



## **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TRABAJO DE GRADO**

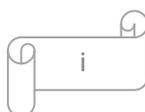
**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO  
DE MEJORAMIENTO ACADÉMICO EN EL NIVEL BÁSICO Y  
BACHILLERATO EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE  
IMBABURA”.**

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO  
EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

**AUTOR: FRANKLIN ANÍBAL ENRÍQUEZ MEDIAVILLA**

**ASESOR: ING. COM. MARCELO VALLEJOS**

Ibarra, 2014



## RESUMEN EJECUTIVO

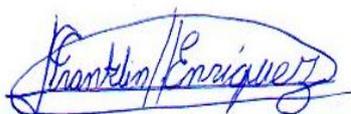
Este trabajo de investigación, se realizó con el firme propósito, de **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE MEJORAMIENTO ACADÉMICO EN EL NIVEL BÁSICO Y BACHILLERATO EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”**, como una alternativa diferente para los estudiantes tanto de nivel básico como de nivel bachillerato, así como ayuda a los padres de familia que por sus arduas labores diarias tienen dificultad de estar pendientes del proceso de aprendizaje de sus hijos, este proyecto que busca mejorar la educación y el aprendizaje por parte de los estudiantes. El presente estudio expone temas y subtemas relacionados con la educación, el aprendizaje, el estudio de mercado, la oferta y la demanda, principales indicadores financieros, entre otros aspectos y temas sobre administración y dirección de negocios y de empresas en base a un diagnóstico técnico situacional, que se basa en el estudio de mercado, sus proyecciones, la competencia, entre otras. También contiene el estudio técnico, talento humano, funciones, obligaciones, entre otros; se tiene además un estudio económico que contiene inversiones totales, costos, gastos, ingresos proyectados, estado de resultados, balance inicial, balance proyectado, flujo de efectivo; la evaluación financiera, en referencia a los siguientes indicadores: Valor Actual Neto(VAN), la Tasa Interna de Retorno(TIR), Punto de Equilibrio (PE), Período de Recuperación de la Inversión(PRI) y relación Beneficio Costo(B/C); se ha llegado a una serie de conclusiones y recomendaciones en cuanto a los aspectos económico y financiero; identificándose los impactos, en el campo educativo, social, económico y ambiental. Finalmente, los resultados del presente trabajo de muestran que es factible la creación, del centro de mejoramiento académico en la ciudad de Atuntaqui.

## **ABSTRACT**

This research work was carried out with the firm intention of "FEASIBILITY STUDY FOR CREATING AN IMPROVEMENT CENTER IN THE BASIC AND BACHELOR LEVEL IN THE CITY OF ATUNTAQUI, IMBABURA PROVINCE", as an alternative for students both entry level and high school level, and helps parents who for their arduous daily work have difficulty be aware of the learning process of their children, this project seeks to improve education and learning by students. This study presents topics and subtopics related to education, learning, market research, supply and demand, financial indicators, among other aspects and issues business managers and companies based on a technical diagnosis situational, based on market research, their projections, competition, among others. It also contains the technical study, human talent, functions, duties, among others, there is also an economic study contains total investments, costs, expenses, projected revenues, income statement, beginning balance, projected balance sheet, cash flow and the evaluation financial, referring to the following indicators: Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR) Breakeven (EP), Payback Period for Investment (PRI) and Benefit Cost ratio (B / C) , has reached a number of conclusions and recommendations regarding the economic and financial aspects, identifying the impacts, educational, social, economic and environmental. Finally, the results of this study show that it is feasible to create, Improvement center in the city of Atuntaqui.

## AUTORÍA

Yo, Franklin Aníbal Enríquez Mediavilla, portador de la cedula Nro. 100333581-5 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE MEJORAMIENTO ACADÉMICO EN EL NIVEL BÁSICO Y BACHILLERATO EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún trabajo de grado, ni calificación profesional; y que he realizado la investigación pertinente de lo descrito además de las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



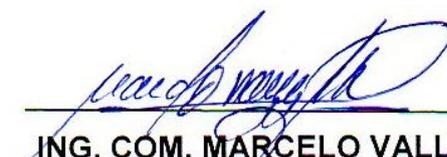
---

**Franklin Aníbal Enríquez Mediavilla**

**C.I.: 100333581-5**

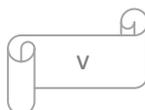
**CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el Egresado de la carrera de Contabilidad y Auditoría: Franklin Aníbal Enríquez Mediavilla para optar por el Título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría C.P.A. cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE MEJORAMIENTO ACADÉMICO EN EL NIVEL BÁSICO Y BACHILLERATO EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe. En la ciudad de Ibarra a los 8 días del mes de Octubre del 2013.

  
\_\_\_\_\_  
**ING. COM. MARCELO VALLEJOS**

**C.I.1001813821**

**DIRECTOR**



**CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A  
FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Franklin Aníbal Enríquez Mediavilla con cedula de identidad N°. 100333581-5. Manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE MEJORAMIENTO ACADÉMICO EN EL NIVEL BÁSICO Y BACHILLERATO EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniero en Contabilidad y Auditoría C.P.A., en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Franklin Aníbal Enríquez Mediavilla

C.I.: 100333581-5

Ibarra, a los 8 días del mes de Octubre del 2013

# AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DEL CONTACTO</b>	
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100333581-5
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	ENRÍQUEZ MEDIAVILLA FRANKLIN ANÍBAL
<b>DIRECCIÓN:</b>	ATUNTAQUI – BARRIO SAN JOSÉ – SECTOR LA DOLOROSA – CALLE RIO AMAZONAS
<b>EMAIL:</b>	frank_enriquez91@hotmail.com
<b>TELÉFONO:</b>	062 908 370 - 0980436138
<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE MEJORAMIENTO ACADÉMICO EN EL NIVEL BÁSICO Y BACHILLERATO EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”.
<b>AUTOR:</b>	ENRÍQUEZ MEDIAVILLA FRANKLIN ANÍBAL
<b>FECHA:</b>	2013/08/08
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	PREGRADO
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA</b>	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.
<b>ASESOR/DIRECTOR</b>	ING.COM. MARCELO VALLEJOS

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, FRANKLIN ANÍBAL ENRÍQUEZ MEDIAVILLA, con cédula de identidad Nro. 100333581-5, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 29 días del mes de Abril del 2014.

EL AUTOR:

Franklin Anibal Enriquez Mediavilla  
C.C: 100286942-6

ACEPTACIÓN:

Ing. Bethy Chavez  
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario \_\_\_\_\_

## DEDICATORIA

***“Nunca consideres el estudio como una obligación sino como una oportunidad para penetrar en el bello y maravillosos mundo del saber”.***

**Autor:** Albert Einstein

Dedico este trabajo principalmente a **Dios**, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres **LUIS Y MARÍA**, por ser las personas que me dieron la vida, quienes me apoyaron siempre y me supieron guiar día a día por el camino del bien, por demostrarme siempre su cariño incondicional a cada momento desde mi nacimiento hasta el momento de hoy.

A mis hermanos que han sido de gran apoyo en toda mi vida, ellos siempre han sido de gran ayuda y apoyo en los mementos buenos y malos y también me han hecho ser una mejor persona cada día, y de esta manera poder ser un ejemplo para ellos.

A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momento.

Gracias a todos ellos por su tiempo y valores inculcados.

El Autor.

## **AGRADECIMIENTO**

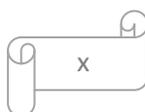
A la Universidad Técnica del Norte, la que es una universidad pública y supo darme acogida en sus aulas por cinco años, a sus representados por los grandes conocimientos que supieron colocar para poder enaltecer con ello mi sabiduría; pudiendo culminar un paso más de mi vida que es la formación profesional en Contabilidad y Auditoría.

A mis todos mis compañeros y amigos, con quienes compartimos bellos y hermosos momentos en toda esta vida universitaria, aquellos que han estado en los bueno y malos momentos y que hasta hoy seguimos juntos y que hemos alcanzado la meta de graduarnos.

A mis profesores que me guiaron por el camino de la sabiduría impartíendome sus conocimientos y experiencias durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación profesional.

A mi director técnico quien ha sido de gran ayuda para poder culminar este proyecto de mi vida, que me ha impartido sus conocimientos y sus vivencias con el fin de ponerlos a la práctica en la realización de la presente investigación.

**Gracias**



## PRESENTACIÓN

El presente proyecto consiste en un estudio de factibilidad para la creación de un centro de mejoramiento académico en el nivel básico y bachillerato en la ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura; esta investigación contiene los siguientes capítulos:

El diagnóstico situacional, el mismo que nos ayudó a conocer de mejor manera el lugar donde se realizó el presente estudio. Este capítulo fue de gran utilidad ya que aquí se realizó la determinación de la población a estudiar, así como los métodos para adquirir la información (encuestas a estudiantes de los colegios, entrevistas a instituciones y competencia, observación directa al mercado y competencia, opinión de expertos, entre otras), en este capítulo se llegó a determinar los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del proyecto, todo esto se lo obtuvo mediante datos científicos y también datos de campo (lugar de los hechos).

El marco teórico constan todas las bases teóricas necesarias para la realización del proyecto, esta información se la obtuvo en libros, internet y artículos relacionados, esta información es actualizada con el fin de que los datos sean veraces y estén de acuerdo a la situación actual del medio, para la realización de este capítulo y la obtención de la información necesaria se utilizara la técnica del fichaje.

El estudio de mercado que fue de gran utilidad para el desarrollo del proyecto ya que éste identificó el segmento de mercado, la oferta y demanda tanto presente como futura, estos datos son de vital importancia para saber si el proyecto es factible de realizarlo, esta información se la obtuvo en el mercado mediante encuestas realizadas al público (estudiantes) de la ciudad de Atuntaqui y entrevista realizadas a personas expertas del tema.

El estudio técnico nos ayudó a determinar la macro y micro localización, el presupuesto técnico, el diseño y la distribución de la planta del centro de mejoramiento académico, como va a estar estructurado, espacios de cada departamento y la distribución de la mismas, esto se lo realizó con la ayuda de un experto en el tema (arquitecto) para el planteamiento de los planos de la planta, de igual manera se pudo realizar una descripción del proceso (Flujograma), por último se hizo un estudio para determinar la amplitud del presente proyecto.

El estudio económico o de financiamiento ayudó a determinar el monto necesario para la realización del proyecto, así como las fuentes de financiamiento (como se va a obtener el dinero necesario para la realización del proyecto), que porcentaje de la inversión será propia y que porcentaje será financiado por una institución financiera, esto se lo realizó mediante la utilización de todos los conocimientos adquiridos en toda la carrera universitaria.

En la propuesta administrativa o estudio organizacional se pudo establecer cómo se va a administrar estructurada el centro de mejoramiento académico, cuales son los requisitos en cuanto a asuntos legales, fiscales, seguridad industrial, contratación de talento humano, aspectos ambientales y tributarios que debe cumplir el centro para poder funcionar correctamente.

El último capítulo de este proyecto fue el análisis de los impactos tanto sociales, económicos, éticos, educativos y culturales que intervinieron en este proyecto, como influyó o afectó este proyecto en el lugar de realización (Atuntaqui).

## ÍNDICE

	Pág.
Portada	i
Resumen Ejecutivo	ii
Abstract	iii
Autoría	iv
Certificación	v
Cesión de Derechos de Autor del Trabajo de Grado	vi
Autorización de Uso y Publicación	viii
Dedicatoria	ix
Agradecimiento	x
Presentación	xi
Índice de Contenido	xiii
Índice de cuadros	xix
Índice de gráficos	xxiii
Introducción	xxvi
Justificación	xxviii
Objetivos	xxx
Metodología	xxxii
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>DIAGNÓSTICO SITUACIONAL</b>	<b>Pág.</b>
Antecedentes	33
Objetivos Diagnóstico	34
Objetivo General	34
Objetivo Específicos	34
Matriz de Relación Diagnóstica	35
Aspectos Demográficos	36
Evolución Poblacional	36
Distribución Población Cantón Antonio Ante	37
Densidad Poblacional	39
Nivel de instrucción	40
Características Socio – Económicas.	44

Población en edad de trabajar	44
Población económicamente activa	44
Desarrollo industrial y reducción del desempleo	45
Actividades económicas	45
Nivel de ingresos	46
Requisitos para la aprobación de personalidad jurídica	48
Construcción de la matriz AORR	49
Identificación de la oportunidad de la inversión	51
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>BASES TEÓRICAS</b>	
Empresa	53
Empresa de servicios	53
El servicio	53
Factor humano	54
Calidad del servicio	54
Atención al cliente	54
La contabilidad	55
Definición	55
Proceso contable	55
Estados financieros	56
Objetivos	56
Clasificación	56
Estrategia empresarial	57
Diagnostico situacional externo	57
Demografía	57
Objetivos	57
Variable	58
Indicador	58
Población Universo	58
Muestra	59

Tipos de información	59
Información primaria	59
Información secundaria	59
Estudio de mercado	59
Servicio	60
Oferta	60
Tipos de oferta	60
Factores que afectan la oferta	61
Demanda	61
Tipos de demanda	61
Factores que afectan la demanda	62
Proyección de la demanda	62
Demanda insatisfecha	63
Precio	64
Análisis del precio	64
Proyección del precio	64
Canales de distribución	64
Segmentos de mercados	65
Estudio técnico	66
Localización	66
Macro localización	66
Micro localización	67
Administración	67
Procesos de administración	67
Planeación	67
Organización	68
Dirección	68
Control	69
Misión	69

Visión	69
Marketing mix	70
producto	70
Precio	71
Plaza	71
Promoción	71
Estudio financiero	71
Presupuesto	72
Flujo de efectivo	72
Evaluadores financieros del proyecto	73
Valor actual neto	73
Formula del van	73
Tasa interna de retorno	74
Clases de TIR	74
Calculo de TIR	74
Relación costo beneficio	75
Formula de calculo	75
Tiempo de recuperación de inversión	75
Punto de equilibrio	76
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>ESTUDIO DE MERCADO</b>	
Objetivos	77
Objetivo general	77
Objetivos específicos	77
Indicadores	78
Identificación de la población	78
Encuestas	78
Tabulación y análisis de las encuestas	80
Análisis de entrevistas	107
Análisis y proyección de la demanda	108

Análisis de la demanda	108
Proyección de la demanda	109
Análisis y proyección de la oferta	110
Análisis de la oferta	110
Proyección de la oferta	111
Demanda potencial a satisfacer	112
Análisis de la comercialización	113
Proyecciones de precios	116
Conclusiones del estudio	118

