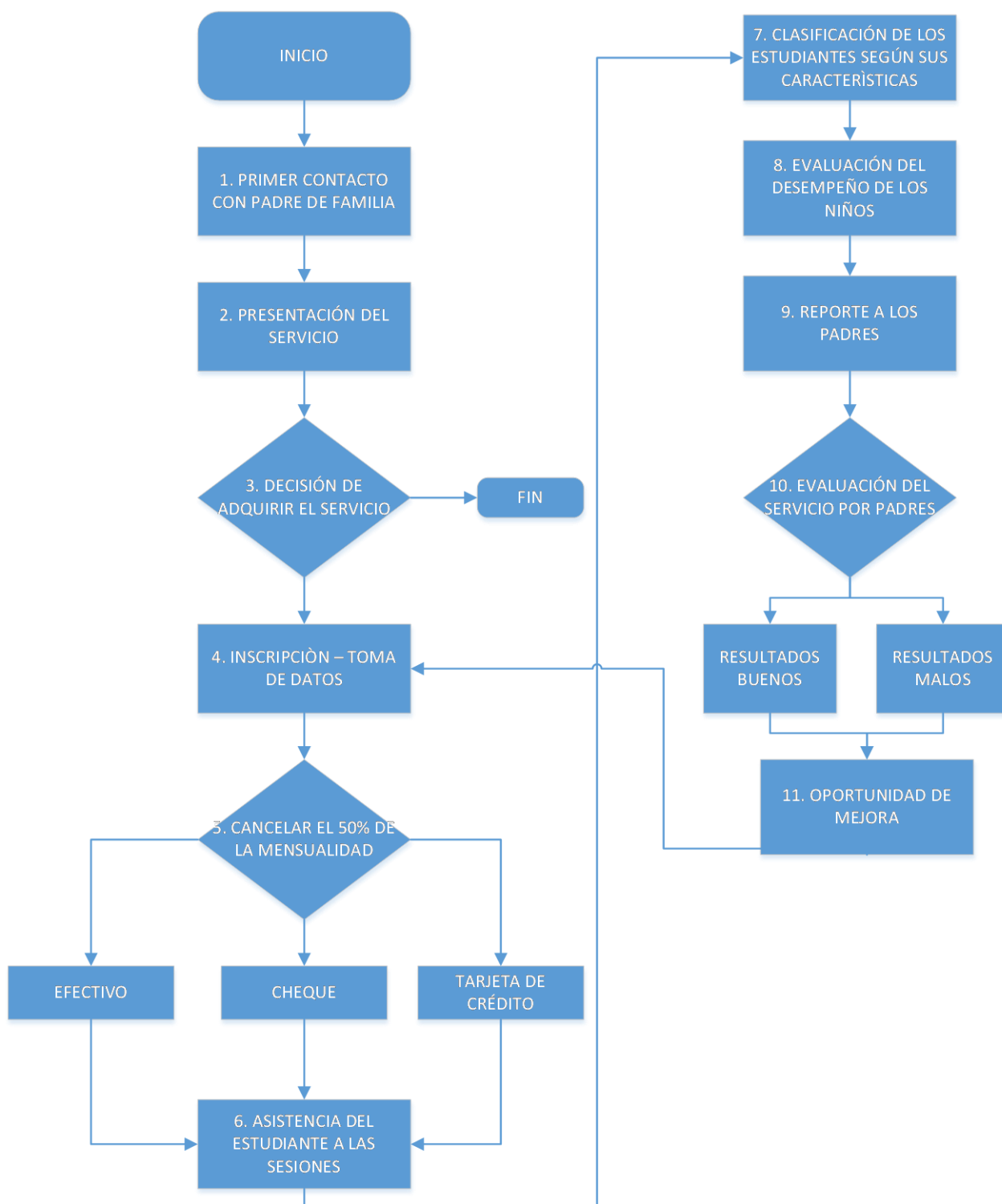
Director General y Marketing	1
Coordinador Financiero	1
Asistente de Servicio al Cliente	1
Coordinador de Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas	1
Docentes	4

Elaborado por: Autor

7.1.4. Capacidad Instalada

De acuerdo a la infraestructura instalada, se podrá recibir satisfactoriamente a 60 niños en lo que se refiere a tareas dirigidas, puesto que cada aula tiene la capacidad para 12 estudiantes, por lo consiguiente este también será el máximo para los cursos de nivelación escolar de cualquiera de las materias.

7.1.5. Flujogramas de Procesos



7.1.6. Presupuesto

La localidad, área de recreación, climatización y 21 bancas incluyen dentro de la alianza estratégica con Aserrín Aserrán, por lo cual se pagará por su uso \$800 mensuales.

Fuera de esto, se proyecta:

Tabla 24: Infraestructura

#	Descripción	P. Unitario	Costo Total
MUEBLES Y ENSERES			
40	Bancas	\$ 22.00	\$ 880.00
1	Mesa para reunión	\$ 200.00	\$ 200.00
1	Sofa	\$ 189.00	\$ 189.00
3	Escritorio	\$ 200.00	\$ 600.00
3	Sillas para escritorio	\$ 80.00	\$ 240.00
5	Pizarrones líquidos 200x100	\$ 100.00	\$ 500.00
8	Sillas	\$ 23.10	\$ 184.80
TOTAL			\$ 2,793.80
EQUIPOS DE OFICINA			
5	Proyector	\$ 400.00	\$ 2,000.00
5	Par de Parlantes	\$ 45.00	\$ 225.00
3	Teléfono	\$ 25.00	\$ 75.00
1	Dispensador de agua	\$ 75.00	\$ 75.00
1	Datafast	\$ 504.00	\$ 504.00
TOTAL			\$ 2,879.00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
8	Computadoras portátiles DELL 14"	\$ 700.00	\$ 5,600.00
1	Impresora Multifuncional	\$ 64.97	\$ 64.97
TOTAL			\$ 5,664.97
TOTAL INFRAESTRUCTURA			\$11,337.77

Elaborado por: Autor

7.2. Gestión de Calidad

7.2.1. Procesos de planeación de calidad

Las acciones que aseguran la calidad del servicio son:

- Se definirán normas de pedagogía a los docentes, su coordinador será encargado de evaluarlos y armar los planes de capacitación.
- Monitoreo constante, mediante encuestas de satisfacción que serán aplicadas a los padres cada 3 meses. Sus resultados ayudarán a mantener las acciones acertadas y a corregir las posibles falencias.
- Se utilizarán indicadores de gestión para conocer los resultados de la compañía, los mismos se ubican en el punto 3.2.4, en la tabla 7.

7.2.2. Beneficios de las acciones proactivas

Con la correcta implementación de los procesos de calidad se logrará una estrecha relación con los clientes, un ambiente laboral agradable, imagen de confiabilidad y mejor posicionamiento en el mercado, lo cual se llevará a cabo con acciones de mejora continua.

7.2.3. Políticas de calidad

Como políticas de calidad se establece:

- Brindar un servicio de apoyo escolar idóneo, que contribuya a la formación integral del estudiante.
- Fomentar en el estudiante la comprensión de conceptos que le permitan resolver sus desafíos académicos con mayor facilidad.
- Desarrollar en el estudiante principios de superación, respeto, honradez y convivencia familiar.

7.2.4. Benchmarking

Los profesionales independientes no poseen políticas de calidad, ellos se rigen a dar su servicio en casa. Por otro lado el Centro “Aprendiendo Solo” buscando calidad como innovaciones con nuevos programas. Finalmente el CEES ha logrado reconocimiento por su gestión de calidad, logrando calificación “A” como unidad educativa.

7.2.5. Proceso de aseguramiento de la calidad

Para asegurar la calidad del servicio se determina lo siguiente:

- Se colocará las políticas de calidad en un lugar visible del centro, compartiéndolas con el equipo, estudiantes y padres de familia.
- Programas de capacitación para docentes y personal administrativo.
- Realizar encuestas cada trimestre a padres de familia o tutores que tienen el servicio de tareas dirigidas. En el caso de nivelación, se realizará la encuesta al finalizar el curso.

7.2.6. Estándares de la calidad

Los estándares de calidad del centro están basados en estándares de gestión escolar desarrollados por el Ministerio de Educación:

Tabla 25: Estándares de Calidad

PROCESOS	ESTÁNDARES
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	
Organización	Desarrollar la metodología de evaluación de la empresa
	Desarrollar planes de mejora, según los resultados de la evaluación aplicada.
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	
Lineamientos Normativos	Desarrollar el calendario anual de actividades del centro
	Plan contra riesgos que busca la seguridad de los niños ante emergencias.
	Realizar manuales de funciones, operativos y académicos.
Talento Humano	Desarrollar planes de inducción para el personal cuando ingresa a la compañía

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

	Implementar un modelo de evaluación para docentes y personal administrativo.
	Plan de desarrollo profesional y personal para docentes y equipo administrativo.
Recursos Didácticos y Físicos	Supervisar el uso óptimo de los espacios y materiales didácticos del centro, seguimiento permanente de los registros de uso.
Sistema de Comunicación	Mantener un sistema permanente de comunicación efectiva y buscar canales que la agiliten.
PEDAGOGÍA	
Gestión del Aprendizaje	Establecer estrategias de evaluación y desenvolvimiento académico.
	Implementar acciones especiales para niños con discapacidad
CONVIVENCIA	
Convivencia	Establecer políticas de formación ética integral
Servicios Complementarios	Optimizar los servicios relacionados con el bienestar de los estudiantes como: transporte, hidratación y salud.

Elaborado por: Autor

Fuente: (M. de Educación, 2013)

7.2.7. Procesos de control de calidad

Los métodos que se utilizarán para controlar la calidad son:

- Auditorías Internas.- Para examinar los procesos de la empresa, documentación y registros de históricos en orden
- Reportes.- Cada coordinador de los departamentos reportará el desenvolvimiento del área e identificará oportunidades de mejora.
- Encuestas de satisfacción para clientes internos y externos.- Se aplicará un formato de encuesta para medir el servicio y el cumplimiento de los objetivos del centro.

7.2.8. Certificaciones y Licencias

Debido al elevado costo que implica obtener una certificación, se ha decidido no adquirir una de ellas durante el período de operación del trabajo de titulación (5 años). Pero se estima que aproximadamente en el año 8 se destine presupuesto para lograr la

certificación de gestión de calidad ISO 9000, mientras tanto se implementarán los procesos de calidad establecidos en puntos anteriores.

7.2.9. Presupuesto

El presupuesto para la gestión de calidad se concentra en capacitación para el personal, se destina \$200 anuales por docente y \$100 por persona con cargo administrativo.

7.3. Gestión Ambiental

7.3.1. Procesos de planeación ambiental

La planeación ambiental de Educatesa busca:

- Minimizar los efectos negativos de la actividad.- Como empresa se utilizará papel a diario, el mismo será reciclado para mitigar el daño al medio ambiente. De la misma forma se reciclarán botellas, puesto que se instalarán tachos de basura clasificados según su naturaleza.
- Maximizar los beneficios de la actividad.- Al contar con un grupo de niños en formación se aprovechará para transmitirles tips para el cuidado del ambiente dos veces por semana.
- Destinar recursos para el cuidado del ambiente.- Se realizarán campañas ambientales cada dos meses en donde se elaborarán carteleras ecológicas sobre temas ambientales.

7.3.2. Beneficios de las acciones proactivas

Como beneficios de implementar una política ambiental se tiene:

- Ser reconocida como empresa responsable con el medio ambiente.
- Consolidar base del compromiso ambiental en los estudiantes.
- Establecer su aporte ambiental como valor agregado.