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO**

Localización del proyecto	121
Macro Localización	121
Micro Localización	122
Tamaño del proyecto	123
El mercado	123
Disponibilidad del recursos financieros	124
Disponibilidad de mano de obra	124
Diseño de la instalaciones y distribución de la empresa	124
Ubicación del proyecto	125
Presupuesto técnico	127
Tecnología	128
Activos fijos	128
Muebles y enseres	128
Equipo de computación	129
Equipos de oficina	130
Gatos de depreciación de los activos fijos	130
Capital de trabajo	131
Gastos de arrendamiento	132
Materiales e insumos	132

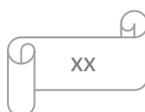
Gastos de remuneraciones año 2013	133
Inversión	133
Ingeniería del proyecto	134
Procesos	134
Flujograma de procesos	135
<b>CAPÍTULO V</b>	
<b>ESTUDIO FINANCIERO</b>	
Proyección de ingresos	137
Ingresos por clases, capacitaciones, nivelaciones, cursos e internet	137
Proyecciones de egresos	139
Gasto sueldos del personal del Centro Cadeya	139
Egresos proyectados	140
Gastos financieros	142
Balance general inicial	143
Proyección de estados de pérdidas y ganancias	143
Flujo de efectivo proyectado	145
Evaluación de la inversión	145
Valor actual neto	145
Tasa interna de retorno	146
Relación costo beneficio	148
Punto de equilibrio	148
Periodos de recuperación	151
<b>CAPÍTULO VI</b>	
<b>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</b>	
La empresa	153
Nombre de la empresa	153
Logotipo	153
Slogan	154
Misión	155
Visión	155

Políticas	155
Valores	156
Estructura orgánica	157
Estructura funcional	158
Manual de funciones	158
<b>CAPÍTULO VII</b>	
<b>PRINCIPALES IMPACTOS</b>	
Impacto social	167
Impacto educativo	169
Impacto económico	171
Impacto ambiental	172
Conclusiones	173
Recomendaciones	175
Bibliografía	177
Lincografía	178
Anexos	179

### ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1: Matriz de relación diagnóstica	35
Cuadro No. 2: División política del cantón Antonio Ante	37
Cuadro No. 3: Distribución de la población de Atuntaqui	38
Cuadro No. 4: Distribución étnica de la población de Atuntaqui	38
Cuadro No. 5: Crecimiento poblacional años 2001 - 2010	38
Cuadro No. 6: Densidad poblacional Atuntaqui	39
Cuadro No. 7: Nivel de educación	40
Cuadro No. 8: Instituciones académicas en Atuntaqui	41
Cuadro No. 9: Estudiantes de Atuntaqui periodo 2011 - 2012	42
Cuadro No. 10: Población en edad de trabajar	44

Cuadro No. 11: Población económicamente activa	44
Cuadro No. 12: Actividades económicas	46
Cuadro No. 13: matriz AOOD	50
Cuadro No. 14: Población económicamente activa	78
Cuadro No. 15: Número de estudiantes de nivel básico y bachillerato en Atuntaqui	79
Cuadro No. 16: ¿Tiene hijos estudiando en la escuela y/o colegio?	80
Cuadro No. 17: ¿Conoce usted si su hijo tiene alguna dificultad en alguna materia determinada?	81
Cuadro No. 18: Si su respuesta es SÍ, ¿Cuáles son las materias que tiene mayor dificultad en el aprendizaje?	82
Cuadro No. 19: Si su respuesta es SÍ, ¿Cuáles son las materias que tiene mayor dificultad en el aprendizaje?	83
Cuadro No. 20: De las siguientes opciones ¿cuáles considera que son los motivos para que su hijo tenga problemas en alguna materia específica?	85
Cuadro No. 21: ¿Le gustaría que su hijo reciba una capacitación particular garantizada, de calidad y con responsabilidad?	86
Cuadro No. 22: ¿Cuál de las siguientes opciones considera usted que la capacitación de su hijo será garantizada y con responsabilidad?	87
Cuadro No. 23: ¿Conoce Ud. el valor por hora que cobran por el servicio de capacitación y nivelación?	88
Cuadro No. 24: Si su respuesta fue SÍ, ¿El valor por hora es?	89
Cuadro No. 25: ¿Necesita contratar los servicios de un profesional para capacitar a su hijo?	90
Cuadro No. 26: Si su respuesta anterior fue SÍ, ¿Cuánto estaría Ud. dispuesta/o a pagar por la hora de servicio de capacitación de su hijo?	91
Cuadro No. 27: ¿Cuántas horas estaría dispuesto/a a contratar por semana para su hijo/a?	92



Cuadro No. 28: ¿Le gustaría recibir o que reciba su hijo cursos en el centro de mejoramiento académico?	93
Cuadro No. 29: De ser Sí su anterior respuesta, ¿qué tipo de cursos le gustaría que se brinde en el centro de mejoramiento académico?	94
Cuadro No. 30: ¿Cuál de los siguientes medios considera usted que sería la mejor opción para publicitar el centro de mejoramiento académico?	95
Cuadro No. 31: De crear un centro de mejoramiento académico, ¿dónde le gustaría que se encuentre ubicado?	96
Cuadro No. 32: ¿Considera usted que tiene alguna dificultad en alguna materia determinada?	97
Cuadro No. 33: Si su repuesta fue Sí, ¿Cuáles son las materias tiene mayor dificultad en el aprendizaje?	98
Cuadro No. 34: Si su repuesta fue Sí, ¿Cuáles son las materias tiene mayor dificultad en el aprendizaje?	99
Cuadro No. 35: De las siguientes opciones ¿cuáles considera que son los motivos para que usted tenga problemas en alguna materia específica?	101
Cuadro No. 36: ¿Le gustaría recibir una capacitación particular garantizada, de calidad y con responsabilidad?	102
Cuadro No. 37: ¿Cuál de las siguientes opciones considera usted que sería la mejor opción para recibir una capacitación garantizada y con responsabilidad?	103
Cuadro No. 38: ¿Le gustaría que se creara un centro de mejoramiento académico que brinde servicios de capacitación y nivelación?	104
Cuadro No. 39: De crear un centro de mejoramiento académico, ¿dónde le gustaría que se encuentre ubicado?	105
Cuadro No. 40: ¿Cuál de los siguientes medios considera usted que sería la mejor opción para publicitar el centro de mejoramiento académico?	106

Cuadro No. 41: Tasa de crecimiento según genero 2001 -2010 Atuntaqui	109
Cuadro No. 42: Proyección de la demanda	110
Cuadro No. 43: Oferta actual en servicios de educación Atuntaqui	111
Cuadro No. 44: Proyección de la Oferta Actual	112
Cuadro No. 45: Demanda potencial a satisfacer	112
Cuadro No. 46: Proyección de la tasa de inflación 2010-2012	117
Cuadro No. 47: Precios Proyectados 2014-2018	118
Cuadro No. 48: Muebles y enseres del Centro Cadeya	128
Cuadro No. 49: Equipo de computación	129
Cuadro No. 50: Equipo de Oficina	130
Cuadro No. 51: Depreciación de los activos fijos	131
Cuadro No. 52: Conformación del capital de trabajo	131
Cuadro No. 53: Arrendamiento y costos de instalación.	132
Cuadro No. 54: Materiales E Insumos	133
Cuadro No. 55: Nomina de los empleados del centro Cadeya	133
Cuadro No. 56: Inversión inicial	134
Cuadro No. 57: Financiamiento	134
Cuadro No. 58: Proyección de ingresos por año	138
Cuadro No. 59: Tasa de incremento de sueldos	139
Cuadro No. 60: Sueldos del personal proyectado	140
Cuadro No. 61: Proyección de los egresos proyectados.	141
Cuadro No. 62: Datos para calcular la cuota mensual	142
Cuadro No. 63: Cálculo del interés y de capital anual	142
Cuadro No. 64: Balance de situación inicial	143
Cuadro No. 65: Estado de pérdidas y ganancias	144

Cuadro No. 66: Flujo de efectivo	145
Cuadro No. 67: Costo de capital	145
Cuadro No. 68: Costos fijos y variables por servicio	150
Cuadro No. 69: Período de recuperación	151
Cuadro No. 70: Manual de funciones del gerente	159
Cuadro No. 71: Manual de funciones del contador	160
Cuadro No. 72: Manual de funciones de la secretaria – repcionista	161
Cuadro No. 73: Manual de funciones de licenciados	163
Cuadro No. 74: Manual de funciones del mercadólogo	164
Cuadro No. 75: Manual de funciones del personal de aseo	166
Cuadro No. 76: Cuadro de impactos	167
Cuadro No. 77: Impacto social	168
Cuadro No. 78: Impacto educativo	169
Cuadro No. 79: Impacto económico	171
Cuadro No. 80: Impacto ambiental	172

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1: Situación geográfica de Atuntaqui	37
Gráfico No. 1.1: ¿Tiene hijos estudiando en la escuela y/o colegio?	80
Gráfico No. 1.2: ¿Conoce usted si su hijo tiene alguna dificultad en alguna materia determinada?	81
Gráfico No. 1.3: Si su respuesta es SÍ, ¿Cuáles son las materias que tiene mayor dificultad en el aprendizaje?	83
Gráfico No. 1.4: Si su respuesta es SÍ, ¿Cuáles son las materias que tiene mayor dificultad en el aprendizaje?	84
Gráfico No. 1.5: De las siguientes opciones ¿cuáles considera que son los motivos para que su hijo tenga problemas en alguna	85

materia específica?	
Gráfico No. 1.6: ¿Le gustaría que su hijo reciba una capacitación particular garantizada, de calidad y con responsabilidad?	86
Gráfico No. 1.7: ¿Cuál de las siguientes opciones considera usted que la capacitación de su hijo será garantizada y con responsabilidad?	87
Gráfico No. 1.8: ¿Conoce Ud. el valor por hora que cobran por el servicio de capacitación y nivelación?	88
Gráfico No. 1.9: Si su respuesta fue Sí, ¿El valor por hora es?	89
Gráfico No. 1.10: ¿Necesita contratar los servicios de un profesional para capacitar a su hijo?	90
Gráfico No. 1.11: Si su respuesta anterior fue Sí, ¿Cuánto estaría Ud. dispuesta/o a pagar por la hora de servicio de capacitación de su hijo?	91
Gráfico No. 1.12: ¿Cuántas horas estaría dispuesto/a a contratar por semana para su hijo/a?	92
Gráfico No. 1.13: ¿Le gustaría recibir o que reciba su hijo cursos en el centro de mejoramiento académico?	93
Gráfico No. 1.14: De ser Sí su anterior respuesta, ¿qué tipo de cursos le gustaría que se brinde en el centro de mejoramiento académico?	94
Gráfico No. 1.15: ¿Cuál de los siguientes medios considera usted que sería la mejor opción para publicitar el centro de mejoramiento académico?	96
Gráfico No. 1.16: De crear un centro de mejoramiento académico, ¿dónde le gustaría que se encuentre ubicado?	97
Gráfico No. 2.1: ¿Considera usted que tiene alguna dificultad en alguna materia determinada?	98
Gráfico No. 2.2: Si su repuesta fue Sí, ¿Cuáles son las materias tiene mayor dificultad en el aprendizaje?	99
Gráfico No. 2.3: Si su repuesta fue Sí, ¿Cuáles son las materias	100

tiene mayor dificultad en el aprendizaje?	
Gráfico No. 2.4: De las siguientes opciones ¿cuáles considera que son los motivos para que usted tenga problemas en alguna materia específica?	101
Gráfico No. 2.5: ¿Le gustaría recibir una capacitación particular garantizada, de calidad y con responsabilidad?	102
Gráfico No. 2.6: ¿Cuál de las siguientes opciones considera usted que sería la mejor opción para recibir una capacitación garantizada y con responsabilidad?	103
Gráfico No. 2.7: ¿Le gustaría que se creara un centro de mejoramiento académico que brinde servicios de capacitación y nivelación?	104
Gráfico No. 2.8: De crear un centro de mejoramiento académico, ¿dónde le gustaría que se encuentre ubicado?	105
Gráfico No. 2.9: ¿Cuál de los siguientes medios considera usted que sería la mejor opción para publicitar el centro de mejoramiento académico?	106
Gráfico No. 2: Mapa de ubicación de la ciudad de Atuntaqui.	121
Gráfico No.3: Mapa del Centro Cadeya	122
Gráfico No 4: Distribucion del Centro Cadeya	126
Gráfico No 5: Diseño del Centro Cadeya	127
Gráfico No. 6: Flujograma de Procesos: Visita por primera vez – contratación del servicio	135
Gráfico No. 7: Flujograma de Procesos: Visita por segunda vez	136
Gráfico No. 8: Logotipo	154
Gráfico No. 9: Estructura Orgánica de Centro Cadeya	158

## **INTRODUCCIÓN**

El presente proyecto consiste en un estudio de factibilidad para la creación de un centro de mejoramiento académico en el nivel básico y bachillerato en la ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura; esta investigación contiene los siguientes capítulos:

El diagnóstico situacional, el mismo que nos ayudó a conocer de mejor manera el lugar donde se realizó el presente estudio. Este capítulo fue de gran utilidad ya que aquí se realizó la determinación de la población a estudiar, así como los métodos para adquirir la información (encuestas a estudiantes de los colegios, entrevistas a instituciones y competencia, observación directa al mercado y competencia, opinión de expertos, entre otras), en este capítulo se llegó a determinar los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del proyecto, todo esto se lo obtuvo mediante datos científicos y también datos de campo (lugar de los hechos).

El marco teórico constan todas las bases teóricas necesarias para la realización del proyecto, esta información se la obtuvo en libros, internet y artículos relacionados, esta información es actualizada con el fin de que los datos sean veraces y estén de acuerdo a la situación actual del medio, para la realización de este capítulo y la obtención de la información necesaria se utilizara la técnica del fichaje.

El estudio de mercado que fue de gran utilidad para el desarrollo del proyecto ya que éste identificó el segmento de mercado, la oferta y demanda tanto presente como futura, estos datos son de vital importancia para saber si el proyecto es factible de realizarlo, esta información se la obtuvo en el mercado mediante encuestas realizadas al público (estudiantes) de la ciudad de Atuntaqui y entrevista realizadas a personas expertas del tema.

El estudio técnico nos ayudó a determinar la macro y micro localización, el presupuesto técnico, el diseño y la distribución de la planta del centro de mejoramiento académico, como va a estar estructurado, espacios de cada departamento y la distribución de la mismas, esto se lo realizó con la ayuda de un experto en el tema (arquitecto) para el planteamiento de los planos de la planta, de igual manera se pudo realizar una descripción del proceso (Flujograma), por último se hizo un estudio para determinar la amplitud del presente proyecto.

El estudio económico o de financiamiento ayudó a determinar el monto necesario para la realización del proyecto, así como las fuentes de financiamiento (como se va a obtener el dinero necesario para la realización del proyecto), que porcentaje de la inversión será propia y que porcentaje será financiado por una institución financiera, esto se lo realizó mediante la utilización de todos los conocimientos adquiridos en toda la carrera universitaria.