7.3.3. Políticas de protección ambiental

Educatesa se compromete con el ambiente, por lo cual desarrolla las siguientes políticas de protección ambiental:

- Mejorar el comportamiento ambiental de los estudiantes y personal.
- Promover la concienciación de los miembros del centro con las diferentes campañas ambientales que se ejecutarán
- Reforzar la imagen del centro en materia ambiental hacia el público.
- Participar en iniciativas de cuidado ambiental donde pueda involucrarse el personal.
- Uso de focos ahorradores en las instalaciones del centro.

7.3.4. Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental

Para asegurar la correcta gestión ambiental se determina:

- Publicar en un lugar visible la política ambiental para el conocimiento de los colaboradores, estudiantes y padres de familia.
- Control del destino de los desechos con la clasificación de tachos.
- Monitorear el uso promedio de papel mensualmente.
- Evaluar cada seis meses a los estudiantes y colaboradores del centro, revisando su comportamiento ambiental.

7.3.5. Estándares de la calidad ambiental

Como estándares de la calidad ambiental se determinan:

- Medidas del ahorro de energía mensualmente.
- Medidas del uso de papel mensualmente.
- Campañas ambientales cada dos meses.
- Desarrollo de plan ambiental anual, participación del equipo en este tipo de actividades.

7.3.6. Procesos de control de calidad

Para controlar la calidad de la gestión ambiental se realizarán auditorías internas y se evaluará tanto al personal, como a los estudiantes cada seis meses para garantizar que las políticas ambientales impuestas se están cumpliendo.

7.3.7. Trazabilidad

Por tratarse de un servicio no se puede medir una trazabilidad del mismo, por lo tanto se aplicará en medir la trazabilidad de los desechos generados por el centro, buscando que el destino de los mismos sean los correctos. Papel y plástico serán reciclados, mientras que los desechos orgánicos serán entregados en las recolecciones de desperdicios de Puerto Limpio.

7.3.8. Logística Verde

Como actividad de logística se tiene el servicio de transporte, el mismo que utilizará solamente combustible ecológico, el cual no tiene nafta que es un compuesto químico que trae connotaciones ambientales.

7.3.9. Certificaciones y Licencias

En el período que abarca este trabajo de titulación se determina no obtener certificaciones ambientales por el gran costo que representan, pero por supuesto no se descarta la posibilidad que en un futuro se pueda adquirir un ISO 14000 que asegura la correcta gestión ambiental.

7.3.10. Presupuesto

No se incurrirán en gastos para las políticas ambientales establecidas, las mismas se manejarán con trabajo de equipo usando los recursos con los que se cuentan. Así mismo no se obtendrán certificaciones, por lo cual no hace falta elaborar un presupuesto.

7.4. Gestión de Responsabilidad Social

7.4.1. Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social

Los procesos de planeación de responsabilidad social se desarrollarán en las siguientes dimensiones:

- Comunidad.- Se planificarán acciones que busquen beneficio a la sociedad guayaquileña, involucradas principalmente en la educación integral de niños.
- Colaboradores.- Se buscará crear un ambiente laboral armónico, por medio de programas que mantienen a la fuerza laboral motivada.

7.4.2. Beneficios de las acciones proactivas

Las acciones implementadas permitirán reflejar una imagen de confiabilidad ante el público por ser socialmente responsable, preocupada por la comunidad y sus colaboradores. Esta gestión se consolidará como valor agregado de Educatesa.

7.4.3. Políticas de protección social

Como políticas de protección social se establece:

- Buscando un impacto positivo en la sociedad, se darán 4 talleres anuales para padres de temas de interés durante un sábado. La duración de los talleres será de 3 horas cada uno.
- Se becará dos niños por período en las sesiones de tareas dirigidas para familias de bajos recursos. Se realizará una convocatoria anual por medios digitales y volantes.
- Se desarrollará un plan de desarrollo personal y profesional para el equipo de Educatesa y buscando un ambiente armónico se realizará una integración por año.

7.4.4. Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa

Para asegurar el cumplimiento de las actividades de responsabilidad social se llevará el siguiente control:

- Histórico respaldo por la debida documentación de los niños beneficiados del programa de becas.
- Registro de asistencia de los padres que tomen los talleres organizados los sábados.
- Registros y evaluaciones del personal en referencia del plan de capacitaciones.

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

Como estándares de responsabilidad social se determinan:

- Planeación estratégica.- Anualmente se establecerá un plan de acción de actividades de responsabilidad social que favorezca a la sociedad y a quienes conforman la empresa.
- Desarrollo profesional y personal del equipo.- Se invertirá en planes de capacitación para los miembros de Educatesa.
- Gestión del proceso educativo.- Establecer un sistema que garantice la excelencia académica de los niños, colaborando además en su formación como seres humanos.

7.4.6. Procesos de controles sociales

Para controlar la gestión de responsabilidad social se establece:

- Auditorías internas.- Cada coordinador de departamento reportará la correcta ejecución de las actividades planteadas.
- Encuestas.- Se aplicará encuestas a padres y colaboradores en referencia a nuestras actividades sociales y su cumplimiento.

7.4.7. Certificaciones y Licencias

La empresa determina no obtener alguna certificación de responsabilidad social, puesto que el costo que representa es muy alto, por lo tanto no se justifica la inversión por el tamaño de la empresa.

7.4.8. Presupuesto

No se incurrirá en mayor gasto para los temas de responsabilidad social, puesto que los talleres para padres y becas estarán incluidos en los horarios laborales de los docentes. En lo que se refiere a presupuesto para planes de capacitación fueron incluidos en el 6.2.9.

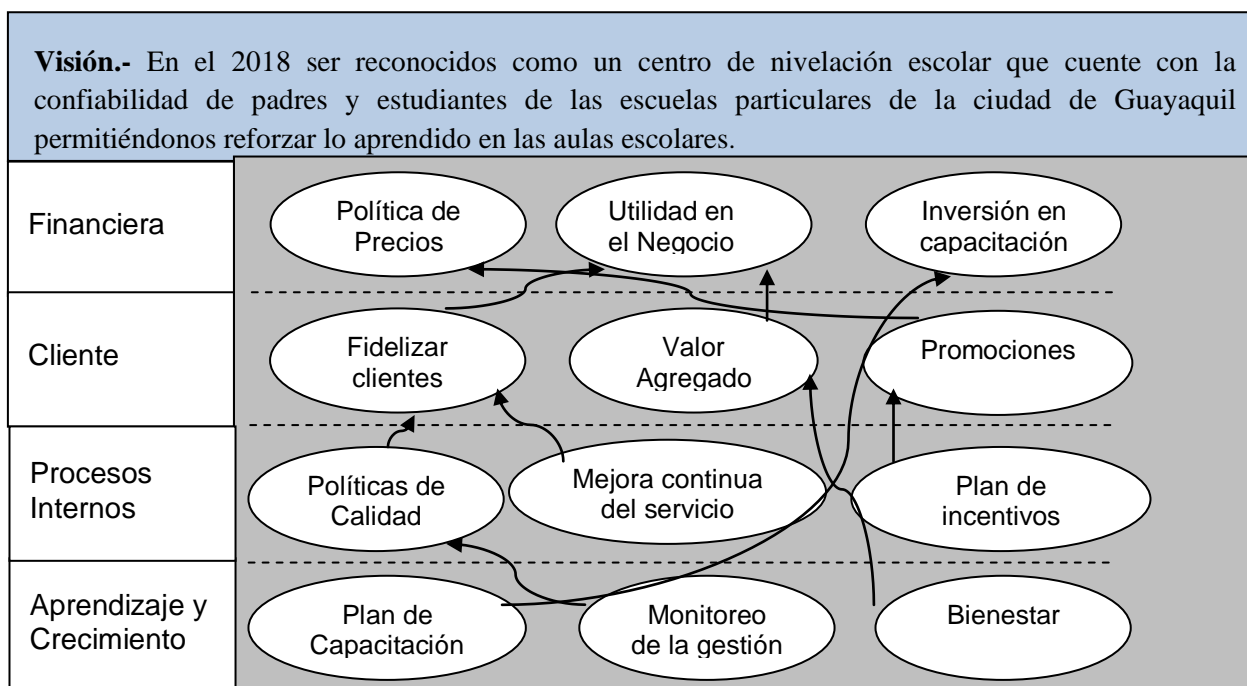
7.5. Balanced Scorecard & Mapa Estratégico

Tabla 26: Balanced Scorecard

Perspectivas	Objetivos	Indicadores	Metas	Iniciativas
Financiera	Mejorar la rentabilidad en el segundo año	Incremento en rentabilidad anual	10%	Precio y optimización de recursos
Cliente	Fidelización de clientes	Porcentaje de clientes fieles	90%	Buen servicio y atención
Procesos Internos	Garantizar un servicio de calidad	Registro de quejas por mes	3%	Excelencia académica
Aprendizaje y Crecimiento	Capacitar al personal	Porcentaje de colaboradores capacitados por año	100%	Plan de capacitaciones

Elaborado por: Autor

Ilustración 24: Mapa Estratégico



Elaborado por: Autor

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

Este punto no se desarrollará, puesto que todos los temas pertinentes al plan operativo fueron cubiertos en este capítulo.

CAPÍTULO 7

PLAN FINANCIERO

8. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

8.1. Inversión Inicial

Para iniciar la operatividad de Educatesa, la empresa necesita una inversión inicial a \$31,209.34, la misma que se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 27: Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL		
Descripción	Valor	%
INVERSIÓN CORRIENTE		
Capital de Trabajo	\$ 17,710.57	56.75%
TOTAL	\$ 17,710.57	56.75%
INVERSIÓN FIJA		
Muebles y Enseres	\$ 2,793.80	8.95%
Equipos de Oficina	\$ 2,879.00	9.22%
Equipos de Computación	\$ 5,664.97	18.15%
TOTAL	\$ 11,337.77	36.33%
INVERSIÓN DIFERIDA		
Seguros	\$ 200.00	0.64%
Gastos de Constitución	\$ 761.00	2.44%
Gastos Pre-Operativos	\$ 1,200.00	3.85%
TOTAL	\$ 2,161.00	6.92%
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$ 31,209.34	100.00%

Elaborado por: Autor

8.1.1. Tipo de Inversión

8.1.1.1. Fija

La empresa para realizar sus actividades operativas con normalidad necesita invertir \$11,337.77 en activos fijos, los mismos que comprenden: muebles y enseres, equipos de oficina y equipos de computación, los cuáles son depreciados anualmente. A continuación se detallan la inversión fija:

Tabla 28: Inversión Fija

INVERSIÓN FIJA			
#	Descripción	Precio Unitario	Costo Total
MUEBLES Y ENSERES			
40	Bancas	\$ 22.00	\$ 880.00
1	Mesa para reunión	\$ 200.00	\$ 200.00
1	Sofa	\$ 189.00	\$ 189.00
3	Escritorio	\$ 200.00	\$ 600.00
3	Sillas para escritorio	\$ 80.00	\$ 240.00
5	Pizarrones líquidos 200x100	\$ 100.00	\$ 500.00
8	Sillas	\$ 23.10	\$ 184.80
TOTAL			\$ 2,793.80
EQUIPOS DE OFICINA			
5	Proyector	\$ 400.00	\$ 2,000.00
5	Par de Parlantes	\$ 45.00	\$ 225.00
3	Teléfono	\$ 25.00	\$ 75.00
1	Dispensador de agua	\$ 75.00	\$ 75.00
1	Datafast	\$ 504.00	\$ 504.00
TOTAL			\$ 2,879.00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
8	Computadoras portátiles DELL 14"	\$ 700.00	\$ 5,600.00
1	Impresora Multifuncional	\$ 64.97	\$ 64.97
TOTAL			\$ 5,664.97
TOTAL INVERSIÓN FIJA			\$11,337.77

Elaborado por: Autor

8.1.1.2. Diferida

Dentro de la inversión diferida se detallan los desembolsos realizados para iniciar la operatividad de la compañía, los mismos que serán amortizados un 20% anual. La siguiente tabla desglosa cada los elementos que conforman la inversión diferida:

Tabla 29: Inversión Diferida

INVERSIÓN DIFERIDA			
#	Descripción	Costo Mensual	Costo Total
SEGUROS			
1	Prima Incendio	\$ 50.00	\$ 50.00
1	Prima Robo	\$ 150.00	\$ 150.00
TOTAL			\$ 200.00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
1	Gastos de Constitución - CCG	\$ 600.00	\$ 600.00
1	Registro de Logo	\$ 116.00	\$ 116.00
1	Permiso y Certificado Sanitario	\$ 30.00	\$ 30.00
1	PagoCuerpo de Bomberos	\$ 15.00	\$ 15.00
TOTAL			\$ 761.00
GASTOS PRE-OPERATIVOS			
1	Gastos de Lanzamiento	\$ 600.00	\$ 1,000.00
1	Gastos de Instalación	\$ 500.00	\$ 200.00
TOTAL			\$ 1,200.00
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA			\$ 2,161.00

Elaborado por: Autor

8.1.1.3. Corriente

La inversión corriente corresponde a un total de \$17,710.57, compuesto por tres meses de gastos administrativos, gastos de marketing y ventas y gastos financieros. Este rubro cubre las necesidades básicas de la empresa y sirve como soporte para iniciar las actividades operacionales. En la siguiente tabla se presenta el desglose:

Tabla 30: Inversión Corriente

INVERSIÓN CORRIENTE			
#	Descripción	Mensual	Costo Total
3	Gastos Administrativos	\$ 5,197.17	\$15,591.52
3	Gastos de Marketing y Ventas	\$ 161.00	\$ 483.00
3	Gastos Financieros	\$ 545.35	\$ 1,636.05
TOTAL DE INVERSIÓN CORRIENTE			\$17,710.57

Elaborado por: Autor

8.1.2. Financiamiento de la Inversión

8.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

La inversión total es de \$31,209.34, la cuál ha sido financiada el 20% por recursos de los accionistas y el 80% restante con préstamo al Banco del Fomento, tal y cuál como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 31: Financiamiento de la Inversión

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION		
Fuente	Valor	% Part.
Recursos Propios	\$ 6,241.87	20.00%
Préstamo al Banco del Fomento	\$ 24,967.47	80.00%
TOTAL INVERSION	\$ 31,209.34	100.00%

Elaborado por: Autor

De la misma forma se detalla el desglose del financiamiento interno:

Tabla 32: Financiamiento Interno

FINANCIAMIENTO INTERNO		
Socios	Aportación	% Part.
A	\$ 3,495.45	56%
B	\$ 1,560.47	25%
C	\$ 1,185.95	19%
TOTAL	\$ 6,241.87	100%

Elaborado por: Autor

8.1.2.2. Tabla de Amortización

Se realiza un préstamo de \$24,967.47 al Banco del Fomento, con tasa de interés del 11,20%, pagos mensuales de \$545.35. A continuación la tabla de amortización resumida:

Tabla 33: Tabla de Amortización Resumida

Período	Capital	Interés	Pago
1	\$ 3,946.31	\$ 2,597.86	\$ 6,544.16
2	\$ 4,411.70	\$ 2,132.46	\$ 6,544.16
3	\$ 4,931.98	\$ 1,612.18	\$ 6,544.16
4	\$ 5,513.62	\$ 1,030.54	\$ 6,544.16
5	\$ 4,931.98	\$ 380.31	\$ 6,544.16
TOTAL	\$ 23,735.60	\$ 7,753.35	\$ 32,720.82

Elaborado por: Autor

Para revisar la tabla de amortización completa, favor diríjase al **Anexo 6**

8.1.3. Cronograma de Inversiones

En la siguiente tabla se detallan los gastos pre-operacionales que se incurrirán tres meses antes para poner en marcha el negocio:

Tabla 34: Cronograma de Inversiones

CRONOGRAMA DE INVERSIONES				
Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Total
Gastos de Constitución - CCG	\$ 600.00			\$ 600.00
Registro de Logo	\$ 116.00			\$ 116.00
Permiso y Certificado Sanitario	\$ 30.00			\$ 30.00
PagoCuerpo de Bomberos	\$ 15.00			\$ 15.00
Compra de Muebles y Enseres		\$ 2,793.80		\$ 2,793.80
Compra de Equipo de Oficina		\$ 2,879.00		\$ 2,879.00
Compra de Computación		\$ 5,664.97		\$ 5,664.97
Seguros		\$ 200.00		\$ 200.00
Gastos de Lanzamiento			\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Gastos de Instalación			\$ 200.00	\$ 200.00
Depósito de Capital de Trabajo			\$ 17,710.57	\$17,710.57
TOTAL	\$ 761.00	\$11,537.77	\$ 18,910.57	\$31,209.34

Elaborado por: Autor

8.2. Análisis de Costos

8.2.1. Costos Fijos

Los costos fijos que incurrirá en el negocio durante los cinco años de operación son: gastos administrativos, gastos de ventas y gastos de marketing y ventas, tal y como se muestra en la próxima tabla:

Tabla 35: Costos Fijos

COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Administrativos	\$62,019.08	\$69,719.56	\$84,998.71	\$ 98,420.12	\$106,106.64
Gastos de Mkt y Ventas	\$1,932.00	\$1,064.65	\$ 1,112.13	\$ 1,161.73	\$ 1,213.54
TOTAL	\$63,951.08	\$70,784.21	\$86,110.84	\$ 99,581.85	\$107,320.18

Elaborado por: Autor

8.2.2. Costos Variables

Los costos variables, cambian proporcionalmente según el volumen de la actividad, concepto que permite declarar que el centro no posee costos variables, puesto que a los docentes no se les paga por hora, los mismos reciben un sueldo fijo mes a mes.

8.2.2.1. Costos de Producción

Este inciso no aplica, puesto que la empresa no cuenta con ningún proceso productivo al tratarse de una empresa de servicios.

8.3. Capital de Trabajo

8.3.1. Costos de Operación

No se desarrollará este punto, debido a que en las actividades de Educatesa no se involucra ningún proceso de producción o fabricación.

8.3.2. Costos Administrativos

En la siguiente tabla se detallan los costos administrativos de Educatesa:

Tabla 36: Costos Administrativos

G. Administrativos	AÑO 1		AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	MES	ANUAL				
Sueldos y Salarios	\$ 3,990.92	\$47,891.08	\$54,961.45	\$65,546.85	\$78,100.71	\$84,880.98
Servicios básicos	\$ 110.00	\$ 1,320.00	\$ 1,378.87	\$ 1,584.41	\$ 1,655.07	\$ 1,728.89
Gastos de Arriendos	\$ 800.00	\$ 9,600.00	\$10,028.16	\$14,235.98	\$14,870.90	\$15,534.14
G. Limpieza y Aseo	\$ 80.00	\$ 960.00	\$ 1,002.82	\$ 1,047.54	\$ 1,094.26	\$1,143.07
Mant. Informático	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 626.76	\$ 654.71	\$ 683.91	\$ 714.42
Suministros	\$ 100.00	\$1,200.00	\$1,253.52	\$ 1,440.37	\$ 1,504.61	\$1,571.72
Gastos de Afiliación	\$ 37.00	\$ 97.00	\$ 101.33	\$ 105.85	\$ 110.57	\$ 115.50
Gastos de Seguro	\$ 29.25	\$ 351.00	\$ 366.65	\$ 383.01	\$ 400.09	\$ 417.93
TOTAL GASTOS	\$ 5,197.17	\$62,019.08	\$69,719.56	\$84,998.71	\$98,420.12	\$ 106,106.64

Elaborado por: Autor

8.3.3. Costos de Ventas

Los costos de ventas y marketing corresponden a la campaña publicitaria realizada anualmente, tanto btl como digital, a continuación se presenta una tabla que contiene los costos mencionados:

Tabla 37: Costos de Marketing y Ventas

Marketing y Ventas	AÑO 1		AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	MES	ANUAL				
Página web	\$ 100.00	\$1,200.00	\$ 300.00	\$ 313.38	\$ 327.36	\$ 341.96
Gastos de Regalos	\$ 15.00	\$ 180.00	\$ 188.03	\$ 196.41	\$ 205.17	\$ 214.32
Gastos Publicidad		\$ 552.00	\$ 576.62	\$ 602.34	\$ 629.20	\$ 657.26
Mailing y R. Sociales	\$ 21.00					
3000 volantes	\$ 25.00					
TOTAL GASTOS	\$ 161.00	\$1,932.00	\$1,064.65	\$1,112.13	\$1,161.73	\$ 1,213.54

Elaborado por: Autor

8.3.4. Costos Financieros

Los costos financieros competen los intereses que se pagan mensualmente por el préstamo realizado en la inversión inicial, la siguiente tabla muestra los valores que se desembolsarán anualmente:

Tabla 38: Gastos Financieros

Gastos Financieros	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses Anuales	\$ 2,597.86	\$ 2,132.46	\$ 1,612.18	\$ 1,030.54	\$ 380.31

Elaborado por: Autor

8.4. Análisis de Variables Críticas

8.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes

Se determina un precio de \$100 por tareas dirigidas y \$40 por nivelación escolar, al no contar con costos de venta, se determina un margen y margen del 100%, tal y como es

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

mostrado a continuación:

Tabla 39: Margen y Mark Up

TAREAS DIRIGIDAS			
MARK UP	AÑO 1	MARGEN	AÑO 1
Precio	\$ 100.00	Mark Up	\$ 100.00
Costo de Venta	\$ -	Precio	\$ 100.00
Mark Up	\$ 100.00	Margen	100%
NIVELACIÓN ESCOLAR			
MARK UP	AÑO 1	MARGEN	AÑO 1
Precio	\$ 46.00	Mark Up	\$ 46.00
Costo de Venta	\$ -	Precio	\$ 46.00
Mark Up	\$ 46.00	Margen	100%

Elaborado por: Autor

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

Se pronostica un crecimiento de la cartera de clientes del 6,12% de acuerdo al crecimiento de la industria de la educación, adicionalmente se plantea una alza de precios del 9% anual, en recompensa al aumento de salario básico anual. La siguiente tabla muestra la proyección de ventas de Educatesa:

Tabla 40: Proyección de Ingresos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nº Inscripciones Tareas	600	637	676	717	761
Nº Inscripciones Nivelación	480	509	541	574	609
Ingresos por ventas					
Tareas Dirigidas	\$ 60,000.00	\$ 69,402.48	\$ 80,278.40	\$ 92,858.67	\$107,410.37
Nivelación Escolar	\$ 22,080.00	\$25,540.11	\$ 29,542.45	\$ 34,171.99	\$ 39,527.02
Total Ingresos	\$82,080.00	\$ 94,942.59	\$109,820.86	\$127,030.66	\$146,937.38

Elaborado por: Autor

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

Por ser una empresa de servicios, no aplica el desarrollo de este inciso.