En la propuesta administrativa o estudio organizacional se pudo establecer cómo se va a administrar estructurada el centro de mejoramiento académico, cuales son los requisitos en cuanto a asuntos legales, fiscales, seguridad industrial, contratación de talento humano, aspectos ambientales y tributarios que debe cumplir el centro para poder funcionar correctamente.

El último capítulo de este proyecto fue el análisis de los impactos tanto sociales, económicos, éticos, educativos y culturales que intervinieron en este proyecto, como influyó o afectó este proyecto en el lugar de realización (Atuntaqui).

## JUSTIFICACIÓN

El proyecto es importante porque se dio a conocer el crecimiento de la ciudad de Atuntaqui y que en este lugar no existen centros de mejoramiento académico. Esta ciudad va dándose a conocer tanto local, regional y nacional, siendo un gran aporte para el crecimiento de un sector dedicado a brindar servicios de educación y capacitación en las materias de: inglés, matemáticas, computación, química, física, historia, lengua y literatura, entre otras.

El presente proyecto de investigación fue factible de realizarlo ya que en el aspecto legal se encuentra sustentado en normas legales de acuerdo a la ley y las mismas permiten la elaboración del presente proyecto y que tiene un criterio apegado a la realidad y a la actualidad.

La factibilidad del presente proyecto estará dada por el nivel de ingresos que alcance en centro, de la venta de servicios de educación y del abaratamiento de los costos, es decir si el volumen de ventas de servicios alcanza a cubrir los costos de inversión, operación y mantenimiento del centro más un porcentaje de utilidad, el proyecto será factible de su ejecución y estos parámetro se podrán conseguir a través de la utilización de técnicas, controles contables administrativos y de marketing, que permitan abarcar costos y mejorar el servicio hacia la comunidad.

Los beneficiarios directos del presente proyecto son: el dueño del proyecto ya que le servirá para graduarse, las personas que trabajaran para el centro de mejoramiento académico, generando empleo y reduciendo en un porcentaje la tasa de desempleo en la ciudad de Atuntaqui. Los beneficiarios indirectos son toda la comunidad estudiantil de las diferentes instituciones de la ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura.

El presente proyecto es de gran interés porque cumple con los aspectos requeridos para una mejora de la calidad en educación en la ciudad de Atuntaqui. Es un proyecto amplio y ambicioso que favorecerá a los

estudiantes de las diferentes instituciones, servirá para asociar criterios en calidad y reconocimiento de la educación particular y para saber en qué momento estamos en el desarrollo de estándares de calidad en cuanto a la educación.

El presente proyecto es original ya que no se ha realizado un investigación de este tipo en la ciudad de Atuntaqui, por lo que se ve factible la realización de la misma.

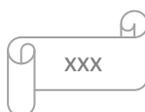
## **OBJETIVOS**

### **GENERAL**

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de mejoramiento académico en el nivel básico y bachillerato en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura.

### **ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico situacional para establecer mediante un análisis los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del entorno.
- Estructurar las bases teórico-científicas para el apoyo a la investigación.
- Realizar un estudio de mercado que nos permita identificar la demanda, oferta, precios y comercialización que garantice la implementación del proyecto.
- Efectuar un estudio de mercado que permita determinar la oferta y demanda existente, los precios del servicio y los medios más idóneos de publicitar el centro.
- Realizar un estudio financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto.
- Diseñar una estructura administrativa y legal, para la instalación de la planta dedicada a la producción y comercialización de sweaters de alpaca.
- Determinar técnicamente los impactos en el ámbito: económico, socio – cultural, institucional y ambiental, lo que va a permitir establecer las conclusiones y recomendaciones del presente proyecto.



## **METODOLOGÍA**

Los métodos de investigación que se utilizaran en la investigación del proyecto estarán desarrolladas bajo metodologías tanto del área de Contabilidad, la Administración Financiera, Mercadotecnia, Estadística, entre otras que serán utilizadas durante el proceso, así como los métodos generales o lógicos como:

### **MÉTODO INDUCTIVO.**

En el presente proyecto este método fue aplicado conforme a las fases de la inducción: la observación, comparación, abstracción y generalización las cuales serán el punto de partida en el análisis del diagnóstico y estudio de mercado, pudiendo así de los hechos analizados llegar a conclusiones de carácter general.

### **MÉTODO DEDUCTIVO.**

Este método fue aplicado, en base a los principios, leyes y normas de carácter general que nos proporciona tanto la Contabilidad, la Administración Financiera, la Mercadotecnia, la Estadística, etc. permitiendo de esta manera el desarrollo de los objetivos propuestos en el proyecto y aplicación del mismo através de la técnicas científicas que darán una opción de aplicación en el presente proyecto.

### **MÉTODO ANALÍTICO – SINTÉTICO.**

La unión de estos métodos dio como resultado la elaboración de un método que deseche ideas que no servirán a profundidad en la investigación. Analizando los aspectos de mayor relevancia y pudiendo sintetizarlos para entendimiento propio y de los lectores; se analizará toda la información científica y bibliográfica existente en los textos e Internet

que se pueda obtener técnicas para aplicación siendo de mucha utilidad en el desarrollo de la fundamentación teórica del proyecto.

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1. Antecedentes

Antonio Ante es un cantón pujante y próspero, habitado por gente trabajadora, creativa y dinámica, heredera de una tradición textil iniciada hace casi un siglo en la fábrica "Imbabura", que ha evolucionado la producción con tecnología de punta y criterios empresariales modernos, convirtiéndose en el centro industrial de la moda ecuatoriana. Atuntaqui es una ciudad de 23.299 habitantes ubicada en la provincia de Imbabura, en la región norte de Ecuador, a solo 10 minutos de Ibarra, siguiendo al norte por la Panamericana, un letrero da la bienvenida a Atuntaqui, un pequeño cantón de Imbabura.

Vasta y larga llanura ubicada a lo largo de las faldas del Imbabura. Rincón Imbabureño progresista, históricamente representativo por ser la cuna de Duchicelas y Caras, escenario de la sangrienta lucha en la que muriera Cacha sucediéndole su hija Paccha. Históricamente, Antonio Ante tiene mucho que ofrecer, el turista puede visitar Pailatola, Orozcotola y Pupotola, las tolas más representativas de la provincia, para descubrir los monumentos fúnebres construidos por los 'Atuntaqui'.

No por nada, Atuntaqui ha sido catalogado como centro industrial de la moda. Las ferias industrial y artesanal que se realizan los viernes y domingos constituyen una vitrina de la producción textil, donde se expone al visitante variedad de artículos en diferente calidad y diseño. Pronto se podrá visitar un museo textil levantado en la antigua fábrica Imbabura.

Así como Atuntaqui avanza tanto comercialmente por sus industrias y confecciones así como por sus atractivos turísticos también se ve necesario que sus estudiantes y futuros profesionales también lo hagan, por lo que se ve necesario la creación de un centro de mejoramiento

académico tanto en el nivel básico como en el nivel bachillerato, debido a que no todos los estudiantes tienen el mismo nivel de aprendizaje, el mismo nivel de razonamiento y de captación. Este centro ayudará a mejorar los conocimientos ya adquiridos y ayudará también a adquirir nuevos conocimientos, aclarar las dudas de muchos estudiantes de la ciudad de Atuntaqui.

## **1.2. Objetivos Diagnósticos**

### **1.2.1. General.**

Realizar un diagnóstico situacional para establecer mediante un análisis los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del entorno.

### **1.2.2. Específicos**

- Establecer los aspectos demográficos de la ciudad de Atuntaqui.
  
- Determinar las características socio–económicas del área de intervención.
  
- Conocer la normativa legal existente para la implementación de un centro de mejoramiento académico.
  
- Determinar los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del proyecto.

### 1.3. Matriz de Relación Diagnóstica.

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICAS	POBLACIONES OBJETOS ESTUDIO
Establecer los aspectos demográficos de la ciudad de Atuntaqui.	Aspectos Demográficos	Evolución y densidad poblacional.	Secundaria	Investigación Lincográfica	INEC
		Nivel de educación.	Secundaria	Investigación Lincográfica	INEC
		Analfabetismo.	Secundaria	Investigación Lincográfica	INEC
Determinar las características socio-económicas del área de intervención.	Socio-Económicas	Población económicamente activa	Secundaria	Investigación Lincográfica	INEC
		Desempleo	Secundaria	Investigación Lincográfica	INEC
		Actividades económicas	Secundaria	Investigación Lincográfica	INEC
		Nivel de ingresos	Secundaria	Investigación Lincográfica	INEC
Conocer la normativa legal existente para la implementación de un centro de mejoramiento académico	Aspectos Legales	Permisos de funcionamiento	Primaria	Observación directa	MUNICI ANTON ANTE
		Nombramiento jurídico	Primaria	Observación directa	MIES

**Cuadro No. 1:** Matriz de relación diagnóstica

**Fuente:** Investigación Propia. Datos del INEC 2010

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

## 1.4. Aspectos Demográficos

### 1.4.1. Evolución Poblacional

- **Altura:** De acuerdo a su topografía, se encuentra entre los 2.387 m.s.n.m (metros sobre nivel del mar).

- **Superficie:** 26,23 km<sup>2</sup>

- **Límites:** Atuntaqui limita:

Al Norte con la parroquia de Chatura, Al SUR con la Parroquia de San Roque al Este con el cerro IMBABURA, al Oeste con el río Ambi y parte con la parroquia de Imantag.

- **Clima:** La Ciudad de Atuntaqui presenta un clima templado que se encuentra desde los 2.387m.s.n.m y templado correspondiente al centro poblado 2.040 msnm hasta los 2.800; posee una pluviosidad de 600 a 1000 mm, su temperatura promedio es de 12,8 en la parte alta y alcanza los 18°C en la parte baja.

- **Vías de Acceso y Transporte:** La accesibilidad y conectividad con los otros Cantones es excelente, debido a su ubicación es fácil llegar a este lugar ya que se encuentra a filo de la panamericana a 12 kilómetros de la ciudad de Ibarra.

- **Información Poblacional:** Antonio Ante en base al último Censo realizado en el país en el año 2010,

Cuenta con un total de 23.299 habitantes, de los cuales el 48,11% son hombres y el resto es decir 51,89% son mujeres, analizando el dato de población del Censo 2010.



**Grafico No. 1:** Situación geográfica de Atuntaqui

**Fuente:** Gobierno Autónomo de Antonio Ante

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

Ciudad industrial que se ha desarrollado con fuerza a nivel familiar y de asociaciones. Día a día la ciudad de Atuntaqui se va desarrollando y por ende la calidad de educación y de formación académica de sus habitantes debe irlo haciendo a la par.

Su división política está constituida por las parroquias urbanas y rurales del cantón, como se indica a continuación:

### *Parroquias del Cantón Antonio Ante*

PARROQUIAS RURALES DEL CANTÓN ANTONIO ANTE	PARROQUIAS URBANAS DEL CANTÓN ANTONIO ANTE
Parroquia Imbaya	Parroquia Andrade Marín
Parroquia Natabuela	Parroquia Atuntaqui
Parroquia Chaltura	
Parroquia San Roque - Antonio Ante	

**Cuadro No. 2:** División política del cantón Antonio Ante

**Fuente:** INEC.

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

#### **1.4.2. Distribución Población Cantón Antonio Ante**

Su población se encuentra concentrada en su mayoría en el área rural que en el área urbana.

SEXO			ZONA		
	HABIT.	PORCENTAJE		HABIT.	PORCENTAJE
Hombre	11.208	48,11	URBANO	21.286	91,36
Mujeres	12.091	51,89	RURAL	2.013	8,64
<b>TOTAL</b>	<b><u>23.299</u></b>	<b><u>100,00</u></b>	<b>TOTAL</b>	<b><u>23.299</u></b>	<b><u>100,00</u></b>

**Cuadro No. 3:** Distribución de la población de Atuntaqui  
**Fuente:** Investigación. Censo de Población y Vivienda 2010.  
**Elaborado por:** El Autor  
**Año:** 2013

En la ciudad de Atuntaqui en cambio en el año 2010 según el censo de población y vivienda INEC (2010), su población fue de 23.299 personas, la misma que evoluciona a una tasa de crecimiento de 2,14% respecto al 2001.

INDÍGENA	AFRO- ECUATORIANO	MONTUBIO	MESTIZO	BLANCO	OTRO	Total
1.061	457	69	21.002	695	15	23.299
<b>4,55%</b>	<b>1,96%</b>	<b>0,30%</b>	<b>90,14%</b>	<b>2,98%</b>	<b>0,06%</b>	<b>100%</b>

**Cuadro No. 4:** Distribución étnica de la población de Atuntaqui  
**Fuente:** Investigación. Censo de Población y Vivienda 2010  
**Elaborado por:** El Autor  
**Año:** 2013

En cuanto a distribución étnica, la mayoría la constituyen los mestizos (90.14%), seguidos por los indígenas (4.55%), población afroecuatoriana (1.96%), población blanca (2.98%), población montubia (0.30%) y finalmente con un reducido (0.06%) que pertenece al otro tipo de población.

2010			2001			TASA DE CRECIMIENTO ANUAL 2001-2010		
HOMB	MUJER	TOTAL	HOMB	MUJER	TOTAL	HOMB	MUJER	TOTAL
11.208	12.091	23.299	9.254	9.962	19.216	2,13%	2,15%	2,14%

**Cuadro No. 5:** crecimiento poblacional Atuntaqui años 2001 - 2010  
**Fuente:** Investigación. Censo de Población y Vivienda 2010  
**Elaborado por:** El Autor  
**Año:** 2013

### 1.4.3. Densidad Poblacional

La densidad poblacional o población relativa de la ciudad de Atuntaqui se establece por la relación, habitantes por número de kilómetros cuadrados (hab/Km<sup>2</sup>).

	<b>SUPERFICIE</b>	<b>DENSIDAD</b>
<b>HABITANTES</b>	<b>KM<sup>2</sup></b>	<b>HABITANTES/KM<sup>2</sup></b>
23.299	26,23	888,26

**Cuadro No. 6:** Densidad poblacional Atuntaqui  
**Fuente:** Investigación. Censo de Población y Vivienda 2010  
**Elaborado por:** El Autor  
**Año:** 2013

La densidad poblacional de un territorio se ve incrementada o se considera elevada (sobrepoblación) debido a las siguientes circunstancias:

- **Número de Habitantes**
- **Extensión de Terreno**

En el caso de la ciudad de Atuntaqui cuenta con 888.26 hab/Km<sup>2</sup>, este indicador es superior al nacional (56,49 hab/Km<sup>2</sup>) y al de la ciudad de Ibarra (577,34 hab/Km<sup>2</sup>), puesto que esta pequeña ciudad ocupa apenas el 32% del territorio cantonal, a nivel de la provincia representa el 0,57% es decir no alcanza a representar un centésima parte del territorio provincial.

#### 1.4.4. Nivel de Instrucción.

NIVEL ESCOLAR	URBANO	RURAL	TOTAL	PORCENTAJE
Ninguno	628	178	806	3,82%
Centro de Alfabetización/(EBA)	43	12	55	0,26%
Preescolar	216	12	228	1,08%
Primario	7.595	916	8.511	40,38%
Secundario	4.783	226	5.009	23,77%
Educación Básica	1.314	330	1.644	7,80%
Bachillerato - Educación Media	1.283	54	1.337	6,34%
Ciclo Postbachillerato	166	4	170	0,81%
Superior	2.999	19	3.018	14,32%
Postgrado	125	-	125	0,59%
Se ignora	156	17	173	0,82%
<b>Total</b>	<b>19.308</b>	<b>1.768</b>	<b>21076</b>	<b>100%</b>

**Cuadro No. 7:**Nivel de educación

**Fuente:** Investigación. Censo de Población y Vivienda 2010

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

La mayoría de las personas en Atuntaqui apenas llega al ingreso primario (40,38%), seguido por el nivel secundario (23,77%) y en última instancia por el nivel superior (14,32%) y cuenta con uno de los niveles más bajos (5,24%) de analfabetismo de la provincia. Lo que significa que una buena parte de habitantes no continuaron sus estudios y se volcaron a constituir sus microempresas.

<b>PARROQUIA</b>	<b>NOMBRE DE INSTITUCIÓN</b>	<b>ADMINISTRACIÓN</b>	<b>NIVEL EDUCATIVO</b>
Andrade Marín	Teodoro Wolf	Fiscal	Educación básica
Andrade Marín	Bruno Vinueza Páez	Fiscal	Inicial y educación básica
Andrade Marín	Antonio Ante	Fiscal	Educación básica y bachillerato
Andrade Marín	Teodoro Wolf	Fiscal	Educación básica
Andrade Marín	Francisco José De Caldas	Fiscal	Inicial y educación básica
Andrade Marín	Caritas Felices	Fiscal	Inicial
Andrade Marín	Venezuela	Fiscal	Educación básica
Atuntaqui	Hermano Miguel	Comunidades religiosas	Educación básica
Atuntaqui	Nocturno Atuntaqui	Fiscal	Educación básica y bachillerato
Atuntaqui	Santa Luisa De Marillac	Comunidades religiosas	Inicial y educación básica
Atuntaqui	Julio Miguel Aguinaga	Fiscal	Educación básica
Atuntaqui	Abelardo Moncayo	Fiscal	Educación básica y bachillerato
Atuntaqui	Princesa Pacha	Fiscal	Inicial y educación básica
Atuntaqui	Mundo Infantil Atuntaqui	Personas naturales o jurídicas	Inicial y educación básica
Atuntaqui	2 De Marzo	Fiscal	Inicial y educación básica
Atuntaqui	Pedro Manuel Zumárr	Fiscal	Educación básica
Atuntaqui	Policarpa Salavarrieta	Fiscal	Educación básica
Atuntaqui	24 De Mayo	Fiscal	Educación básica
Atuntaqui	Centro De Formación Artesanal Ambuqui	Fiscal	Educación básica
Atuntaqui	Juan Montalvo	Personas naturales o jurídicas	Educación básica y bachillerato
Atuntaqui	Santo Domingo	Fiscal	Educación básica

Atuntaqui	José María Velasco Ibarra	Fiscal	Educación básica
Atuntaqui	Alberto Enríquez	Fiscal	Educación básica y bachillerato
Atuntaqui	Centro Ocupacional CompuLearning	Personas naturales o jurídicas	No escolarizado
Atuntaqui	Extensión Atuntaqui	Fiscal	Educación básica y bachillerato

**Cuadro No. 8:** Instituciones académicas en Atuntaqui

**Fuente:** Archivo Maestro de Instituciones Educativas –AMIE-

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

La parroquia de Atuntaqui cuenta con 25 instituciones académicas comprendidas desde el nivel inicial hasta el nivel bachillerato, de las cuales los estudiantes de las 23 instituciones académicas que se encuentran impartiendo la educación básica y bachillerato serán los indicados para el presente proyecto

PARROQUIA	NOMBRE INSTITUCIÓN	NIVEL	FINAL DEL PERÍODO	INICIO DEL PERÍODO	REPETIDORES
Andrade Marín	Teodoro Wolf	Educación básica	148	135	13
Andrade Marín	Bruno Vinuesa Páez	Inicial y educación básica	123	123	0
Andrade Marín	Antonio Ante	Educación básica y bachillerato	368	333	35
Andrade Marín	Teodoro Wolf	Educación básica	299	299	0
Andrade Marín	Francisco José De Caldas	Inicial y educación básica	353	350	3
Andrade Marín	Caritas Felices	Inicial	9	8	1
Andrade Marín	Venezuela	Educación básica	185	183	2
Atuntaqui	Hermano Miguel	Educación básica	549	549	0
Atuntaqui	Nocturno Atuntaqui	Educación básica y bachillerato	477	376	101
Atuntaqui	Santa Luisa De Marillac	Inicial y educación básica	752	752	0

Atuntaqui	Julio Miguel Aguinaga	Educación básica	49	49	0
Atuntaqui	Abelardo Moncayo	Educación básica y bachillerato	1127	1028	99
Atuntaqui	Princesa Pacha	Inicial y educación básica	210	206	4
Atuntaqui	Mundo Infantil Atuntaqui	Inicial y educación básica	198	196	2
Atuntaqui	2 De Marzo	Inicial y educación básica	447	446	1
Atuntaqui	Pedro Manuel Zumárraga	Educación básica	210	207	3
Atuntaqui	Policarpa Salavarrieta	Educación básica	550	549	1
Atuntaqui	24 De Mayo	Educación básica	680	680	0
Atuntaqui	Centro De Formación Artesanal Ambuqui	Educación básica	97	97	0
Atuntaqui	Juan Montalvo	Educación básica y bachillerato	192	192	0
Atuntaqui	Santo Domingo	Educación básica	62	60	2
Atuntaqui	José María Velasco Ibarra	Educación básica	138	138	0
Atuntaqui	Alberto Enríquez	Educación básica y bachillerato	1284	1241	43
Atuntaqui	Centro Ocupacional CompuLearning	No escolarizado	0	0	0
Atuntaqui	Extensión Atuntaqui	Educación básica y bachillerato	185	185	0
<b>TOTALES</b>			<b>8692</b>	<b>8382</b>	<b>310</b>

**Cuadro No. 9:** Estudiantes de Atuntaqui periodo 2011 - 2012

**Fuente:** Archivo Maestro de Instituciones Educativas –AMIE-

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

Mediante el siguiente cuadro se puede llegar a determinar la posible demanda del proyecto ya que se puede evidenciar claramente que de las 25 instituciones académicas que comprenden el mercado total (8692 estudiantes), para el presente proyecto se tomaran en cuenta los estudiantes de las 23 instituciones académicas dando un total de 8683 estudiantes, de igual manera podemos apreciar que existe un gran número de estudiantes repetidos (310 estudiantes) que contemplaran el mercado meta del presente proyecto.

### 1.5. Características Socio – Económicas.

#### 1.5.1. Población en Edad de Trabajar

La población en edad de trabajar identifica al número de personas entre diez años o más; a pesar de que la Ley prohíbe el trabajo de menores de edad, bajo esta característica cerca del 81% del total de la población atuntaqueña está en edad de trabajar. La misma población en edad de trabajar se explica como la suma de la población económicamente activa más la población económicamente inactiva.

SEXO	PET	%
Hombre	8.898	47,64%
Mujer	9.779	52,36%
<b>TOTAL</b>	<b><u>18.677</u></b>	<b><u>100,00%</u></b>

**Cuadro No. 10:** Población en edad de trabajar

**Fuente:** Investigación. Censo de Población y Vivienda 2010

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

#### 1.5.2. Población Económicamente Activa.

SEXO	PEA	%
Hombre	6.011	55,33%
Mujer	4.853	44,67%
<b>TOTAL</b>	<b><u>10.864</u></b>	<b><u>100,00%</u></b>

**Cuadro No. 11:** Población económicamente activa

**Fuente:** Investigación. Censo de Población y Vivienda 2010

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

El 46,62% de la población de Atuntaqui está representada por la PEA (población económicamente activa), misma que aporta en las diferentes actividades productivas, y que son parte de la oferta laboral de dicho Cantón.

### **1.5.3. Desarrollo Industrial y Reducción del Desempleo.**

Por otra parte, el año anterior, la Cámara de Comercio Antonio Ante (CCAA) junto a la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial y reducción del desempleo, inició un proyecto piloto de dos años de duración llamado **ONUDI-MICIP** para proporcionar asistencia técnica, formación de promotores de redes micro empresariales y planificación estratégica a los habitantes para que apliquen en las microempresas del Cantón. El Gobierno municipal de Antonio Ante apunta a que el desempleo se reduzca al 3% para este año, luego de que en diciembre del 2.010 ese indicador cerró en 4,9%. En el último trimestre del año que concluyó se registró una recuperación del empleo, pues en septiembre del 2.011 la cifra alcanzó el 6,2%, según datos del Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC), lo cual, según la ministra coordinadora de la Producción se abrirán 30 mil nuevas plazas de trabajo en la provincia de Imbabura con la ayuda del MIDUVI en la construcción. Hoy por hoy, Atuntaqui está dentro de las ciudades competitivas a nivel nacional y es reconocida como las ciudades de la tasa de desempleo más baja del país.

### **1.5.4. Actividades Económicas**

Antonio Ante se caracteriza por ser un cantón netamente textil, sin embargo también la población tiene otras actividades generadoras de ingresos, como se ha denominado en el primer censo económico que se realizó en el año 2.010.

<b>RAMA DE ACTIVIDADES</b>	<b>CASOS</b>	<b>%</b>
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	3.038	16
Explotación de minas y canteras	26	0
Industrias manufactureras	5.322	28
Suministros de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	26	0
Distribuidor de agua, alcantarillado, y gestión de desechos	28	0
Construcción	1.510	8
Comercio al por mayor y menor	2.682	14
Trasporte y almacenamiento	798	4
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	521	3
Información y comunicación	142	1
Actividades financieras y de seguros	124	1
Actividades inmobiliarias	9	0
Actividades profesionales científicas y técnicas	196	1
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	280	1
Administración pública y defensa	623	3
Enseñanza	743	4
Actividades de la atención de la salud humana	408	2
Artes entretenimiento y recreación	76	0
Otras actividades de servicios	258	1
Actividades de los hogares como empleadores	542	3
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	5	0
No declarados	1.170	6
Trabajador numero	471	2
<b>TOTAL</b>	<b>18.998</b>	<b>100</b>

**Cuadro No. 12:** Actividades económicas

**Fuente:** INEC 2010

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

Como antes se mencionó Antonio Ante su mayor fuente de ingresos es de la industria manufacturera en un 28%, seguida por la agricultura, ganadería silvicultura y pesca con un 16% y comercio al por mayor y menor en un 14%. Estas tres actividades son las que más predominan e incentivan al desarrollo del Cantón.

**1.5.2.6. Nivel de Ingresos.**

Atuntaqui a más de su producción textil tiene un fuerte esencial, sus ferias. Se espera la llegada de 130 mil visitantes. Atuntaqui cuenta con más de 500 talleres textiles. El 20% de lo que produce abastece el mercado nacional y el 80% se exporta especialmente al Canadá y Costa Rica.

La ciudad de Atuntaqui genera alrededor de \$15 millones la Expo Moda Atuntaqui 2.012 durante los cinco días de feria. A la vez tienen una participación en unas ruedas de negocios con comerciantes nacionales e internacionales que podrán disfrutar de pasarelas, artistas, gastronomía, artesanías y cultura local. En el mes de Febrero, en pleno Carnaval, Atuntaqui, ubicado a 123 km de Quito, se convertirá en un enorme centro comercial que exhibirá más de 200 marcas textiles y de confección, casual, deportiva, infantil, pijamas, camisetas, blusas de lana y suéteres. Con este serán 12 años de exhibir las mejores colecciones de productos de más de 500 talleres textiles y de confección asentados en el cantón Antonio Ante-Imbabura.

La Cámara de Comercio Antonio Ante (CCAA), la expectativa de este año fue de recibir a 130 mil visitantes en los 250 stands que se ubicarán en el centro de la urbe. La ciudad busca la dinamización en la producción y comercialización de la industria textil, pues para ello se han preparado los más de 200 almacenes y 500 talleres textiles y de confección, que se han tecnificado con la adquisición de moderna maquinaria. Más de 200 productores, nuevas colecciones y precios bajos que han sido los atractivos de la Expo Atuntaqui 2.012. Además de promover el turismo, las plazas de trabajo se incrementarán en un 20%, al igual que el movimiento económico. En promedio, en Atuntaqui se confeccionan unos suéteres al mes que cuestan entre \$7 y \$16 en adelante. En esta localidad, denominada “**Capital Textil del Ecuador**”, se elaboran las prendas que visten a más del 20% de los ecuatorianos, mientras que el restante 80% se exporta a mercados internacionales como el Canadá, Costa Rica y otros.

Atuntaqui es punto de referencia del crecimiento de la ciudad y de la provincia de Imbabura en la última década, donde ha habido un interesante desarrollo de la actividad comercial en la urbe y de las fuentes de empleo.

Tomando en cuenta el personal con el que cuenta cada uno de los más de 200 locales comerciales de la ciudad, que en promedio es de tres personas, significa que en la ciudad solo los locales generan trabajo para unas 1.200 personas. La mayoría de locales es parte de una fábrica, generando plazas de trabajo en áreas administrativas y de producción, todo lo cual llegaría a unos 5.000 empleos directos, según la Cámara de Comercio Antonio Ante. El promedio de venta mensual del sector textil y de confecciones según datos de la cámara de comercio de Antonio Ante (CCAA) es de 15.185.750, la capacidad instalada es de 1.893.500 prendas mensuales y la capacidad de producción mensual es de 1.518.575 prendas.