8.4.4. Análisis de Punto de Equilibrio

Se determina que para cubrir el total de gastos del primer año tanto erogables como no erogables se debe lograr un total de 507 inscripciones anual en tareas dirigidas y 406 inscripciones anuales en nivelación escolar, lo mismo que da como resultado un ingreso de \$69,417.86, a partir de este punto, todo lo que ingrese es ganancia. La siguiente tabla presenta el punto de equilibrio por año de la empresa:

Tabla 41: Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO					
DÓLARES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Fijos Totales	\$69,417.86	\$ 75,785.59	\$ 90,942.29	\$102,515.56	\$109,603.65
Margen de Contribución	100%	100%	100%	100%	100%
\$ Punto de Equilibrio	\$69,417.86	\$ 75,785.59	\$ 90,942.29	\$102,515.56	\$109,603.65
% en Ventas					
Tareas Dirigidas	\$50,744.05	\$ 55,398.82	\$ 66,478.28	\$ 74,938.27	\$ 80,119.63
Nivelación Escolar	\$18,673.81	\$ 20,386.77	\$ 24,464.01	\$ 27,577.28	\$ 29,484.02
U. Punto de Equilibrio					
Inscripciones Tareas	507	508	560	579	568
Inscripciones Nivelación	406	407	448	463	454

Elaborado por: Autor

8.4.5. Análisis de Punto de Cierre

Tabla 42: Punto de Cierre

PUNTO DE CIERRE					
DÓLARES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Fijos Totales	\$69,417.86	\$ 75,785.59	\$ 90,942.29	\$102,515.56	\$109,603.65
Gastos No Erogables	\$ 2,868.92	\$ 2,868.92	\$ 3,219.27	\$ 1,903.16	\$ 1,903.16
Margen de Contribución	100%	100%	100%	100%	100%
Punto de Cierre	\$66,548.94	\$ 72,916.67	\$ 87,723.02	\$100,612.39	\$107,700.49
% en Ventas					
Tareas Dirigidas	\$48,646.88	\$ 53,301.66	\$ 64,125.01	\$ 73,547.07	\$ 78,728.43
Nivelación Escolar	\$17,902.05	\$ 19,615.01	\$ 23,598.01	\$ 27,065.32	\$ 28,972.06
U. Punto de Cierre					
Inscripciones Tareas	486	489	540	568	558
Inscripciones Nivelación	389	391	432	454	446

Elaborado por: Autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

Por otro lado se determina que para cubrir los gastos que representan una salida de dinero se debe tener ingresos de \$66,548.94, logrando en el primer año 486 inscripciones en tareas dirigidas y 389 en nivelación escolar; tal y como fue mostrado en la tabla anterior.

8.5. Entorno Fiscal de la Empresa

8.5.1. Planificación Tributaria

8.5.1.1. Generalidades (Disposiciones normativas)

Como empresa ecuatoriana, Educatesa se registrará a la Ley de Régimen Tributario Interno del Ecuador, la cual incluye todas las obligaciones tributarias que se deben de cumplir. El organismo que controla todas estas recaudaciones es el Servicio de Rentas internas, organización pública.

8.5.1.2. Minimización de la carga fiscal

Los estados financieros incluyen amortizaciones y depreciaciones, que si bien es cierto no representa una salida real de dinero, pero incluirlos permite disminuir la carga fiscal en la declaración de impuestos.

8.5.1.3. Impuesto a la Renta

El impuesto a la renta corresponde a un 22% de la utilidad obtenida después de haber descontado el 15% del pago de las utilidades de los trabajadores. Este pago se realiza de marzo a abril, según corresponda de acuerdo al noveno dígito del RUC. La siguiente tabla detalla la proyección de los pagos del impuesto a la renta.

Tabla 43: Impuesto a la Renta

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
U. antes de Imp.	\$ 12,662.14	\$ 16,283.45	\$ 16,046.78	\$ 20,837.84	\$31,733.67
Imp. a la Renta 22%	\$	\$ 3,582.36	\$ 3,530.29	\$ 4,584.32	\$6,981.41

Elaborado por: Autor

8.5.1.4. Impuesto al Valor Agregado

Según la ley ecuatoriana, el Impuesto al Valor Agregado (IVA) grava al valor de toda transacción comercial. Existen básicamente dos tarifas para este impuesto: tarifa 12% y 0%. El servicio que cobra Educatesa de tareas dirigidas y nivelación escolar grava el 12%, por no ser una entidad legalmente reconocida por el estado como establecimiento educativo. (Régimen Tributario, 2012)

8.5.1.5. Impuestos a los Consumos Especiales

Para este negocio no aplica el impuesto de consumos especiales, puesto que solo grava a bienes como: cigarrillos, vehículos, bebidas alcohólicas, entre otros.

8.5.1.6. Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales

Para legalizar el funcionamiento del centro en la ciudad, se debe cancelar: una patente municipal anual que comprende \$2 por el valor del certificado más un porcentaje por el avalúo del local. Adicionalmente se debe de contar con el permiso del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, su costo varía dependiendo del local.

8.5.1.7. Impuestos al Comercio Exterior

El desarrollo de este inciso no aplica, puesto que en la empresa no intervienen procesos de importación, ni exportación.

8.5.1.8. Impuestos a las Herencias Legados y Donaciones

Este inciso no aplica puesto que no existe una transferencia de bienes por herencia.

8.5.1.9. Impuestos a la Salida de Divisas

Este inciso no aplica debido a que los proveedores que manejarán serán locales, por tal motivo no se realizan pagos al extranjero.

8.5.1.10. Impuestos a los Vehículos Motorizados

La empresa no posee ningún vehículo motorizado, por tal motivo no se contempla el pago de este impuesto.

8.5.1.11. Impuestos a las Tierras Rurales

La empresa no posee tierras rurales, razón por la cual no se paga este impuesto.

8.6. Estados Financieros proyectados

8.6.1. Balance General Inicial

La siguiente tabla, muestra el balance inicial de la compañía:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

Tabla 44: Balance Inicial

ACTIVOS	Inicial
Activos Corrientes	
Caja/Bancos	\$ 17,710.57
Total Activos Corrientes	\$ 17,710.57
Activos Fijos	
Muebles y Enseres	\$ 2,793.80
Equipos de Oficina	\$ 2,879.00
Equipos de Computacion	\$ 5,664.97
Total Activos Fijos	\$ 11,337.77
Activos Diferidos	
Gastos Preoperacionales	\$ 2,161.00
Total Activos Diferidos	\$ 2,161.00
Total Activos	\$ 31,209.34
PASIVOS Y PATRIMONIO	
Pasivos	
Prestamo Bancario	\$ 24,967.47
Total de Pasivos	\$ 24,967.47
Patrimonio	
Capital	\$ 6,241.87
Total Patrimonio	\$ 6,241.87
Total Pasivo + Patrimonio	\$ 31,209.34

Elaborado por: Autor

8.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 45: Estado de Pérdidas y Ganancias

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total Ingresos	\$ 82,080.00	\$ 94,942.59	\$109,820.86	\$127,030.66	\$146,937.38
Egresos					
Gastos Administrativos	\$ 62,019.08	\$ 69,719.56	\$ 84,998.71	\$ 98,420.12	\$106,106.64
Gastos de Marketing	\$ 1,932.00	\$ 1,064.65	\$ 1,112.13	\$ 1,161.73	\$ 1,213.54
Depreciación	\$ 2,436.72	\$ 2,436.72	\$ 2,787.07	\$ 1,470.96	\$ 1,470.96
Amortización	\$ 432.20	\$ 432.20	\$ 432.20	\$ 432.20	\$ 432.20
Total G. Operativos	\$ 66,820.00	\$73,653.13	\$ 89,330.11	\$101,485.02	\$109,223.34
Utilidad Operativa	\$ 15,260.00	\$ 21,289.46	\$20,490.75	\$ 25,545.65	\$ 37,714.04
Gastos Financieros	\$ 2,597.86	\$ 2,132.46	\$ 1,612.18	\$ 1,030.54	\$ 380.31
Utilidad	\$ 12,662.14	\$ 19,157.00	\$ 18,878.57	\$ 24,515.11	\$ 37,333.73
Pago de utilidades 15%	\$	\$ 2,873.55	\$ 2,831.79	\$ 3,677.27	\$ 5,600.06
U. antes de impuestos	\$ 12,662.14	\$ 16,283.45	\$ 16,046.78	\$ 20,837.84	\$ 31,733.67
Impuesto a la Renta 22%	\$	\$ 3,582.36	\$ 3,530.29	\$ 4,584.32	\$ 6,981.41
Utilidad Neta	\$ 12,662.14	\$12,701.09	\$12,516.49	\$ 16,253.52	\$ 24,752.26

Elaborado por: Autor
BENAVIDES, Yamilet

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

En la tabla anterior se presentó el estado de pérdidas y ganancias proyectado a cinco años de actividad, el cual proyecta salud financiera al tener ganancia todos los años.

8.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado

EL flujo de caja muestra las salidas reales de entrada y salida de dinero, a continuación se presenta el flujo de caja proyectado por cinco años:

Tabla 46: Flujo de Efectivo Proyectado

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad / Perdida Neta	\$12,662.14	\$ 12,701.09	\$ 12,516.49	\$ 16,253.52	\$ 24,752.26
(-) Pago de Capital	\$3,946.31	\$ 4,411.70	\$ 4,931.98	\$ 5,513.62	\$ 6,163.86
(-) Compra de Muebles	\$	\$	\$ 473.00	\$ 494.10	\$
(-) Compra de Equipos	\$	\$	\$ 489.50	\$	\$
(-) Eq. Informáticos			\$ 770.00	\$ 804.34	
(+) Depreciación	\$2,436.72	\$ 2,436.72	\$ 2,787.07	\$ 1,470.96	\$ 1,470.96
(+) Amortización	\$ 432.20	\$ 432.20	\$ 432.20	\$432.20	\$432.20
(+) Recup. Activos					\$ 3,766.27
(+) Capital de Trabajo					\$ 17,710.57
Flujo Final	\$11,584.76	\$11,158.31	\$ 9,071.28	\$ 11,344.62	\$ 41,968.41

Elaborado por: Autor

8.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

8.6.2.1.1.1. TMAR

La TMAR se calculó determinando el costo de capital ponderado, considerando su peso en el financiamiento, teniendo como resultado un 11.19%. A partir de este porcentaje se puede determinar si la TIR será atractiva para el inversionista.

Tabla 47: TMAR

	TMAR	Ponderación	
TMAR Inversionista	11.17%	20%	2.23%
TMAR Banco	11.20%	80%	8.96%
		TMAR Global	11.19%

Elaborado por: Autor

8.6.2.1.1.2. VAN

El VAN es la suma de los flujos de efectivo anuales traídos al día de hoy, descontando la inversión inicial. La tasa que se utilizó para determinarlo es la TMAR. El proyecto tiene un VAN de \$26,944.17, lo que indica que es muy rentable.

Tabla 48: Cálculo del VAN

Descripción	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos Netos	\$(31,209.34)	\$11,584.76	\$11,158.31	\$ 9,071.28	\$ 11,344.62	\$41,968.41

TMAR	11.19%
VAN	\$ 26,944.17

Elaborado por: Autor

8.6.2.1.1.3. TIR

La tasa interna de retorno del proyecto es del 34.94%, al superar a la TMAR garantiza rentabilidad lo que lo hace recomendable y atractivo para los inversionistas. Una TIR alta brinda confiabilidad en caso de atravesar escenarios negativos.

8.6.2.1.1.4. PAYBACK

Según la tabla presentada, la inversión total es recuperada en el cuarto año de operaciones:

Tabla 49: Payback

TIEMPO DE RECUPERACION DESCONTADO			
Período	Flujos	V. Presente	Acumulado
0	\$ (31,209.34)		0
1	\$ 11,584.76	\$10,418.58	\$ 10,418.58
2	\$ 11,158.31	\$9,024.88	\$ 19,443.46
3	\$ 9,071.28	\$6,598.31	\$ 26,041.77
4	\$ 11,344.62	\$7,421.23	\$ 33,463.00
5	\$ 41,968.41	\$24,690.51	\$ 58,153.51

Elaborado por: Autor

8.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

8.7.1. Productividad

Para analizar la sensibilidad de este punto se determina un 30% de aumento y disminución en la tasa de crecimiento de ventas; tanto en el escenario optimista como pesimista, los resultados son favorables.