**Elaborado por:** El Autor

**Fuente:** Investigación Particular. Cámara de Comercio de Antonio Ante

**Año:** 2013

## **1.6. REQUISITOS PARA LA APROBACIÓN DE PERSONALIDAD JURÍDICA**

- Solicitud y copia dirigida a la Lic. Shannon Cadena, Coordinadora Zonal 1 del Ministerio de Inclusión Económica y Social, pidiendo la aprobación del Estatuto y se le conceda a la organización la personalidad jurídica.
- Indicación del lugar en que la organización tendrá su domicilio, en lo posible con referencia de la calle, parroquia, provincia e indicación de un número de teléfono y correo electrónico.
- Se pondrá constituir corporaciones (asociaciones, comités, clubes, colegios de profesores, centros) con un mínimo de 11 personas, las fundaciones con un mínimo de 5 personas.
- Copia del acta constitutiva en la que debe constar:
  - Voluntad de asociarse.
  - Finalidad de crear la organización (objetivo)
  - Nombre de la organización.
  - Nombramiento de la directiva provisional.
  - Los nombres y apellidos completos, numero de cedula de ciudadanía y firmas de todos los socios (as) fundadores asistentes a la Asamblea.

En el Acta Constitutiva debe estar certificada por el secretario de la organización indicando que es una copia del acta original y que las firmas corresponden a las personas que asistieron a la Asamblea Constitutiva.

- La elaboración de un plan de actividades de un año, las fundaciones deberán indicar las fuentes de financiamiento.
- Lista de los socios fundadores (apellidos, nombres, números de cédulas, domicilio y firmas) en orden alfabético.
- Un ejemplar del Estatuto original que debe contener:
  - Constitución, naturaleza, nombre y domicilio de la organización.
  - Objetivos y fines específicos, claramente determinados y vinculados a los objetivos y políticas sociales del MIES y las fuentes de ingresos.
  - Clases de socios.
  - Derechos y obligaciones de los socios.
  - Causales para la pérdida de la calidad de socio.
  - Régimen de solución de controversias.
  - Estructura y organización interna.
  - Mecanismos de elección, duración y alternabilidad de la Directiva.
  - Régimen económico.
  - Causas para la disolución y procedimiento para la liquidación y, El o la Secretaria debe certificar al final del Estatuto, que éste ha sido analizado y aprobado en dos Asambleas de fechas distintas.
- Un CD que contenga el Estatuto.
- Apertura de una cuenta de integración de capital a nombre de la organización con un monto de \$ 400 dólares para corporaciones (asociaciones, comités, clubes, colegios de profesionales) y \$ 4.000 dólares para fundaciones.
- Copias (no a color) de las cédulas y certificados de votación actualizados de todos los socios.
- Sesión de trabajo con la asamblea general de socios.

Ingresar los datos de la organización en [www.sociedadcivil.gob.ec](http://www.sociedadcivil.gob.ec)

## 1.7. CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOR.

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ La ubicación de la ciudad de Atuntaqui es estratégica para el desarrollo educativo porque es una ciudad que va creciendo económicamente a un ritmo elevado.</li><li>➤ El crecimiento poblacional aumenta los requerimientos del servicio de capacitación y nivelación estudiantil.</li><li>➤ Estudiantes de escuelas y colegios con problemas de aprendizaje en varias asignaturas, necesitan una capacitación y nivelación.</li><li>➤ La PEA, es la fuerza productiva local que genera la riqueza y por ende puede contratar el servicio de mejoramiento académico para sus hijos y de igual manera para ellos mismos.</li><li>➤ Proveedores de suministros, materiales y equipos de fácil alcance (proveedores locales).</li><li>➤ En el mercado local no existe un negocio similar que brinde de manera conjunta servicios de mejoramiento académico.</li><li>➤ Existe talento humano calificado en ramas de educación, quienes serán debidamente seleccionados, creando así un equipo de trabajo motivado y comprometido con el cliente.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ La densidad poblacional respecto al espacio de residencia puede producir migración y por ende reducir los futuros usuarios y clientes del centro de mejoramiento académico.</li><li>➤ Al analizar la competencia a nivel provincial, existen centros de educación grandes y posicionados que ofertan variedad de servicios relacionados.</li></ul>

<b>OPORTUNIDADES.</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Se tiene la oportunidad de disminuir el desempleo local.</li> <li>➤ Mejoran los niveles de ingresos de las familias del sector.</li> <li>➤ Satisfacer la demanda actual que existe en el mercado local en cuanto a servicios de mejoramiento académico.</li> <li>➤ Diversificación en los servicios ofrecidos y mejor atención al cliente, satisfaciendo en todo momento sus necesidades.</li> <li>➤ Para la ejecución de este proyecto se requiere de una baja inversión.</li> <li>➤ Recuperación rápida de la inversión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cambios continuos en las necesidades y gustos de los clientes.</li> <li>➤ Constantes reformas a la ley de educación, poniendo en riesgo al centro de mejoramiento académico.</li> <li>➤ El no involucramiento de estudiantes, padres de familia y docentes en el proceso de enseñanza aprendizaje.</li> </ul>

**Cuadro No. 13:**Matriz AOOD

**Fuente:** Investigación Propia, INEC Anuario De Estadísticas Vital.

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

## 1.8. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN.

El crecimiento y desarrollo de la industria textil manufacturera del Cantón Antonio Ante provincia de Imbabura, se ha constituido en el eje fundamental del desarrollo económico y social, pero lamentablemente en Atuntaqui no existe un centro de mejoramiento académico en donde los estudiantes de los diferentes niveles académicos puedan ir a mejorar, aprender, reforzar sus conocimientos en las diferentes materias y asignaturas. Con la creación del centro de mejoramiento académico estos estudiantes podrán satisfacer sus necesidades de capacitación.

La necesidad y oportunidad de inversión se ha identificado así:

- En la ciudad de Atuntaqui se necesita un centro de mejoramiento académico de esparcimiento de conocimiento para la población estudiantil comprendida en el nivel básico y bachillerato.
- Se puede aprovechar el personal de la ciudad para incentivar la economía de la población así como de un óptimo servicio por parte de los mismo para con los usuarios del servicio.
- Se debe considerar la creación de un centro de mejoramiento académico para que exista un rendimiento económico no solo para inversionistas sino para la población en general, con esto se refleja el crecimiento económico de la ciudad de Atuntaqui.
- Debido a que la tecnología avanza cada día, se necesitará una tecnología eficaz y adecuada para la implementación del centro de mejoramiento académico para la ciudad de Atuntaqui.

Todo lo anterior expuesto ayuda a determinar que la creación de un centro de mejoramiento académico en la ciudad de Atuntaqui podría ser una gran oportunidad de creación y de inversión.

## **CAPÍTULO II**

### **2. BASES TEÓRICAS**

Para el desarrollo de las Bases Teóricas del presente proyecto se han respetado las citas bibliográficas de conceptos y opiniones científicas, que se las ha agregado en cada tema y subtema en el transcurso de toda la investigación realizada. A continuación se presenta una síntesis de lo abordado en cada uno de ellos.

#### **2.1. EMPRESA**

URBANO, David, (2009) dice: “una entidad que, independientemente de su forma jurídica, se encuentra integrada por recursos humanos, técnicos y materiales, coordinados por una o varias personas que asumen la responsabilidad de adoptar las decisiones oportunas, con el objetivo de obtener utilidades o prestar servicios a la comunidad.” Pág.20

Se escogió este concepto debido a que define a la empresa como un grupo de personas que trabajan mancomunadamente para elaborar bienes o servicios que satisfagan necesidades humanas.

#### **2.2. EMPRESA DE SERVICIOS**

##### **2.2.1. EL SERVICIO**

Según BATEMAN y SNELL, (2009), manifiesta: “En un contexto competitivo, servicio significa ofrecer a los consumidores lo que desean o necesitan y en el momento en que lo requieren. Así el servicio se enfoca en la satisfacción continua de las necesidades de los clientes, estableciendo una relación benéfica y recíproca de largo plazo. El servicio es también una oferta importante para muchas compañías que venden intangibles” Pág. 52

Se ha considerado este concepto debido a que especifica que el servicio es ofrecer al consumidor/cliente lo que desea y en el momento que lo desea para que pueda satisfacer sus necesidades, también como un bien intangible que debe tener toda compañía que busque el éxito y crecimiento.

#### **2.2.1.1. FACTOR HUMANO**

El servicio está dado por el factor humano que es la fuerza de trabajo de toda empresa o negocio, el mismo que es indispensable para que una empresa pueda funcionar, desarrollarse y crecer, sin factor humano no existe empresa. Éste debe de ser capacitado en las diferentes áreas que vaya a desarrollar sus funciones laborales para que pueda rendir tanto eficazmente como eficientemente.

#### **2.2.1.2. CALIDAD DEL SERVICIO**

Un servicio de calidad, es el pasaporte de la empresa hacia la distinción, reconocimiento y crecimiento en su mercado, es algo tan sencillo y sin embargo es evidente que no es fácil conseguirlo. La calidad del servicio se demuestra en los detalles, la eficiencia, la eficacia que los empleados de una empresa brindan a los clientes de la misma, se trata de que el cliente se siente feliz y a gusto de realizar la compra.

#### **2.2.1.3. ATENCIÓN AL CLIENTE**

La atención al cliente es un aspecto sumamente importante y vital para una empresa, ya que si a un cliente se le trata bien, cordialmente, se lo hace sentir importante, querido y se le brinda un servicio personalizado, éste regresa a la empresa y con él vienen nuevos clientes. Muchas empresas no toman muy en cuenta este factor y por ende no logran crecer y desarrollarse y al contrario decaen y desaparecen. Los trabajadores de una empresa deben estar debidamente capacitados en temas de atención al cliente.

## **2.3. LA CONTABILIDAD**

### **2.3.1.DEFINICIÓN**

Según BRAVO Mercedes, (2009), manifiesta: “Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en un empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o período contable.” Pág. 1

Se consideró este concepto debido a que estable a la contabilidad como la ciencia, el arte y la técnica que ayuda a la adecuada interpretación, procesamiento y control de las transacciones de una empresa para que al finalizar el periodo económico se tenga información clara y oportuna para la correcta toma de decisiones.

### **2.3.2.EL PROCESO CONTABLE**

Según BRAVO Mercedes, (2009), manifiesta: “Se denomina también ciclo contable, constituye la serie de pasos o la secuencia que sigue la información contable desde el origen de la transacción hasta la presentación de los Estados Financieros” Pág. 18

El ciclo contable contiene:

- Comprobantes o Documentos Fuente
- Estado de Situación Inicial
- Libro Diario
- Libro Mayor
- Balance de Comprobación
- Hoja de Trabajo
- Ajustes y Resultados
- Cierre de Libros
- Estados Financieros

### **2.3.3. ESTADOS FINANCIEROS**

Según BRAVO Mercedes, (2009), manifiesta: “Los Estados Financieros se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la compañía a través de varios Estados Financieros.” Pág. 27

Se escogió este concepto debido a que define a los estados financieros como los documentos que se elaboran para proporcionar información financiera de la empresa para una adecuada toma de decisiones.

#### **2.3.3.1. OBJETIVOS**

- La información pertinente es útil para la correcta toma de decisiones y la evaluación del desempeño pasado de la empresa, es confiable cuando está libre de errores importantes y libre de perjuicios desde un punto de vista particular.
- Para que la información sea útil, debe ser pertinente, confiable y comparable.
- La información comparable se puede comparar de un periodo a otro para ayudar a los inversionistas y acreedores a saber el progreso del negocio a través del tiempo.
- Proporcionar información útil para la toma de decisiones de inversión y de préstamos.

#### **2.3.3.2. CLASIFICACIÓN**

- El Estado de Resultados, de Situación Económica o Estado de Pérdidas y Ganancias.
- Estado de Ganancias Retenidas o Estado de Superávit
- Estado de Situación Financiera o Balance General
- Estado de Flujo de Efectivo

- Estado de Cambios en el Patrimonio.

## **2.4. ESTRATEGIA EMPRESARIAL**

La Estrategia Empresarial es de suma importancia para la empresa ya que define los objetivos generales y los cursos de acción fundamentales tomando en cuenta los medios actuales y potenciales de la empresa para poder lograr una introducción óptima de esta en su medio o entorno.

## **2.5. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EXTERNO**

El diagnóstico situacional externo es considerado como un estudio necesario e indispensable para determinar los factores del entorno de una nueva empresa los cuales deben de ser tomados muy en cuenta para poder crecer y desarrollarse.

### **2.5.1. DEMOGRAFÍA**

Según BATEMAN y SNELL, (2009), manifiesta: “La demografía mide las diferentes características de las personas que conforman un grupo o unidad social, los grupos de trabajo, las organizaciones, los países, los mercados y las sociedades pueden describirse estadísticamente haciendo referencia a medidas demográficas como la edad de sus miembros, el género, el tamaño de la familia, el ingreso, la educación, la ocupación, etc.” Pág. 46 - 47

La demografía se define como el conjunto de características de un grupo de personas en particular, esta información es importante para poder conocer el ambiente en el cual se va a establecer o implantar el negocio o empresa, ayudar a tener una visión clara de un determinado lugar.

### **2.5.2. OBJETIVOS**

Ayuda a la empresa a tener conocimiento del entorno, sus ventajas, fortalezas, debilidades, oportunidades, entre otras, toda esta

información debe de ser obtenida mediante un estudio previo a la implantación del negocio para que pueda ofrecer información útil y veras.

### **2.5.3. VARIABLE**

Las variables son aquellos términos básicos con los que se identifica los objetivos, de estas variables parten los indicadores, los cuales amplían la visión de la variable, entonces se entiende por variable las características o cualidades de la realidad que es susceptible de asumir diferentes valores, es decir, que puede variar, aunque para un objeto determinado que se considere puede tener un valor fijo.

### **2.5.4. INDICADOR**

Según HERNÁNDEZ, Sergio, (2008), dice: “Los indicadores son coeficientes, razones, índices o expresiones numéricas de la relación proporcional entre dos o más medidas que permiten conocer, en términos absolutos y relativos, una variable económica, administrativa, financiera, etc., para administrarla en términos ideales-estándar, controlando y orientando su comportamiento hacia las estrategias competitivas del negocio.” Pág. 284

Se escogió este concepto debido a que manifiesta que un indicador permite conocer absolutamente y relativamente las variables, las cuales deben de controlarse y orientarse para poder obtener resultados positivos.

### **2.5.5. POBLACIÓN UNIVERSO**

En términos estadísticos, población universo es el conjunto finito o infinito de personas, animales o cosas que presentan características comunes, sobre los cuales se quiere realizar un estudio determinado. De otra manera se puede definir a la población universo como la totalidad de los valores posibles de una característica particular de un grupo especificado de personas, animales o cosas que se desean estudiar en un determinado momento.

## 2.5.6. MUESTRA

La muestra es un subconjunto de la población, el cual es seleccionado de tal forma, que sea representativo de la población en estudio, obteniéndose con el fin de investigar más detenidamente alguna o algunas de las propiedades de la población de la cual procede. En otras palabras es una parte de la población que sirve para representarla. Es una parte o porción extraída de un conjunto por métodos que permiten considerarla como representativa del mismo y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra sólo podrán referirse a la población en referencia.

## 2.5.7. TIPOS DE INFORMACIÓN

**2.5.7.1. Información primaria:** Es la información que se obtiene de fuentes primarias, es decir de las personas que tienen conocimiento de dicha información, en este tipo de información el investigador se cerciora de los datos porque lo realiza personalmente, mediante la utilización de encuestas, entrevistas, observación directa, entre otras.

**2.5.7.2. Información secundaria:** Es la información que se obtiene de fuentes secundaria, es decir otras personas investigaron el tema y lo difundieron a través de internet, libros, fuentes de consulta, entre otras.

## 2.6. ESTUDIO DE MERCADO

Según BACA, Gabriel, (2010), manifiesta: “Se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio, consta de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, análisis de los precios y el estudio de la comercialización.” Pág. 7

Se consideró este concepto debido a que considera al estudio de mercado como el primer paso que se debe realizar para poder conocer

diferentes aspectos como la oferta, demanda, precios, comercialización, entre otros, necesarios e indispensables para poder poner en funcionamiento un negocio.

### **2.6.1. SERVICIO**

Según BATEMAN y SNELL, (2009), manifiesta: “En un contexto competitivo, servicio significa ofrecer a los consumidores lo que desean o necesitan y en el momento en que lo requieren. Así el servicio se enfoca en la satisfacción continua de las necesidades de los clientes, estableciendo una relación benéfica y recíproca de largo plazo. El servicio es también una oferta importante para muchas compañías que venden intangibles” Pág. 52

Se eligió este concepto debido a que define al servicio como un bien intangible que satisface las necesidades de los clientes y que es fácilmente vendido en el mercado.

### **2.6.2. OFERTA**

Según Baca, Gabriel, (2010), expresa que: “La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.” Pág. 41

Se escogió este concepto debido a que define a la oferta como todos los proveedores que existen en el mercado y que por ende constituyen la competencia actual del producto o servicio y a los cuales hay que superar para poder atraer mayor clientela y mayores ingresos para el negocio.

#### **2.6.2.1. TIPOS DE OFERTA**

- Monopólica
- Oligopólica
- Competitiva

### 2.6.2.2. FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA

- Conocimiento de la competencia
- Conocimiento de la capacidad instalada
- Conocimiento de restricciones
- Oferta externa
- Tecnología
- El gobierno

### 2.6.3. DEMANDA

AISPUR, F Y CASTILLO, J, (2012), dicen que: “La demanda es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para obtener un determinado producto que satisfaga dicha necesidad. Es la cantidad de productos que el consumidor estaría dispuesto a comprar o a usar a un precio determinado.”Pág. 147

Se escogió este concepto debido a que define a la demanda como la cantidad de productos que los compradores o consumidores estarían dispuestos a comprar o a usar para poder satisfacer sus necesidades.

#### 2.6.3.1. TIPOS DE DEMANDA

- **Demanda Potencial:** Está integrada por todos los “posibles” compradores. El término potencial puede traducirse como posible. Esta demanda considera a todas las personas naturales o jurídicas que tienen la capacidad de adquirir un determinado producto servicio y que de una u otra manera han manifestado su deseo de comprarlo. Este sector puede ubicarse en el espacio geográfico local, nacional o internacional, sin descartar ninguno de ellos.
- **Demanda Real:** Como su nombre lo indica, esta demanda se relaciona con las personas que podrían ser los clientes fijos o

seguros, es decir los compradores habituales, a los que se suman los exportadores, con quienes ya se ha establecido un contacto y han adquirido un compromiso de llevar un producto al extranjero.

- **Demanda Actual:** Es aquella que está compuesta de los compradores reales que cuenta la empresa, esta demanda se encarga de comprobar la existencia y ubicación de los compradores del producto.

### 2.6.3.2. FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA

Dentro de los factores que afectan la demanda se encuentran:

- Tamaño y crecimiento de la población
- Hábitos de consumo
- Preferencias y gustos personales
- Niveles de ingreso
- Incrementos de precios
- Precio interno
- Precio de mercado o competencia
- Condición geográfica
- Promoción y publicidad
- Nivel de educación
- Políticas de estado

### 2.6.3.3. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

- **Tendencia histórica de la demanda:** Los conocidos en la materia de mercadotecnia aconsejan realizar el estudio de la tendencia con una proyección de por lo menos 5 años (dependiendo de cuanto lleva el producto en el mercado).

Para la proyección se continúa con la tendencia histórica siempre que se presuma que las observaciones del pasado continuarán con seguridad en

el futuro. Lo más conveniente es afectar la tendencia con las circunstancias que se admite se presentarán.

➤ **Método de la tendencia histórica:**

$Y = a + bx$  mínimos cuadrados

$\text{Sum } Y = na + b \text{ sum } X$

$\text{Sum } XY = a \text{ Sum } X + b \text{ Sum } X^2$

Se aplica para bienes que no son básicos.

➤ **Método del monto:** Para bienes básicos cuyo comportamiento es similar al de la población.

$$P_n = P_o (1 + i)^n$$

$P_n$  = Población en el año "n"

$P_o$  = población en el año base

$i$  = tasa de crecimiento anual

$n$  = número de años

#### 2.6.4. DEMANDA INSATISFECHA

Su determinación se da de la relación:

DEMANDA INSATISFECHA = Oferta Futura – Demanda Futura

Para el cálculo de la demanda insatisfecha hay tomar en cuenta los resultados de la siguiente forma:

- Si el resultado es positivo se archiva el proyecto, es decir no es factible de llevarlo a cabo.
- Si es negativo se continúa, es factible de realizarlo.

### **2.6.5. PRECIO**

Según HERNÁNDEZ, Sergio, (2008), dice: “El éxito de la comercialización de un producto o servicio radica en determinar correctamente el precio de venta, para lo cual se requiere conocer los costos, gastos administrativos de la empresa y margen de utilidad proyectada, así como precios de los productos y/o servicios en el mercado en cada segmento o sección del mismo en el que la empresa compite” Pág. 280

Se eligió este concepto debido a que define al precio como lo principal por poder tener éxito en la venta de algún producto o servicio, para lo cual hay que tomar en cuenta los costos y gastos y la utilidad por producto.

#### **2.6.5.1. ANÁLISIS DEL PRECIO**

Para el análisis del precio hay que tomar en cuenta la unidad frecuente de medida en el mercado (Kg., litros, libras, paquetes, entre otros); pero para el caso de estudio se toma en cuenta el número de horas de servicio y el costo del personal necesario para brindar dicho servicio y de igual manera se toma en cuenta que sea competitivo.

#### **2.6.5.2. PROYECCIÓN DEL PRECIO**

Para la proyección del precio se toma en cuenta la inflación anual que existe en el país, de igual manera se debe de considerar los precios históricos del servicio.

### **2.6.6. CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

Los canales de distribución son todos los medios que se necesitaran para que el producto o servicio que se pretende brindar llegue al consumidor final, también se los puede llamar intermediarios que son

las personas por las cuales pasa el producto antes de llegar al consumidor final.

### **2.6.7. SEGMENTACIÓN DE MERCADOS**

Según HERNÁNDEZ, Sergio, (2008), dice: “Es el proceso de dividir el mercado en grupos homogéneos (segmentos), a fin de determinar el mercado meta en términos de valor económico. Permite a las empresas definir los productos y servicios que ofrecerá en términos de calidad, precio y canales de distribución, así como determinar los elementos intangibles que influyen en la decisión de los clientes a partir de marca, etiqueta, empaque, publicidad y promoción.” Pág. 282

Se eligió este concepto debido a que establece que la segmentación es muy importante para poder determinar los diferentes grupos en los cuales se va a enfocar un negocio, lo cual permite facilidad al momento de realizar la determinación de precios, canales de distribución, publicidad, entre otros.

La segmentación del mercado puede darse de acuerdo a criterios como:

- Área geográfica
- Cultura
- Edad
- Género
- Ocupación
- Gustos y preferencias
- Niveles socioeconómicos
- Entre otros

## **2.7. ESTUDIO TÉCNICO**

AISPUR F y CASTILLO J, (2012), manifiestan: “En el estudio de la viabilidad financiera de un proyecto el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones pertinentes en esta área.” Pág. 150

El estudio técnico consta de todos los procesos, materiales, insumos, tecnología, entre otros, que se deben de tomar en cuenta para poner en marcha el proyecto o empresa, nos ayuda a tener una visión del capital necesario para poder crear un negocio.

### **2.7.1. LOCALIZACIÓN**

BACA, Gabriel, (2010), manifiesta: “La localización óptima de un proyecto, es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social).” Pág. 86

Se eligió este concepto debido a que define a la localización como el lugar más adecuado para que la empresa a la empresa la puedan localizar y se dé a conocer y de igual manera represente los menores costos unitarios.

#### **2.7.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN**

La macro localización consiste en establecer con toda precisión y certeza el lugar geográfico más adecuado donde se llevara a cabo el proyecto o donde se ubicara el negocio, considerando: Región, provincia y cantón.

### **2.7.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN**

En la micro localización se establece condiciones más específicas o particulares que permiten establecer y dar a conocer con certeza el lugar donde se va a desarrollar el proyecto, considerando: parroquia, dirección y croquis.

## **2.8. ADMINISTRACIÓN**

Según BATEMAN y SNELL, (2009), manifiesta: “La administración es el proceso de trabajar con las personas y con los recursos para cumplir con los objetivos organizacionales” Pág. 14

Se escogió este concepto debido a que define a la administración el proceso de saber manejar y dirigir tanto a las personas como también a los recursos de la empresa para de esta manera poder llegar a cumplir con los objetivos organizacionales e institucionales.

### **2.8.1. PROCESOS DE LA ADMINISTRACIÓN**

#### **2.8.1.1. PLANEACIÓN**

Según BATEMAN y SNELL, (2009), manifiesta: “Planear es definir las metas que se perseguirán y anticipar que acciones serán las adecuadas para alcanzarlas.” Pág. 15

Se escogió este concepto debido a que define a la planeación como todas las metas que se querrá lograr o cumplir en el transcurso de un periodo determinado y buscar las acciones que ayudaras a cumplirlas dentro de la institución.

### **2.8.1.2. ORGANIZACIÓN**

Según BATEMAN y SNELL, (2009), manifiesta: “La organización es la unión y la coordinación de los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros necesarios para la consecución de las metas. La organización de las actividades incluye atraer a las personas a la organización, especificar las responsabilidades de trabajo, agrupar las tareas en unidades de trabajo, discernir y asignar los recursos y crear las condiciones para que las personas y las cosas funcionen juntas con el objeto de alcanzar el máximo éxito.” Pág. 15

Se escogió este concepto debido a que define a la organización como la coordinación de todos los recursos para que integren y se relacionen de tal manera que se pueda alcanzar el máximo éxito y la mejor optimización de los mismos en la institución o negocio.

### **2.8.1.3. DIRECCIÓN**

BATEMAN y SNELL, (2009), manifiestan: “Dirigir es estimular a las personas a desempeñarse mejor. Incluye la motivación y la comunicación con empleados, individual o grupalmente, así como el contacto estrecho y cotidiano con las personas y la guía e inspiración hacia metas de equipo y de la organización. La dirección ocurre en equipos, departamentos y divisiones, así como en la cima de grandes organizaciones.” Pág. 15 - 16

La dirección es la acción de estimular a las personas para que realicen sus funciones de la mejor manera y a la vez dirigirlos adecuadamente para poder llegar a cumplir las metas y objetivos empresariales.

#### **2.8.1.4. CONTROL**

Según BATEMAN y SNELL, (2009), manifiesta: “El control es el monitoreo del desempeño y la implementación de los cambios necesarios, a través de este los directivos pueden asegurarse de que los recursos de la organización son utilizados de acuerdo con los planes y que la organización está cumpliendo con sus metas de calidad y seguridad” Pág. 16

El control es un proceso en la cual se hace un estudio de las metas de una empresa para poder analizar y verificar que todo este marchando adecuadamente y si existen errores, corregirlos a tiempo. El control ayuda a verificar si los otros procesos anteriores se han realizado de una forma adecuada.

#### **2.8.2. MISIÓN**

Según HERNÁNDEZ Sergio, (2008), dice: “La misión debe estar definida en términos de existencia organizacional para servir a los usuarios o clientes, quienes al estar satisfechos, adquirirán sus productos y recomendarán a la empresa.” Pág. 358

Se eligió este concepto debido a que define a la misión como la razón de ser de la empresa y toma un enfoque muy esencial que son los clientes ya que de ellos depende, por ellos funcionan y gracias a ellos pueden crecer.

#### **2.8.3. VISIÓN**

Según HERNÁNDEZ Sergio, (2008), dice: “Conjunto de ideas rectoras y mapas de ruta del futuro de la organización, de la dirección que lleva, de la posición que pretende ocupar y de las capacidades que planea desarrollar” Pág. 358

Se eligió este concepto debido a que define a la visión como la perspectiva claro del futuro, del lugar al cual se quiere llegar en un determinado tiempo, todas las metas y objetivos que se quieren cumplir en el transcurso del tiempo. Todo aquello que se quiere llegar a lograr en un futuro no muy distante.

## **2.9. MARKETING MIX**

KOTLER Philip y ARMSTRONG Gary, (2008) dicen: “Es el conjunto de instrumentos de marketing tácticos y controlables que la empresa combina para generar la respuesta deseada en el mercado objetivo. Está compuesto por todo aquello que la empresa pueda hacer para influir sobre la demanda de su producto.” Pág. 60

El marketing mix es la combinación de varias estrategias como producto, precio, publicidad, promociones, entre otras, que se utilizan para poder llamar la atención del cliente hacia un determinado producto, esta publicidad y promoción debe ser llamativa e interesante para que se pueda competir con otros productores del mismo producto o servicio y de esta manera se vea afectada la demanda del producto.

### **2.9.1. PRODUCTO**

Es todo bien materia o inmaterial que una empresa ofrece a un mercado objetivo, este producto o servicio tiene características y especificaciones que lo diferencias de otros que ya existen en el mercado y que ya están posicionados en la mente de los consumidores, este producto debe de ser de calidad para que el cliente se sienta bien al adquirirlo.

### **2.9.2. PRECIO**

Es el valor que los compradores o clientes tendrán que pagar por un producto o servicio con el fin de satisfacer una necesidad, este precio debe de ser el adecuado para que el cliente no se sienta bien al cancelarlo y no se sienta perjudicado o estafado.

### **2.9.3. PLAZA**

Se la conoce también como canales de distribución, dentro de la plaza abarca todas las actividades que la empresa debe hacer para que el producto llegue o se encuentre disponible al consumidor final.

### **2.9.4. PROMOCIÓN**

La promoción no es más que las actividades que hacen que los productos que brinda una empresa se diferencien de otros existentes en el mercado, esto ayuda a que el cliente se decida por adquirir el producto o servicio que la empresa ofrece.