Tabla 50: Sensibilidad Productividad

Resumen de escenario		
	Optimista	Pesimista
Variación Ventas	30%	-30%
VAN	\$ 37,734.58	\$ 18,652.91
TIR	42.53%	29.44%

Elaborado por: Autor

8.7.2. Precio Mercado Local

Se procedió a realizar un análisis de la sensibilidad de precios, en caso de que se reduja el 25% o el 50% del aumento de precios que se realizará año a año. En los dos casos el escenario es favorable, pero menos rentable.

Tabla 51: Sensibilidad Precios

Resumen de escenario		
	Optimista	Pesimista
Variación Precios	-25%	-50%
VAN	\$ 16,879.60	\$ 16,879.60
TIR	28.01%	18.20%

Elaborado por: Autor

8.7.3. Precio Mercado Externo

No aplica debido a que no se comercializan productos o servicios en el exterior.

8.7.4. Costo de Materia Prima

Debido a la naturaleza del negocio no se posee inventarios de materia prima, por lo cual no se desarrollará este inciso.

8.7.5. Costo de Materiales Indirectos

Educatesa no cuenta con costos de materiales indirectos, lo que indica que no se desarrolla este inciso.

8.7.6. Costo de Suministros y Servicios

Para realizar el análisis de sensibilidad del costo de suministros, y otros servicios que la compañía adquiere se utiliza la tasa de inflación, revisando un aumento o disminución del 20%. En ambos casos se reflejan resultados favorables.

Tabla 52: Sensibilidad Inflación

Resumen de escenario		
	Optimista	Pesimista
Variación Inflación	-20%	20%
VAN	\$ 29,100.26	\$ 26,952.14
TIR	36.82%	35.82%

Elaborado por: Autor

8.7.7. Costo de Mano de Obra Directa

No se cuenta con costos de mano de obra directa, por esto no se desarrolla este punto.

8.7.8. Costo de Mano de Obra Indirecta

No se desarrolla este inciso, puesto no se incurren costos de mano de obra indirecta.

8.7.9. Gastos Administrativos

Como punto clave en los gastos administrativos son los sueldos y salarios, por lo cual es la variable que se va a tomar en consideración para este análisis. Se va a tomar en cuenta un aumento y disminución del 20% en la tasa de crecimiento de sueldos.

Tabla 53: Sensibilidad: Gastos Administrativos

Resumen de escenario		
	Optimista	Pesimista
Variación Gastos Adm.	-20%	20%
VAN	\$ 30,772.50	\$ 22,972.96
TIR	37.44%	32.19%

Elaborado por: Autor

8.7.10. Gastos de Ventas

Los gastos de ventas no representan un flujo importante dentro de la compañía, por lo tanto no causan mayor variación al aplicar un análisis de sensibilidad aumentando un 15% y 30% de los gastos de marketing y ventas.

Tabla 54: Sensibilidad: Gastos de Ventas

Resumen de escenario		
	Optimista	Pesimista
Variación Gastos Ventas	15%	30%
VAN	\$ 26,589.52	\$ 26,234.87
TIR	34.60%	34.26%

Elaborado por: Autor

8.7.11. Inversión en Activos Fijos

El siguiente cuadro demuestra la sensibilidad en caso de decidir invertir más y menos en activos fijos, se determina realizar el análisis con un 10%. En ambos casos los resultados son favorables.

Tabla 55: Sensibilidad: Activos Fijos

Resumen de escenario		
	Optimista	Pesimista
Variación Inversión	-10%	10%
VAN	\$ 28,905.89	\$ 24,982.46
TIR	37.39%	32.62%

Elaborado por: Autor

8.7.12. Tasa de interés promedio (puntos porcentuales)

En caso de que exista una variación en la tasa de interés antes de realizar el préstamo se presenta el siguiente cuadro de sensibilidad considerando un aumento o disminución de la tasa un 5%.

Tabla 56: Sensibilidad: Tasa de Interés

Resumen de escenario		
	Optimista	Pesimista
Variación Interés	-5%	5%
VAN	\$ 28,003.70	\$ 25,905.27
TIR	35.15%	34.72%

Elaborado por: Autor

8.8. Balance General

A continuación se muestra el balance general proyectado durante cinco años, los resultados son favorables, mejorando periódicamente:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

Tabla 57: Balance General Proyectado

ACTIVOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes					
Caja/Bancos	\$29,295.33	\$ 40,453.64	\$49,524.91	\$ 60,869.53	\$ 102,837.94
Total A. Corrientes	\$29,295.33	\$40,453.64	\$49,524.91	\$ 60,869.53	\$ 102,837.94
Activos Fijos					
Muebles y Enseres	\$ 2,793.80	\$ 2,793.80	\$ 3,266.80	\$ 3,760.90	\$ 3,760.90
Equipos de Oficina	\$ 2,879.00	\$ 2,879.00	\$ 3,368.50	\$ 3,368.50	\$ 3,368.50
Eq. de Computacion	\$ 5,664.97	\$ 5,664.97	\$ 6,434.97	\$ 7,239.31	\$ 7,239.31
(-) Dep Acumulada	\$(2,436.72)	\$(4,873.44)	\$(7,660.51)	\$ (9,131.47)	\$ (10,602.44)
Total Activos Fijos	\$ 8,901.05	\$ 6,464.33	\$ 5,409.76	\$ 5,237.23	\$ 3,766.27
Activos Diferidos					
G. Preoperacionales	\$ 2,161.00	\$ 2,161.00	\$ 2,161.00	\$ 2,161.00	\$ 2,161.00
(-) Amort. Acumulada	\$ (432.20)	\$ (864.40)	\$(1,296.60)	\$ (1,728.80)	\$ (2,161.00)
Total A. Diferidos	\$ 1,728.80	\$ 1,296.60	\$ 864.40	\$ 432.20	\$
Total Activos	\$39,925.18	\$ 48,214.57	\$55,799.07	\$ 66,538.97	\$ 106,604.22
PASIVOS Y PATRIMONIO					
Pasivos					
Prestamo Bancario	\$21,021.16	\$ 16,609.46	\$11,677.48	\$ 6,163.86	\$ 0.00
Total de Pasivos	\$21,021.16	\$ 16,609.46	\$11,677.48	\$ 6,163.86	\$ 0.00
Patrimonio					
Capital	\$ 6,241.87	\$ 6,241.87	\$ 6,241.87	\$ 6,241.87	\$ 6,241.87
Utilidad del Ejercicio	\$12,662.14	\$ 12,701.09	\$12,516.49	\$ 16,253.52	\$ 24,752.26
Utilidades Retenidas	\$	\$12,662.14	\$25,363.24	\$ 37,879.73	\$ 54,133.24
(+) Recup. de Activos					\$ 21,476.84
Total Patrimonio	\$18,904.01	\$ 31,605.10	\$44,121.59	\$ 60,375.11	\$ 106,604.22
Total Pasivo+ Capital	\$39,925.18	\$48,214.57	\$55,799.07	\$ 66,538.97	\$ 106,604.22

Elaborado por: Autor

8.8.1. Razones Financieras

8.8.1.1. Liquidez

No se podrá calcular la prueba ácida, puesto que no se cuenta con pasivos corrientes, ya que los pagos a proveedores se los manejará en efectivo, un solo pago.

8.8.1.2. Gestión

Los índices de gestión presentados permiten identificar que tan eficiente está siendo la gestión de los activos y capital de trabajo. Según la tabla, se muestra que la rotación del activo total promedio del proyecto es de 1.33, indicando que es el número de veces en el año que las ventas cubren las inversiones. Por otro lado la rotación del capital de trabajo indica que el número promedio que se cubre el capital de trabajo anualmente es de 6.33 veces.

Tabla 58: Razones de Gestión

Gestión	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Promedio
Rotación del Activo Total	1.32	1.36	1.29	1.29	1.38	1.33
Rotación de Capital de Trabajo	4.63	5.36	6.20	7.17	8.30	6.33

Elaborado por: Autor

8.8.1.3. Endeudamiento

Analizando el endeudamiento de la compañía se determina que al inicio de las actividades operativas se debía el 53% de los activos, es por eso que al final del período al término del préstamo se debe el 0% de los activos. La autonomía mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada con dinero de los propietarios, al inicio de las operaciones este porcentaje se refiere a un 48%.

Tabla 59: Razones de Endeudamiento

Apalancamiento	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Promedio
Endeudamiento	0.53	0.34	0.21	0.09	0.00	0.23
Apalancamiento Interno	0.90	1.90	3.78	9.80		4.09
Apalancamiento Externo	1.11	0.53	0.26	0.10	0.00	0.40
Autonomía	0.48	0.66	0.79	0.91	1.00	0.77

Elaborado por: Autor

8.8.1.4. Rentabilidad

Analizando la rentabilidad, se determina que el promedio del margen de utilidad neta es del 13.60%, el mismo que es bajo debido a los altos costos de administración con los que se cuentan. Adicionalmente se afirma que el ROA es el 25.63%, la cual se refiere a la rentabilidad sobre los activos; esto quiere decir que por cada \$1 de activo, la empresa está ganando \$2.56, así mismo el ROE es del 37.14%, la cuál es la rentabilidad sobre el patrimonio.

Tabla 60: Razones de Rentabilidad

Rentabilidad	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Promedio
Margen de Utilidad Operativa	18.59%	22.42%	18.66%	20.11%	25.67%	21.09%
Margen de UAI		17.15%	14.61%	16.40%	21.60%	17.44%
Margen de Utiidad Neta		13.38%	11.40%	12.79%	16.85%	13.60%
ROA	31.71%	26.34%	22.43%	24.43%	23.22%	25.63%
ROE	66.98%	40.19%	28.37%	26.92%	23.22%	37.14%
Rendimiento sobre Capital de T.	71.49%	71.71%	70.67%	91.77%	139.76%	89.08%

Elaborado por: Autor

8.9. Conclusión Financiera

Para concluir se indica que la propuesta de un Centro de Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas en la ciudad de Guayaquil, resulta viable mostrando una TIR del 34.94%, y aún en el escenario más pesimista sigue siendo más alta que la TMAR. La inversión es recuperada en su totalidad en el cuarto año de operaciones.

Educatesa para cubrir el total de sus costos fijos erogables debe cumplir la meta de venta de 486 inscripciones anuales de tareas dirigidas y 389 de nivelación escolar, luego de esto todo será ganancia para la compañía. De acuerdo a la investigación de mercado es alcanzable y el mercado se muestra optimista.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

9. PLAN DE CONTINGENCIA

9.1. Plan de administración del riesgo

9.1.1. Principales riesgos

Según la investigación realizada, se identifican como riesgos:

- Competencia.- Se destaca como principal riesgo la preferencia que tienen los padres de familia en que quiénes provean el servicio de tareas dirigidas sean las unidades educativas donde estudian sus hijos o sus mismos maestros.
- Regulaciones gubernamentales.- Representan riesgo en el caso de que se establezcan leyes que perjudiquen la operatividad de la empresa, por ejemplo que se defina que solamente las unidades educativas puedan proveer el servicio de tareas dirigidas.
- Competencia interna.- Se refiere a que los colaboradores piensen de manera individual, que busquen independizarse y llevarse un porcentaje considerado de los clientes de Educatesa.
- Disolución de alianza estratégica.- En el caso de existir un conflicto entre los propietarios y se decida disolver la alianza, Educatesa deberá buscar un nuevo domicilio para la operatividad de sus actividades, que muy posiblemente incrementen sus costos y perjudiquen su rentabilidad.
- Accidentes.- Se refiere a cualquier accidente que ocurra dentro de la organización como: incendios, accidentes de colaboradores o estudiantes.