## **2.10. ESTUDIO FINANCIERO**

AISPUR F y CASTILLO J, (2012), manifiestan: “Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.” Pág. 153

Se escogió este concepto debido a que define al estudio financiero como la etapa en la cual se debe de ordenar y sistematizar toda la información económica que se la obtenido de etapas anteriores, mediante la

utilización de cuadros y tablas que den un mejor entendimiento a los dueños del negocio o a los accionistas, de igual manera este estudio ayuda a evaluar el proyecto y ver si existe o no rentabilidad en el negocio.

### **2.10.1. PRESUPUESTO**

Según HERNÁNDEZ, Sergio, (2008), manifiesta que: “Son estimaciones programadas de ingresos y egresos por partida o rubros de operación y resultados en términos monetarios para un periodo de operaciones (quincenal, mensual, trimestral, etc). Determina las políticas de aplicación de los recursos y las prioridades. Su objetivo es generar una disciplina en la correcta eficiencia del uso.” Pág. 312

Se eligió este concepto debido a que define al presupuesto como la estimación de todos los gastos y todos los ingresos que va a tener una empresa o un negocio en un periodo de tiempo determinado, esta información ayuda a generar un correcto uso de los recursos disponibles y su eficiente uso.

### **2.10.2. FLUJO DE EFECTIVO**

ROMERO, Javier (2010), afirma: “Es un estado financiero básico que muestra las fuentes y aplicaciones de efectivo de la entidad en el periodo, las cuales clasificadas en actividades de operación, de inversión y financiamiento.” Pág. 260

El flujo de efectivo es un estado que muestra el comportamiento del efectivo en la etapa que tiene de operación el proyecto (más de 1 año), cabe recalcar que estos valores son solo estimaciones y aproximaciones de efectivo que se espera tener en el futuro.

## 2.11. EVALUADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO

### 2.11.1. VALOR ACTUAL NETO

DÍAZ, Flor, (2009), expresa: “El VPN de un proyecto de inversión no es otra cosa que su valor medido en dinero de hoy, y el equivalente en valores actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros que constituyen el proyecto.” Pág. 302

Se menciona que el VAN está constituido por todos los flujos de ingresos y gastos que va a tener un proyecto en su vida útil, estos flujos son traídos al presente, este evaluador ayuda a evaluar a nivel financiero cualquier proyecto. Si la diferencia entre los valores actuales de los flujos de ingresos y gastos es mayor que cero, hay que considerar a la inversión realizada, como atractiva; pues, se están generando beneficios; si la diferencia es igual a cero, la inversión generaría un beneficio igual al que se obtendría sin asumir ningún riesgo; y si es menor que cero, el proyecto no es factible.

#### 2.11.1.1. FÓRMULA DEL VAN

Matemáticamente se determina por la siguiente fórmula:

$$VAN = < Inversión > + \frac{\sum FCN}{(1+i)^1} + \frac{\sum FCN}{(1+i)^2} + \frac{\sum FCN}{(1+i)^3} \dots + \frac{\sum FCN}{(1+i)^n}$$

**FC**= Flujos de caja proyectados

**i** = Tasa de descuento

**n** = Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión.

**VAN** positivo, significa que existe rentabilidad

**VAN** negativo, inversión no rentable o no atractiva

## 2.11.2. TASA INTERNA DE RETORNO

DÍAZ, Flor, (2009), afirma: “Es la tasa de descuento, actualización o equilibrio que aplicada al flujo de caja del proyecto produce un valor presente neto igual a cero.” Pág. 311

Se menciona que la TIR es la rentabilidad que es devuelta por la inversión durante su vida útil, para establecer teóricamente la bondad del proyecto se compara la tasa interna de retorno con la tasa de rendimiento medio, en la práctica se considera adecuado que el TIR sobrepase al menos con 10 puntos como máximo al TRM.

### 2.11.2.1. CLASES DE TIR

#### ➤ TIR ECONÓMICO

Esta TIR se da cuando la inversión tiene solo aporte propio, es decir el riesgo no es compartido, se asume toda la incertidumbre del proyecto.

#### ➤ TIR FINANCIERA

Esta TIR se da cuando la inversión es con financiamiento, es decir tiene riesgo compartido.

#### ➤ TIR REAL

En esta TIR solo analiza los flujos de caja positivos, el flujo de caja negativo no se toma en cuenta.

### 2.11.2.2. CÁLCULO DEL TIR

Para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno se lo realiza de dos formas: Interpolación y Fórmula. La fórmula para el cálculo del TIR es la siguiente.

$$TIR = Ti + \frac{Ti(VAN(+)) - VAN(-)}{Ts - Ti}$$

**Ti** = Tasa inferior de redescuento

**Ts** = Tasa superior de redescuento

**VAN** = Valor positivo

**VAN** = Valor negativo

### 2.11.3. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (B/C)

DÍAZ, Flor, (2009), afirma: “Este indicador consiste en la separación de los ingresos y los egresos del proyecto y la relación existente entre ellos. En este caso se suman todos los ingresos y los egresos del proyecto para cada período, recalculan sus valores presentes y se calcula la razón entre ellos.” Pág. 318

Para realizar la relación beneficio/costo es de suma importancia determinar los valores que constituyen los ingresos llamados “Beneficios” y qué valores constituyen los egresos llamados “Costos”. Sirve para comparar el valor actual de los ingresos de un proyecto con los costos que se generan por el mismo. Es decir el beneficio de un proyecto está dado por los ingresos, a mayor cantidad de ingresos que se obtenga; se tendrá mayor beneficio.

#### 2.11.3.1. FÓRMULA DE CÁLCULO

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos}/(1+i)^n}{\sum \text{Egresos}/(1+i)^n}$$

Si B/C es mayor que 1, existe un adecuado retorno

Si B/C es menor que 1, no hay un adecuado retorno, la inversión no es atractiva.

Si B/C es igual a 1, significa indiferencia tampoco es aceptable la inversión.

### 2.11.4. TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

BESLEY, Scott, (2009)define: “El período de recuperación del proyecto está definido como el número de años esperado que se requiere para recuperar la inversión original (el costo del activo).” Pág. 365

A partir de lo anteriormente expuesto se puede deducir que el período de recuperación de la inversión es un evaluador financiero que permite determinar en qué periodo de tiempo se recuperará la inversión inicial realizada mediante los flujos de efectivo proyectados; es decir en cuántos años los flujos de efectivo igualarán el monto de la inversión inicial.

La fórmula que se utiliza para calcular el período de recuperación es la siguiente:

$$Tiempo.de.Recuperación = \frac{Inversión}{Flujo.Neto.de.Efectivo}$$

#### 2.11.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

Según HERNÁNDEZ, Sergio, (2008), dice: “Es el momento en que el importe de las ventas es el suficiente para absorber los costos y gastos y, por lo tanto, la utilidad de operación es cero, es decir, no hay perdida o ganancia. Estudia las relaciones entre costos fijos, costos variables y utilidades.” Pág. 311-312

$$IT = CT$$

$$Ingreso = Costo\ total$$

$$IT = CF + CV$$

$$Ingreso = Costo\ fijo + Costo\ variable$$

$$P(x) = CF + CV(x)$$

$$P(x) - CV(x) = CF$$

$$X = \frac{CF}{P - CV}$$

En donde:

**P**= Precio por unidad

**X**= Número de unidades vendidas

**CV**= Costo variable por unidad

**CF**= Costo fijo total

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

El presente estudio de mercado tiene como finalidad determinar la demanda y oferta de los servicios que ofrece los centros de mejoramiento académico en la ciudad de Atuntaqui; en cuanto a educación, capacitación, mejoramiento e impartición de conocimientos.

El Estudio de Mercado constituye en el proyecto un proceso muy importante, porque permitirá definir la aceptabilidad o rechazo del servicio que se va a ofertar en el mercado, a través de este estudio se obtiene información referente a clientes, servicio, precio, tipo de distribución, promociones, competidores y proveedores.

El estudio fue realizado en la zona urbana de la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura, en donde se investigó las variables: servicios, demanda, oferta, precios, proveedores y comercialización, para ello se utilizó la siguiente fuente de información:

La fuente primaria, consistió, en la aplicación de dos tipos de encuestas, la primera realizada a la Población Económicamente Activa de la ciudad de Atuntaqui y la segunda encuesta a los estudiantes de nivel básico y bachillerato de la ciudad de Atuntaqui.

#### **3.1. OBJETIVOS**

##### **3.1.1. OBJETIVO GENERAL**

Efectuar un estudio de mercado que permita determinar la oferta y demanda existente, los precios del servicio y los medios más idóneos de publicitar el centro.

##### **3.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

3.1.2.1. Determinar los servicios relacionados existentes en la ciudad de Atuntaqui.

- 3.1.2.2. Analizar la demanda del servicio de mejoramiento académico.
- 3.1.2.3. Identificar la oferta de los servicios relacionados existentes en la ciudad de Atuntaqui.
- 3.1.2.4. Determinar los precios de los servicios de mejoramiento académico.
- 3.1.2.5. Establecer los medios de comunicación adecuados para difundir los servicios que ofrecerá el centro de mejoramiento académico.

## **3.2. INDICADORES**

- 3.2.1. Oferta
- 3.2.2. Demanda
- 3.2.3. Competencia
- 3.2.4. Precio
- 3.2.5. Publicidad
- 3.2.6. Servicios adicionales

## **3.3. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN**

### **3.3.1. ENCUESTAS**

La población de estudio es la población económicamente activa de Atuntaqui, quien está en posibilidad de contratar los servicios de mejoramiento académico y de igual manera el número de estudiantes que se encuentran cruzando el nivel básico y bachillerato, ya que se debe ver si existe o no aceptación por parte de los estudiantes para la creación de un centro donde puedan nivelar sus conocimientos.

<b>SEXO</b>	<b>PEA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Hombre	6.011	55,33%
Mujer	4.853	44,67%
<b>TOTAL</b>	<b><u>10.864</u></b>	<b><u>100,00%</u></b>

**Cuadro No. 14:** Población económicamente activa

**Fuente:** Investigación. Censo de Población y Vivienda 2010

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

<b>Años lectivos</b>	<b>NUMERO DE ESTUDIANTES</b>
<b>Inicial – 3 a 4 años</b>	<b>298</b>
Básica – año 1	592
Básica – año 2	622
Básica – año 3	633
Básica – año 4	669
Básica – año 5	609
Básica – año 6	655
Básica – año 7	600
Básica – año 8	789
Básica – año 9	765
Básica – año 10	714
Bachillerato – año 1	696
Bachillerato – año 2	587
Bachillerato – año 3	463
<b>Total</b>	<b>8.692</b>

**Cuadro No. 15:** Número de estudiantes de nivel básico y bachillerato en Atuntaqui

**Fuente:** Archivo Maestro de Instituciones Educativas –AMIE-

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

Mediante la presente tabla se puede determinar que en la ciudad de Atuntaqui existen 8.692 estudiantes, de los cuales para la presente investigación se tomara en cuenta solo a 8.394 estudiantes debido a que los estudiantes que se encuentran en nivel de educación inicial (3 a 4 años) no serán tomados en cuenta para el cálculo de la muestra ya que no son de suma importancia para el proyecto y no podrían ser encuestados.

### **FÓRMULA**

$$n = \frac{z^2 \delta^2 N}{(e)^2(N - 1) + z^2 \delta^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5^2 \times 19.258}{0,05^2(19.258 - 1) + 1,96^2 \times 0.5^2}$$

$$n = \frac{18.495,38}{48,14 + 0,9604} \quad n = \frac{18.495,38}{49,1029} \quad n = 376,6658$$

Después de realizar el cálculo pertinente se ha llegado a determinar que las personas encuestadas van a ser 377 personas, de las cuales se ha determinado por regla de tres que porcentaje de encuesta se debe de realizar a la PEA y que porcentaje a los estudiantes, llegando a determinar que 164 encuestas serán realizadas a los estudiantes de las diferentes instituciones educativas y 213 encuestas serán aplicadas a la población económicamente activa de la ciudad de Atuntaqui.

### 3.3.2. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

#### ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE ATUNTAQUI

1. ¿Tiene hijos estudiando en la escuela y/o colegio?

CONCEPTO	ESCUELA	N° HIJOS	CONCEPTO	COLEGIO	N° HIJOS
Si	96	151	SI	104	181
No	117		NO	109	
<b>TOTAL</b>	<b>213</b>	<b>151</b>	<b>TOTAL</b>	<b>213</b>	<b>181</b>

**Cuadro No. 16**

**Fuente:** Encuesta a padres de familia (PEA)

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



**Gráfico No. 1.1**

**Fuente:** Cuadro No. 16

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

## Análisis:

Después de analizar la información se puede determinar que la mayoría de las personas encuestadas tienen hijos estudiando en el colegio, siendo representado por 181 estudiantes, un número mayor que el de los estudiantes de la escuela que son representados por 151 estudiantes, cabe aclarar un dato muy relevante, en la encuestas realizadas hubieron 13 personas que manifestaron que no tenían hijos ni en el nivel básico ni en el nivel bachillerato, estas encuestas no fueron tomadas en cuenta para el resto de preguntas. Estos datos brindan una valiosa información que la mayoría de las personas por lo menos tiene un hijo estudiando ya sea en la escuela o en el colegio, esto demuestra que si existe mercado para el proyecto.

2. ¿Conoce usted si su hijo tiene alguna dificultad en alguna materia determinada?

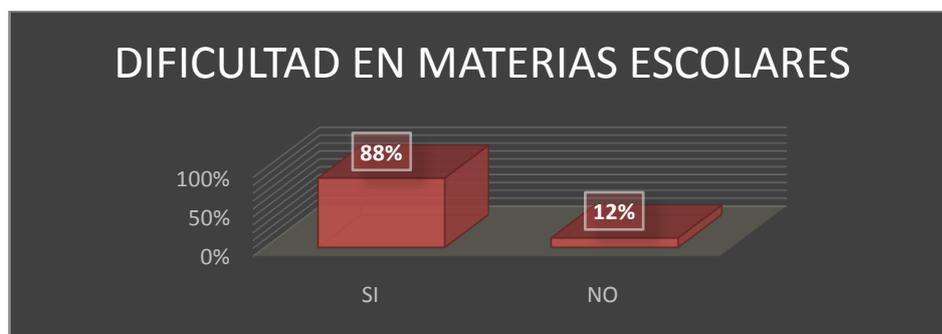
CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	176	88%
No	24	12%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

**Cuadro No. 17**

**Fuente:** Encuesta a padres de familia (PEA)

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



**Gráfico No. 1.2**

**Fuente:** Cuadro No. 17

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

### Análisis:

Frente a la inquietud de que si los estudiantes tienen alguna dificultad en el rendimiento de alguna asignatura, 176 personas encuestadas supieron manifestar que sus hijos si tienen dificultades y que representa el 88 por ciento de los encuestados, considerándose estos datos se puede determinar que se puede continuar con el estudio del proyecto.