Cada riesgo mencionado, en caso de que no sea enfrentado como corresponde, podría representar el no cumplimiento de los objetivos de venta, obstruyendo el éxito que se busca.

9.1.2. Reuniones para mitigar los riesgos

El director general establece que cada bimestre se realicen reuniones para mitigar el riesgo con los representantes de cada área en donde se evaluarán el cumplimiento de los objetivos y se establecerán planes de acciones para enfrentar los desafíos presentados. Se designará una persona para que lleve la minuta de la reunión y haga seguimientos de los compromisos adquiridos en la misma.

9.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists)

Durante las reuniones se utilizará la técnica de brainstorming en donde cada uno de los participantes compartirán sus ideas para mitigar los riesgos, luego de esto se establecerá un check list de acuerdo a los compromisos adquiridos para poder medir su cumplimiento en la reunión posterior.

9.2. Planeación de la respuesta al riesgo

9.2.1. Monitoreo y control del riesgo

Para mantener controlado los riesgos detallados en el punto 8.1.1 e identificar nuevos riesgos que se puedan presentar, se crea la siguiente tabla de indicadores:

Tabla 61: Indicadores de Riesgo

Riesgo	Indicadores	Instrumento de Supervisión	Período	Responsable
Competencia	Rotación de Estudiantes. Motivos de salida de estudiantes	Registro de inscripciones y salidas de estudiantes.	Mensual	Asistente de Servicio al Cliente
	Fidelidad de Clientes	Encuesta de Satisfacción	Semestral	Coordinador de Nivelación y Tareas
	# Competidores y participación en el mercado	Registros en la Superintendencia de Compañías	Trimestral	Director General
Débil compromiso del equipo	Rotación de personal	Ingreso y Salida de Colaboradores	Trimestral	Asistente de Servicio al Cliente
Accidentes	# de Accidentes laborales y de estudiantes	Registro de accidentes	Mensual	Asistente de Servicio al Cliente
Disolución de Alianza Estratégica	# de Incidentes de la relación	Registro de incidentes	Mensual	Director General
Regulaciones Gubernamentales	Leyes creadas	Noticias en prensa, Registro Oficial de la Asamblea	Mensual	Director General

Elaborado por: Autor

9.2.2. Revisiones periódicas y evaluación del riesgo

Según la tabla N° 61 se establecen los responsables y períodos en que son revisados cada indicador para evaluar si los planes correctivos están funcionando. El director general tomará decisiones junto con los coordinadores de las áreas de acuerdo a los resultados.

9.2.3. Reporte del riesgo

En caso de que se identifique un riesgo antes de las reuniones bimestrales realizadas, es obligación de cada colaborador notificarlo a la dirección general de manera inmediata

para que puedan tomar acciones correctivas lo antes posible. Para que el colaborador pueda realizar la notificación deberá usar el siguiente formato:

Tabla 62: Reporte de Riesgos

REPORTE DE RIESGOS			
Nombre:			
Cargo:			
Departamento:		Fecha:	
Descripción del Riesgo:			
Cómo se detectó?			
Consecuencias			
Primeras Medidas Tomadas			
		Firma:	

Elaborado por: Autor

9.2.4. Estrategias de Salida

Si fuere el caso en que la empresa por diferentes motivos no llegase a cumplir los objetivos esperados que se detallan en el trabajo de titulación se consideran como estrategias de salida las siguientes acciones:

- Venta total o parcial de la compañía.
- Liquidación de la empresa.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

Del resultado de estas acciones se obtendrá dinero que será invertido en compra de bonos o acciones de una empresa de interés.

9.3. Plan de Contingencia y Acciones Correctivas

En respuesta a los posibles riesgos se desarrolla como plan de contingencia lo siguiente:

Tabla 63: Plan de Contingencia

Riesgo	Plan de Contingencia
Competencia	Crear planes de referidos y fidelización de clientes, logrando confiabilidad por la calidad de servicio que se ofrece.
Débil Compromiso del Equipo	Entrevistas mensuales con el equipo para obtener un feedback de su trabajo y de su conformidad en el desempeño de sus labores. Además se propone integraciones periódicas.
Accidentes	Se elaborará un plan contra riesgos, el cual estará visible dentro de las instalaciones de la compañía.
Disolución de Alianza Estratégica	Mantener una buena relación con el socio, informando o consultando cualquier acción en el que esté implicado, siempre buscando beneficio mutuo.
Regulaciones Gubernamentales	Estar atentos a todos los cambios establecidos por el gobierno para adaptarse rápido a los mismos.

Elaborado por: Autor

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

10. CONCLUSIONES

A partir de la investigación realizada se determina que la propuesta para la creación de un Centro de Nivelación Escolar y Tareas Dirigidas para estudiantes de educación básica en la parroquia Tarqui de Guayaquil es totalmente viable, mostrando en su evaluación financiera una TIR de 34.94%.

Este estudio fue basado en una sólida investigación de mercado donde se refleja un 55% de aceptación de la población encuestada, adicionalmente se determinó un público objetivo de 54,468 niños de 5 a 9 años que estudian en instituciones privadas y residen en Tarqui en la ciudad de Guayaquil. Según la investigación se puede deducir que el 25% de esta población usa el servicio de tareas dirigidas.

Al iniciar con el trabajo de titulación no se había contemplado incluir la materia de inglés en el servicio de nivelación escolar, pero luego de la investigación de mercado realizada se demostró que inglés era una de las materias en que los estudiantes tienen mayor dificultad de aprendizaje, y dada esta situación se incorpora en los servicios de Educatesa esta materia.

Además de la factibilidad financiera y la aceptación de mercado, el negocio causa un impacto positivo a la sociedad debido a que proporciona una actividad de calidad a los menores mientras sus padres se encuentran laborando para traer ingresos a su hogar. Según la investigación realizada la mentalidad del guayaquileño ha cambiado, dando mayor enfoque al tema de educación buscando un mejor porvenir.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

11. RECOMENDACIONES

Posterior al desarrollo del trabajo de titulación, se detallan las siguientes recomendaciones:

- Ejecutar el proyecto, consolidando la oportunidad de la alianza estratégica con el Centro de Desarrollo Infantil Aserrín Aserrán, de esta manera se aprovechará el mercado potencial que existe en la ciudad de Guayaquil.
- Asegurarse del cumplimiento de los procesos de gestión de calidad establecidos en el capítulo 6 para garantizar un excelente servicio, el cuál será el mejor plan de fidelización.
- Cuidar a los clientes internos, su motivación causa impactos positivos que se reflejan en la rentabilidad del negocio.

CAPÍTULO 11

FUENTES

12. FUENTES

- AIU. (2012). *Atlantic International University*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2013, de <http://cursos.aiu.edu/Distribucion%20y%20Logistica/PDF/Tema%201d.pdf>
- BAV Y&R. (2010). *Conac*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2013, de http://conac.org.mx/CASA_CONAC/Jueves/DIA_2_4Valuacion_de_Marcas_Julietta_Lechuga.pdf
- BCE. (2012). *BCE*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2013, de <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro032012.pdf>
- Bernal, B. (2011). *Gerencie*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2013, de <http://www.gerencie.com/posicionamiento-en-el-mercado.html>
- Castalleda, C. (2012). Servicio de Tareas Dirigidas. (Y. Benavides, Entrevistador)
- Educando. (12 de Enero de 2006). *Educando*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2012, de <http://www.educando.edu.do/index.php?cID=108478>
- Estrategia Magazine. (1 de Noviembre de 2007). *Gestiopolis*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2013, de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/estrategia/el-ciclo-de-vida-de-los-productos.htm>
- Farías, J. (22 de Julio de 2013). *El Comercio*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2013, de http://www.elcomercio.ec/pais/Clase-media-economia-Guayaquil-Ecuador-Zara-Wendys_0_960503955.html
- Fire, A. (2007). Recuperado el 15 de Septiembre de 2013, de http://www.angelfire.com/ab8/elproducto/elproductoweb_files/page0002.htm
- Fundetec. (2009). *Fundetec*. Obtenido de <http://www.fundetec.es/wp-content/uploads/2012/02/MANTENIMIENTO-INFORMATICO-2.doc>
- Grupo Santillana. (2012). *Kalipedia*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2012, de http://ec.kalipedia.com/geografia-ecuador/tema/geografia-poblacion/genero-ocupacion.html?x=20080801klpgeogec_6.Kes&ap=2
- INEC. (2012). *INEC*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2013, de http://www.inec.gob.ec/Enighur_/EnighurPresentacionRP.pdf?TB_iframe=true&height=600&width=1000
- INEC. (Junio de 2012). *INEC*. Recuperado el 2012 de Noviembre de 2012, de <http://inec.gob.ec/variosdos/UsosTiempo.pdf>
- Lacayo, E. (26 de Marzo de 2009). *El nuevo diario*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2009, de <http://impreso.elnuevodiario.com.ni/2009/03/26/opinion/98346>

- Lara, O. (2005). *Gestiopolis*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2013, de <http://www.gestiopolis.com/recursos5/docs/fin/anfinanci.htm>
- M. de Educación. (2013). Recuperado el 21 de Septiembre de 2013, de http://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/03/estandares_2012.pdf
- Ministerio de Educación. (2013). *Unesco*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2013, de http://planipolis.iiep.unesco.org/upload/Ecuador/Ecuador_Hacia_Plan_Decenal.pdf
- MINTEL. (2012). *MINTEL*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2013, de <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/ecuador-digital-sinergia-entre-educacion-y-tecnologia/>
- Piñeiro, G. (2008). *El Blog de Germán*. Recuperado el 06 de Septiembre de 2013, de <http://www.elblogdegerman.com/2009/05/06/la-matriz-bcg-matriz-de-crecimientoparticipacion-analisis-estrategico-marketing/>
- Porter, M. (1982). *Eumed*. Recuperado el 8 de Septiembre de 2013, de <http://www.eumed.net/coursecon/libreria/2004/alv/2c.htm>
- Régimen Tributario. (5 de Marzo de 2012). *I Contable*. Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de <http://icontable.com/node/711>
- SuperCías. (2013). Recuperado el Noviembre de 16 de 2013, de <http://181.198.3.71/portal/cgi-bin/cognos.cgi>
- Supercias. (2013). *Superintendencia de Compañías*. Recuperado el 5 de Septiembre de 2013, de <http://181.198.3.71/portal/cgi-bin/cognos.cgi>
- Vidal, G. (11 de Mayo de 2012). *Andes*. Recuperado el 4 de Septiembre de 2013, de <http://www.andes.info.ec/es/sociedad/8371.html>
- Bautista, J. (29 de Octubre de 2012). Blog de José Manuel Bautista. Recuperado el Noviembre de 2012, de <http://josemanuelbautista.net/2012/10/>
- Bergman, G. (2012). UCC. Recuperado el 2012, de <http://www.ucc.edu.ni/articulos/587-la-excelencia-acadica-un-objetivo-com.html>
- Calderón, N. (2012). Natalia Calderón. Recuperado el 2012, de <http://www.nataliacalderon.com/trastornosdelaprendizaje-c-53.xhtml>
- Código Civil. (2013). Ecuador Legal On Line. Recuperado el 4 de Marzo de 2013, de <http://www.ecuadorlegalonline.com/biblioteca/codigo-civil/>
- Código de la Niñez y Adolescencia. (2013). UTPL. Recuperado el 4 de Marzo de 2013, de http://www.utpl.edu.ec/consultoriojuridico/index.php?option=com_content&view=article&id=54&Itemid=17

- Código de Trabajo. (2013). Ecuador Legal On Line. Recuperado el 4 de Marzo de 2013, de <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/codigo-de-trabajo/>
- Girardo, C. (2010). Redetis. Recuperado el 2012, de <http://www.redetis.org.ar/media/document/estrategiaseducativas.pdf>
- Grass, G. (30 de Marzo de 2006). Educando. Recuperado el 20 de Junio de 2013, de <http://www.educando.edu.do/index.php?CID=107654>
- Grupo Santillana. (2012). Kalipedia. Recuperado el 25 de Noviembre de 2012, de http://ec.kalipedia.com/geografia-ecuador/tema/geografia-poblacion/genero-ocupacion.html?x=20080801klpgeogec_6.Kes&ap=2
- Guerrera, A. (2012). Escuela Med. Recuperado el 2012, de <http://escuela.med.puc.cl/paginas/publicaciones/manualped/desspsicesc.html>
- INEC. (2010). INEC. Recuperado el 4 de Marzo de 2013, de <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>
- INEC. (Junio de 2012). INEC. Recuperado el 2012 de Noviembre de 2012, de <http://inec.gob.ec/variosdos/UsdTiempo.pdf>
- Lacayo, E. (26 de Marzo de 2009). El nuevo diario. Recuperado el 25 de Noviembre de 2009, de <http://impreso.elnuevodiario.com.ni/2009/03/26/opinion/98346>
- León, W. (9 de Septiembre de 2010). Espol. Recuperado el 2012, de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/13627/1/Centro%20de%20Apo%20y%20academico%20para%20ni%C3%B1o%20en%20etapa%20escolar%20ABC.pdf>
- Ley de Compañías. (2013). Superintendencia de Compañías. Recuperado el 4 de Marzo de 2013, de http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf
- Ley de Defensa del Consumidor. (2013). Cetid Abogados. Recuperado el 4 de Marzo de 2013, de <http://www.cetid.abogados.ec/archivos/95.pdf>
- Ley de Educación. (2013). Ministerio de Educación. Recuperado el 4 de Marzo de 2013, de <http://www.educacion.gob.ec/legislacion-educativa/loei.html>

- Ley de Régimen Tributario Interno. (2013). SRI. Recuperado el 4 de Marzo de 2013, de <http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/leytribint.pdf>
- Márquez, W. (4 de Octubre de 2012). BBC Mundo. Recuperado el 9 de Diciembre de 2012, de http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/10/121003_empleo_salarios_america_latina_banco_mundial_wbm.shtml
- Molineros, L. (2011). Universidad Estatal de Bolívar. Recuperado el 9 de Diciembre de 2012, de <http://www.biblioteca.ueb.edu.ec/handle/15001/370>
- Montessori, M. (1915). Teorías del Aprendizaje. Recuperado el 20 de Junio de 2013, de <http://teoriasdelaprendizajeyalgomas.blogspot.com/>
- Paucar, J. (Diciembre de 2009). EPN. Recuperado el 20 de Junio de 2013, de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/1543/1/CD-2609.pdf>
- Pequeños Genios. (2012). Pequeños Genios. Recuperado el 10 de Diciembre de 2012, de <http://www.pequegenios.amawebs.com/>
- Pérez, G. (2006). Recuperado el 4 de Marzo de 2013, de <https://export.writer.zoho.com/public/adrysilvav/MODULO-TEORIAS-Y-MODELOS-PEDAGOGICOS-FUNLAM--TEXT01/fullpage>
- Ramírez, S. (2010). UNL. Recuperado el 2012, de <http://www.unl.edu.ec/educativa/wp-content/uploads/2010/06/MODULO-8-2010-2011.pdf>
- Rodríguez, S. (2002). Recuperado el 4 de Marzo de 2013, de <http://matematicasinfo.galeon.com/enlaces429737.html>
- SENPLADES. (2013). SENPLADES. Recuperado el 2 de Marzo de 2013, de <http://plan.senplades.gob.ec/web/guest/objetivo-2>
- SINDE. (2010). SINDE. Recuperado el 2 de Marzo de 2013, de <http://www.sinde.edu.ec/archivos/Gu%C3%ADa%20de%20Pertinencia%20Convocatoria%202010.pdf>
- Skinner. (2012). Skinner. Recuperado el 10 de Diciembre de 2012, de http://www.bfskinner.edu.pe/psicopedagogico/nivelacion_escolar.php
- Vallejo, R. (2011). Educar.ec. Recuperado el 15 de Diciembre de 2012, de <http://pei.efemerides.ec/pei/convivencia1.htm>

CAPÍTULO 12

ANEXOS

13. ANEXOS

Anexo 1: Contrato de Servicios Prestados

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS INFORMÁTICOS

En Guayaquil, Ecuador, a los veintidós días de agosto del 2013 se celebra el presente contrato:

PRIMERO.- INTERVINIENTES: DE UNA PARTE, “Educatesa S.A.”, con RUC número 13132953780001 en representación legal de Gianela Yamilet Benavides Andrade, en adelante, el “**CLIENTE**”, domiciliada en Guayaquil, en Bellavista Alta, Mz 38, Villa 7.

DE OTRA PARTE, “Tecnología S.A”, con RUC número 0991257165001 en representación de legal de Juan Esteban Morocho Moreno, en adelante, el “**PROVEEDOR**”, domiciliada en Guayaquil, en la calle 9 de Octubre y Esmeraldas.

El CLIENTE y el PROVEEDOR, en adelante, podrán ser denominadas, individualmente, “**la Parte**” y, conjuntamente, “**las Partes**”, reconociéndose mutuamente capacidad jurídica y de obrar suficiente para la celebración del presente Contrato

SEGUNDO.- ANTECEDENTES: El CLIENTE está interesado en la contratación de los servicios de:

- a) Mantenimiento de sus sistemas informáticos: Hardware, Software y Red.
- b) Otros servicios consistentes en (...)

El CLIENTE está interesado en contratar dichos servicios para mantener la operatividad de su sistema informático en todo momento.

Que el PROVEEDOR es una empresa especializada en la prestación de servicios de mantenimiento integral de sistemas informáticos.

TERCERO.- OBJETO En virtud del Contrato el PROVEEDOR se obliga a prestar al CLIENTE los servicios de mantenimiento de hardware, software y de red, en adelante “**los Servicios**”, en los términos y condiciones previstos en el Contrato y *en todos sus Anexos*.

CUARTO.- TÉRMINOS Y CONDICIONES GENERALES Y ESPECÍFICOS DE PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS Los Servicios se prestarán en los siguientes términos y condiciones generales: El PROVEEDOR responderá de la calidad del trabajo desarrollado con la diligencia exigible a una empresa experta en la realización de los trabajos objeto del Contrato.

El PROVEEDOR prestará los Servicios en los siguientes términos y condiciones específicos:

a) Mantenimiento de HARDWARE:

Mantenimiento preventivo que incluye una revisión periódica detallada del correcto funcionamiento de los equipos de hardware en todos sus componentes.

Mantenimiento correctivo que incluye el coste de la mano de obra en la sustitución de los componentes tanto internos como externos que fallaran en los equipos.

Instalación de otros dispositivos adicionales para la mejora del rendimiento operativo en general y de seguridad.

b) Mantenimiento de SOFTWARE:

Mantenimiento preventivo del software instalado que incluye la revisión de los parámetros críticos de los equipos y de la red.

Mantenimiento correctivo que incluye la reinstalación de software en el caso de anomalías en el funcionamiento.

Configuración del software ya instalado.

Actualización e instalación de software adicional con licencia.

Instalación y mantenimiento (incluyendo actualizaciones) del sistema antivirus.

c) Mantenimiento de RED:

Mantenimiento preventivo que incluya la monitorización de los parámetros básicos de la red de forma que se garantice su adecuada dimensión.

Configuración y optimización para el correcto funcionamiento de la comunicación entre los equipos conectados en RED, así como todos los periféricos conectados a ella.

Verificación del cableado de la RED en los equipos y periféricos.

Mantenimiento correctivo que incluye la reconfiguración del hardware y software de RED después de la caída del sistema u otros percances.

QUINTA.- FORMA DE PAGO.- El precio del Contrato es de (...), excluyendo IVA.

El pago de las facturas se realizará, tras la aceptación de los trabajos por el CLIENTE, mediante transferencia bancaria a los 30 días de la fecha de recepción de la factura a la siguiente cuenta corriente titularidad del PROVEEDOR: (...).

SEXTA.- DURACIÓN DEL CONTRATO.- El plazo de duración del presente Contrato es de (...) a partir de la fecha referida en el encabezamiento del Contrato. El Contrato podrá ser prorrogado expresamente y por escrito.

SÉPTIMA- CONFIDENCIALIDAD.- El PROVEEDOR guardará confidencialidad sobre la información que le facilite el CLIENTE en o para la ejecución del Contrato o que por su propia naturaleza deba ser tratada como tal. Se excluye de la categoría de información confidencial toda aquella información que sea divulgada por el CLIENTE, aquella que haya de ser revelada de acuerdo con las leyes o con una resolución judicial o acto de autoridad competente. Este deber se mantendrá durante un plazo de tres años a contar desde la finalización del servicio.

OCTAVA.- SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS.- El presente contrato tiene carácter mercantil, no existiendo en ningún caso vínculo laboral alguno entre el CLIENTE y el personal del PROVEEDOR que preste concretamente los Servicios.

Toda controversia derivada de este contrato o que guarde relación con él –incluida cualquier cuestión relativa a su existencia, validez o terminación- será resuelta mediante arbitraje de la Cámara de Comercio de Guayaquil.

Y en prueba de cuanto antecede, las Partes suscriben el Contrato, en dos ejemplares y a un solo efecto, en el lugar y fecha señalados en el encabezamiento. (Fundetec, 2009)

POR EL CLIENTE	POR EL PROVEEDOR
-----------------------	-------------------------

Anexo 2: Guía del Moderador – Entrevista a Padres de Familia.

1. ¿Cuántos hijos tiene? ¿Qué edades?
2. ¿Cómo es la relación con su hijo?
3. ¿Qué piensa del sistema de educación de la actualidad? ¿Busca calidad?
4. ¿Cómo es el desempeño académico de su hijo?
5. Por trabajar en jornada laboral, no pasa en las tardes con su hijo(a) ¿cómo maneja usted la realización de las tareas escolares de sus hijos?
6. ¿Su hijo tiene algún problema de aprendizaje con una materia determinada?
7. ¿Cuánto invierte usted en la educación de su hijo? ¿Es una de sus prioridades en los egresos de su hogar?
8. ¿Ha escuchado del servicio de tareas dirigidas? Comentar todo por favor de entidades que brindan este servicio
9. ¿Cuáles son los precios que maneja estas empresas? ¿Piensa usted que son acordes al servicio brindado?
10. ¿Qué es lo que más valora de este tipo de servicio?
11. ¿Cuáles son sus expectativas en referencia al servicio presentado en el concepto?
12. ¿Qué sugerencia le daría usted al proyecto?

Anexo 3: Guía del Moderador – Entrevista a Socio Potencial.

1. ¿A qué se dedica actualmente?
2. ¿Cuántos años tiene de experiencia en el sector?
3. En sus años trabajando en una guardería ¿cuál es la principal necesidad que identifica en los niños?
4. ¿Cuál es su metodología de trabajo? Comentar acerca de su negocio actual
5. ¿Por qué está interesada en este tipo de negocio?
6. ¿Conoce a la competencia? ¿Cuáles son sus fortalezas y debilidades?
7. ¿Cuáles son los precios promedios de la industria?
8. ¿Cuál es el mayor potencial que identifica?
9. ¿Cuál es la mayor amenaza para este tipo de negocio?
10. ¿Prefiere llevar a cabo el negocio individualmente o necesitaría de un socio?

Anexo 4: Modelo de Encuesta

ENCUESTA PARA PADRES DE FAMILIA

Instrucciones:

1. Lea atentamente cada pregunta.
2. Conteste las preguntas con completa sinceridad.
3. Evitar los tachones y borrones en el desarrollo de la encuesta.

Código

Edad:		Sexo:	Masculino	1	Femenino:	2		
Celular:		Dirección:						
Estado Civil:		Trabaja:	SI	1	NO	2		
Nivel Educativo:		Empresa:	Pública	1	Privada	2	Propio	3

1. ¿Cuántos años tiene su hijo? **RM** _____

2. La unidad educativa donde estudia su hijo es: **RU**

Privada	Fiscal	Fiscomisional
1	2	3

3. ¿Le dedica tiempo a su hijo para realizar sus tareas escolares? En caso de que su respuesta sea positiva continuar con la siguiente pregunta, caso contrario contestar la pregunta 5.

RU

SI	1	NO	2
----	---	----	---

4. ¿Qué tiempo le dedica a sus hijos para la realización de sus tareas? **RM** _____

5. ¿Cuál es el motivo por el cual no guía las tareas escolares con sus hijos? **RM**

Falta de tiempo	No domina temas	No le agrada
1	2	3
Otros (especificar)		

6. El establecimiento educativo en el que estudia su hijo cuenta con el servicio de tareas dirigidas. **RU**

SI	1	NO	2
----	---	----	---

7. ¿Le gustaría contar con ese servicio dentro de la unidad educativa? **RU**

SI	1	NO	2
----	---	----	---

8. Indique el nivel de dificultad de aprendizaje de sus hijos en las siguientes materias: **RM**

Materia	Muy fácil	Fácil	Ni fácil / Ni difícil	Difícil	Muy difícil
Lenguaje	1	2	3	4	5
Matemáticas	1	2	3	4	5
Ciencias Sociales	1	2	3	4	5
Informática	1	2	3	4	5
Inglés	1	2	3	4	5

PRESENTAR EL CONCEPTO

9. ¿Le agrada el concepto de la propuesta del centro de nivelación y tareas dirigidas? **RU**

No agradable	Poco agradable	Ni agradable ni desagradable	Agradable	Muy agradable
1	2	3	4	5

PRESENTAR LA UBICACIÓN

10. ¿Le agrada la ubicación del centro de nivelación y tareas dirigidas? **RU**

No agradable	Poco agradable	Ni agradable ni desagradable	Agradable	Muy agradable
1	2	3	4	5

11. ¿Cuál es su disposición para adquirir este servicio para sus hijos? **RM**

Nada Dispuesto	Poco dispuesto	Ni dispuesto, ni indispuesto	Dispuesto	Muy dispuesto
1	2	3	4	5
Si contesta nada o poco dispuesta especificar la razón.				

12. ¿Estaría dispuesto a cancelar \$100 mensuales por sesiones de lunes a viernes de dos horas diarias para la guía de tareas escolares? **RM**

Nada Dispuesto	Poco dispuesto	Le da igual	Dispuesto	Muy dispuesto
1	2	3	4	5
Si contesta nada o poco dispuesto especificar la razón.				

13. ¿Con que frecuencia prefiere utilizar el servicio? **RU**

Nunca	En casos excepcionales	Una vez por semana	Dos veces por semana	Mensualmente lunes a viernes
1	2	3	4	5

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por la contratación de una hora de servicio? **RM**

15. ¿Ha escuchado de otros lugares que prestan este mismo servicio? **RM**

Si	1	No	2		
¿Cuáles?				¿Utiliza alguno?	Si 3 No 4

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

16. ¿Sería conveniente para usted que el centro contara con servicio de transporte? **RU**

No conveniente	Poco conveniente	Le da igual	Conveniente	Muy conveniente

17. ¿Qué sugerencia le daría a este proyecto? **RM**

Anexo 5: Logo de Educatesa



“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

Anexo 6: Tabla de Amortización

DATOS PARA EL FINANCIAMIENTO			
Préstamo	24,967.47		
Tasa de Interés	11.20%	0.9333%	Mensual
Periodos	60		
Pago	\$ 545.35		

*Banco del Fomento

PERIODOS	SALDO DE CAPITAL INICIAL	PAGO	CAPITAL	INTERESES	SALDO DE CAPITAL FINAL
0	\$ 24,967.47				\$ 24,967.47
1	\$ 24,967.47	\$ 545.35	\$ 312.32	\$ 233.03	\$ 24,655.15
2	\$ 24,655.15	\$ 545.35	\$ 315.23	\$ 230.11	\$ 24,339.92
3	\$ 24,339.92	\$ 545.35	\$ 318.17	\$ 227.17	\$ 24,021.75
4	\$ 24,021.75	\$ 545.35	\$ 321.14	\$ 224.20	\$ 23,700.60
5	\$ 23,700.60	\$ 545.35	\$ 324.14	\$ 221.21	\$ 23,376.46
6	\$ 23,376.46	\$ 545.35	\$ 327.17	\$ 218.18	\$ 23,049.30
7	\$ 23,049.30	\$ 545.35	\$ 330.22	\$ 215.13	\$ 22,719.08
8	\$ 22,719.08	\$ 545.35	\$ 333.30	\$ 212.04	\$ 22,385.77
9	\$ 22,385.77	\$ 545.35	\$ 336.41	\$ 208.93	\$ 22,049.36
10	\$ 22,049.36	\$ 545.35	\$ 339.55	\$ 205.79	\$ 21,709.81
11	\$ 21,709.81	\$ 545.35	\$ 342.72	\$ 202.62	\$ 21,367.09
12	\$ 21,367.09	\$ 545.35	\$ 345.92	\$ 199.43	\$ 21,021.16
13	\$ 21,021.16	\$ 545.35	\$ 349.15	\$ 196.20	\$ 20,672.02
14	\$ 20,672.02	\$ 545.35	\$ 352.41	\$ 192.94	\$ 20,319.61
15	\$ 20,319.61	\$ 545.35	\$ 355.70	\$ 189.65	\$ 19,963.91
16	\$ 19,963.91	\$ 545.35	\$ 359.02	\$ 186.33	\$ 19,604.89
17	\$ 19,604.89	\$ 545.35	\$ 362.37	\$ 182.98	\$ 19,242.52
18	\$ 19,242.52	\$ 545.35	\$ 365.75	\$ 179.60	\$ 18,876.77
19	\$ 18,876.77	\$ 545.35	\$ 369.16	\$ 176.18	\$ 18,507.61
20	\$ 18,507.61	\$ 545.35	\$ 372.61	\$ 172.74	\$ 18,135.00
21	\$ 18,135.00	\$ 545.35	\$ 376.09	\$ 169.26	\$ 17,758.92
22	\$ 17,758.92	\$ 545.35	\$ 379.60	\$ 165.75	\$ 17,379.32
23	\$ 17,379.32	\$ 545.35	\$ 383.14	\$ 162.21	\$ 16,996.18
24	\$ 16,996.18	\$ 545.35	\$ 386.72	\$ 158.63	\$ 16,609.46
25	\$ 16,609.46	\$ 545.35	\$ 390.33	\$ 155.02	\$ 16,219.14
26	\$ 16,219.14	\$ 545.35	\$ 393.97	\$ 151.38	\$ 15,825.17
27	\$ 15,825.17	\$ 545.35	\$ 397.65	\$ 147.70	\$ 15,427.52
28	\$ 15,427.52	\$ 545.35	\$ 401.36	\$ 143.99	\$ 15,026.17
29	\$ 15,026.17	\$ 545.35	\$ 405.10	\$ 140.24	\$ 14,621.06
30	\$ 14,621.06	\$ 545.35	\$ 408.88	\$ 136.46	\$ 14,212.18
31	\$ 14,212.18	\$ 545.35	\$ 412.70	\$ 132.65	\$ 13,799.48
32	\$ 13,799.48	\$ 545.35	\$ 416.55	\$ 128.80	\$ 13,382.93
33	\$ 13,382.93	\$ 545.35	\$ 420.44	\$ 124.91	\$ 12,962.49
34	\$ 12,962.49	\$ 545.35	\$ 424.36	\$ 120.98	\$ 12,538.12
35	\$ 12,538.12	\$ 545.35	\$ 428.32	\$ 117.02	\$ 12,109.80
36	\$ 12,109.80	\$ 545.35	\$ 432.32	\$ 113.02	\$ 11,677.48
37	\$ 11,677.48	\$ 545.35	\$ 436.36	\$ 108.99	\$ 11,241.12
38	\$ 11,241.12	\$ 545.35	\$ 440.43	\$ 104.92	\$ 10,800.69

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE NIVELACIÓN ESCOLAR Y TAREAS DIRIGIDAS PARA ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN BÁSICA EN GUAYAQUIL”

39	\$ 10,800.69	\$ 545.35	\$ 444.54	\$ 100.81	\$ 10,356.15
40	\$ 10,356.15	\$ 545.35	\$ 448.69	\$ 96.66	\$ 9,907.46
41	\$ 9,907.46	\$ 545.35	\$ 452.88	\$ 92.47	\$ 9,454.58
42	\$ 9,454.58	\$ 545.35	\$ 457.10	\$ 88.24	\$ 8,997.48
43	\$ 8,997.48	\$ 545.35	\$ 461.37	\$ 83.98	\$ 8,536.11
44	\$ 8,536.11	\$ 545.35	\$ 465.68	\$ 79.67	\$ 8,070.43
45	\$ 8,070.43	\$ 545.35	\$ 470.02	\$ 75.32	\$ 7,600.41
46	\$ 7,600.41	\$ 545.35	\$ 474.41	\$ 70.94	\$ 7,126.00
47	\$ 7,126.00	\$ 545.35	\$ 478.84	\$ 66.51	\$ 6,647.16
48	\$ 6,647.16	\$ 545.35	\$ 483.31	\$ 62.04	\$ 6,163.86
49	\$ 6,163.86	\$ 545.35	\$ 487.82	\$ 57.53	\$ 5,676.04
50	\$ 5,676.04	\$ 545.35	\$ 492.37	\$ 52.98	\$ 5,183.67
51	\$ 5,183.67	\$ 545.35	\$ 496.97	\$ 48.38	\$ 4,686.70
52	\$ 4,686.70	\$ 545.35	\$ 501.60	\$ 43.74	\$ 4,185.10
53	\$ 4,185.10	\$ 545.35	\$ 506.29	\$ 39.06	\$ 3,678.81
54	\$ 3,678.81	\$ 545.35	\$ 511.01	\$ 34.34	\$ 3,167.80
55	\$ 3,167.80	\$ 545.35	\$ 515.78	\$ 29.57	\$ 2,652.02
56	\$ 2,652.02	\$ 545.35	\$ 520.59	\$ 24.75	\$ 2,131.42
57	\$ 2,131.42	\$ 545.35	\$ 525.45	\$ 19.89	\$ 1,605.97
58	\$ 1,605.97	\$ 545.35	\$ 530.36	\$ 14.99	\$ 1,075.61
59	\$ 1,075.61	\$ 545.35	\$ 535.31	\$ 10.04	\$ 540.30
60	\$ 540.30	\$ 545.35	\$ 540.30	\$ 5.04	\$ 0.00

CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEMENTARIO

14. MATERIAL COMPLEMENTARIO

Reporte Fotográfico

Instalaciones del Centro de Desarrollo Infantil “Aserrín Aserrán”



Madre de Familia contestando encuesta