3. Si su respuesta es SÍ, ¿Cuáles son las materias que tiene mayor dificultad en el aprendizaje?

#### NIVEL BÁSICO

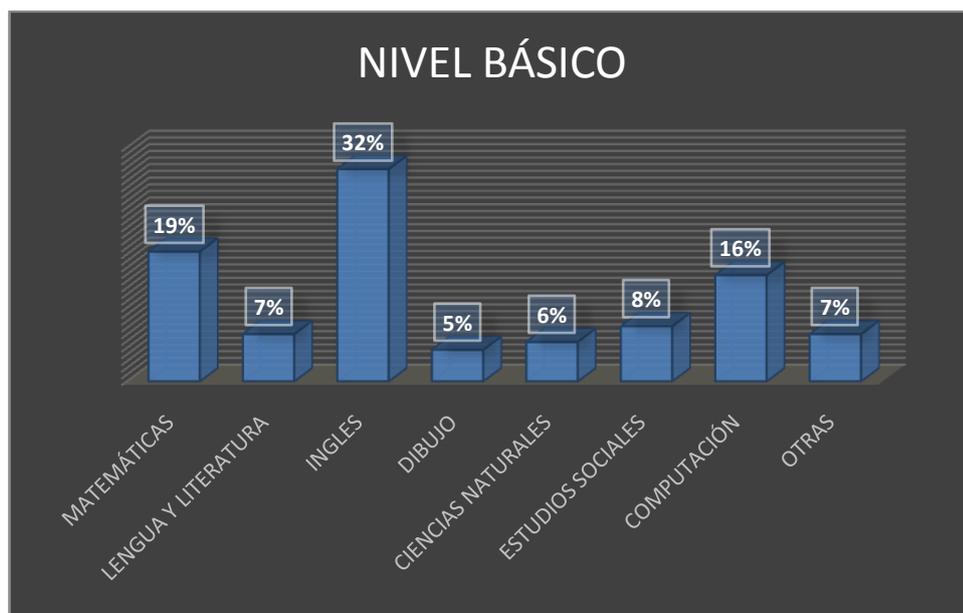
CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Matemáticas	33	19%
Lengua y literatura	12	7%
Ingles	54	32%
Dibujo	8	5%
Ciencias naturales	10	6%
Estudios sociales	14	8%
Computación	27	16%
Otras	12	7%
<b>TOTAL</b>	<b>170</b>	<b>100%</b>

**Cuadro No. 18**

**Fuente:** Encuesta a padres de familia (PEA)

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



**Gráfico No. 1.3**

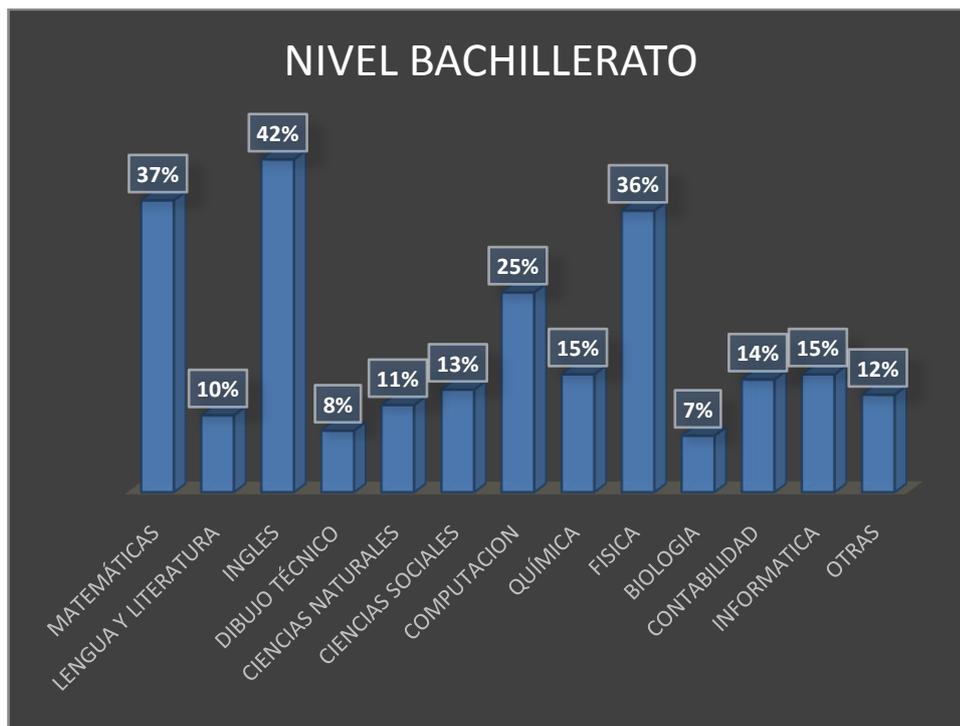
**Fuente:** Cuadro No. 18  
**Elaborado por:** El autor  
**Año:** 2013

### NIVEL BACHILLERATO

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Matemáticas	57	37%
Lengua y literatura	15	10%
Inglés	65	42%
Dibujo técnico	12	8%
Ciencias naturales	17	11%
Ciencias sociales	20	13%
Computación	39	25%
Química	23	15%
Física	55	36%
Biología	11	7%
Contabilidad	22	14%
Informática	23	15%
Otras	19	12%
<b>TOTAL</b>	<b>153</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 19

**Fuente:** Encuesta a padres de familia (PEA)  
**Elaborado por:** El autor  
**Año:** 2013



**GráficoNo. 1.4**

**Fuente:** Cuadro No. 19  
**Elaborado por:** El autor  
**Año:** 2013

**Análisis:**

Mediante las cuadros y los gráficos anteriores se puede determinar que tanto en el nivel básico como en el nivel bachillerato las materias que presentan mayor dificultad son las siguientes: matemáticas, inglés, computación; y para el nivel bachillerato se incrementan una materia más en la cual también tienen problemas que es física. Pero estos gráficos también nos ayudan a determinar que existen falencias en muchas materias más, por ello esto sustenta que este proyecto es factible de ser realizado.

4. De las siguientes opciones ¿cuáles considera que son los motivos para que su hijo tenga problemas en alguna materia específica?

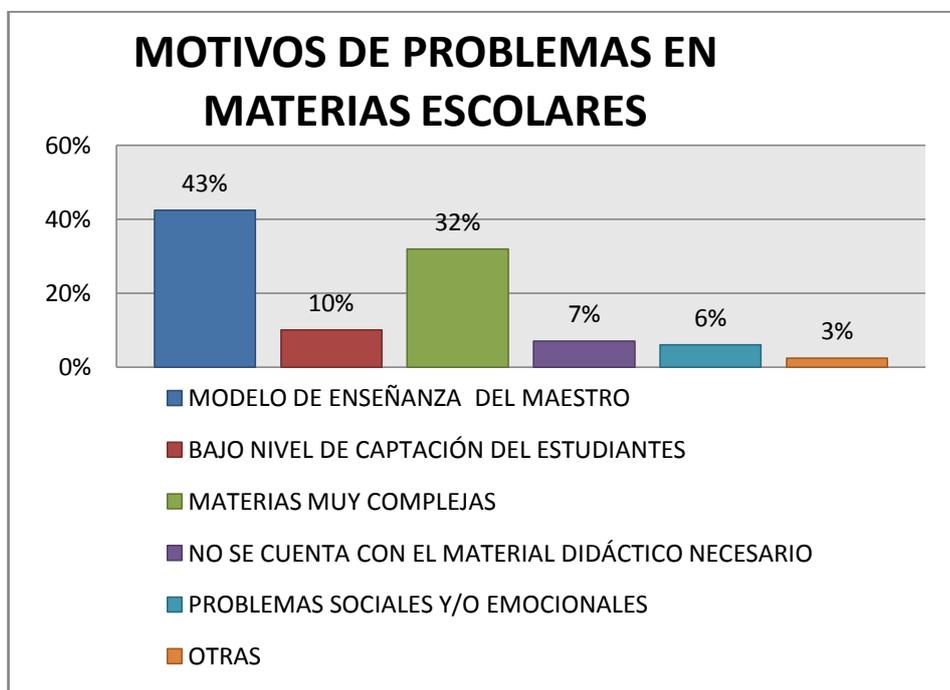
CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Modelo de enseñanza del maestro	85	43%
Bajo nivel de captación del estudiantes	20	10%
Materias muy complejas	64	32%
No se cuenta con el material didáctico necesario	14	7%
Problemas sociales y/o emocionales	12	6%
Otras	5	3%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 20

**Fuente:** Encuesta a padres de familia (PEA)

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



**GráficoNo. 1.5**

**Fuente:** Cuadro No. 20

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

**Análisis:**

La información de esta pregunta nos ayuda a determinar de cierta forma cuales son los principales motivos para que los estudiantes tengan problemas en las materias escolares, y se llegó a determinar que existen

dos principales razones y las cuales son: el modelo de enseñanza del maestro representado por un 43% y también consideran que las materias son muy complejas representado por un 32%. Esto ayuda a determinar que existen falencias en el proceso de enseñanza-aprendizaje escolar, por lo que se tomará muy en cuenta estos datos para no cometer estos errores en la puesta en marcha del proyecto.

5. ¿Le gustaría que su hijo reciba una capacitación particular garantizada, de calidad y con responsabilidad?

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	178	89%
No	22	11%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 21

**Fuente:** Encuesta a padres de familia (PEA)

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



**GráficoNo. 1.6**

**Fuente:** Cuadro No. 21

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

**Análisis:**

Mediante la anterior información se puede determinar que la población encuestada si le gustaría que su hijo reciba una capacitación particular, de calidad y garantizada, la aceptación de la población es un 89%, esto se debe a que los padres de familia han detectado falencias en el aprendizaje de sus hijos y por ende quieren que esto cambie y mejore.

6. ¿Cuál de las siguientes opciones considera usted que la capacitación de su hijo será garantizada y con responsabilidad?

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Una persona particular	12	6%
Un profesor de la materia	57	29%
Un centro especializado de capacitación	109	55%
Cursos online	22	11%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 22

**Fuente:** Encuesta a padres de familia (PEA)

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



**Gráfico No. 1.7**

**Fuente:** Cuadro No. 22

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

**Análisis:**

Interpretando la información obtenida se ha podido determinar que la población encuestada prefiere rotundamente a un centro especializado para que sus hijos reciban una capacitación de calidad, el porcentaje es del 55% frente a otras opciones como cursos online, profesores y personas particulares, esto sustenta a la creación de un centro de mejoramiento académico que brinde dichos servicios y que cumpla con la necesidades insatisfechas de la población.

7. ¿Conoce Ud. el valor por hora que cobran por el servicio de capacitación y nivelación?

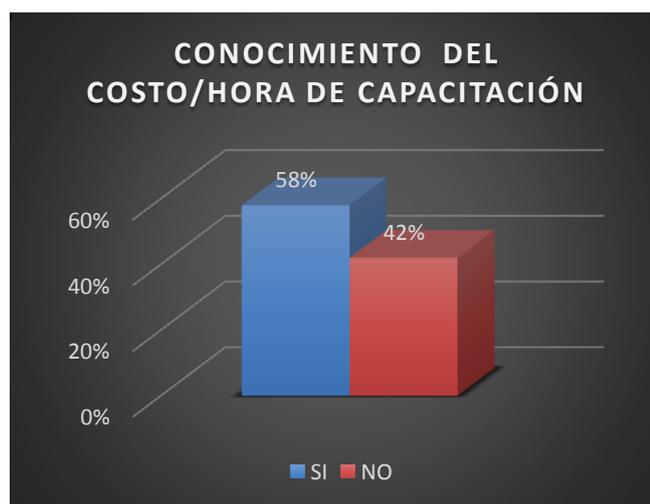
CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	116	58%
No	84	42%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 23

**Fuente:** Encuesta a padres de familia (PEA)

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



**GráficoNo. 1.8**

**Fuente:** Cuadro No. 23

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

### **Análisis:**

Mediante la anteriores gráficos y cuadros se llegó a determinar que la mayoría de la población encuestada tiene conocimiento del costo hora del servicio representada por un 58%, pero cabe recalcar que un 42% de la población encuestada no tiene conocimiento del costo, esto supieron manifestar que como en Atuntaqui no existen un centro que preste ese servicio desconocían el valor del mismo. Esto ayuda a sustentar la realización de este proyecto.

8. Si su respuesta fue Sí, ¿El valor por hora es?

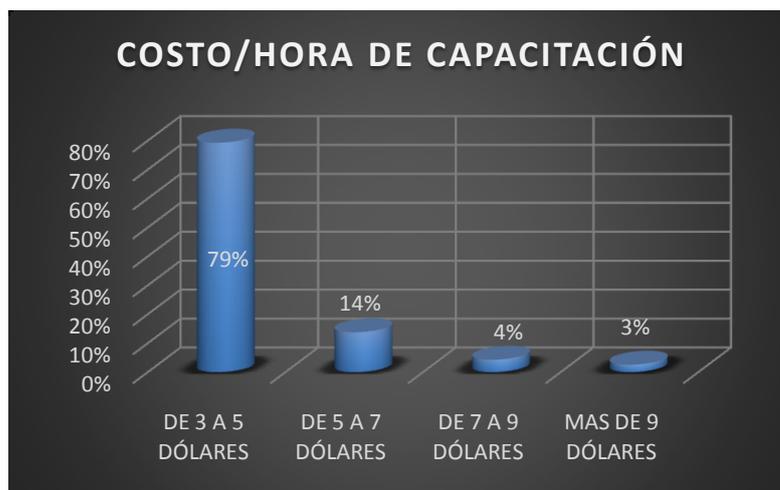
CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
De 3 a 5 dólares	92	79%
De 5 a 7 dólares	16	14%
De 7 a 9 dólares	5	4%
Más de 9 dólares	3	3%
<b>TOTAL</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 24

**Fuente:** Encuesta a padres de familia (PEA)

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



**GráficoNo. 1.9**

**Fuente:** Cuadro No. 24

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

### **Análisis:**

De la información recopilada se ha podido determinar que de la población que tiene conocimiento del costo hora del servicio de capacitación, afirma que el precio varía entre 3 y 5 dólares que es el estándar del costo por este servicio, pero también se puede determinar que una gran parte del resto de población analizada opina que los costos son mayores a este precio, para la realización del proyecto se tomara muy en cuenta estos datos para la fijación del precio del servicio.

9. ¿Necesita contratar los servicios de un profesional para capacitar a su hijo?

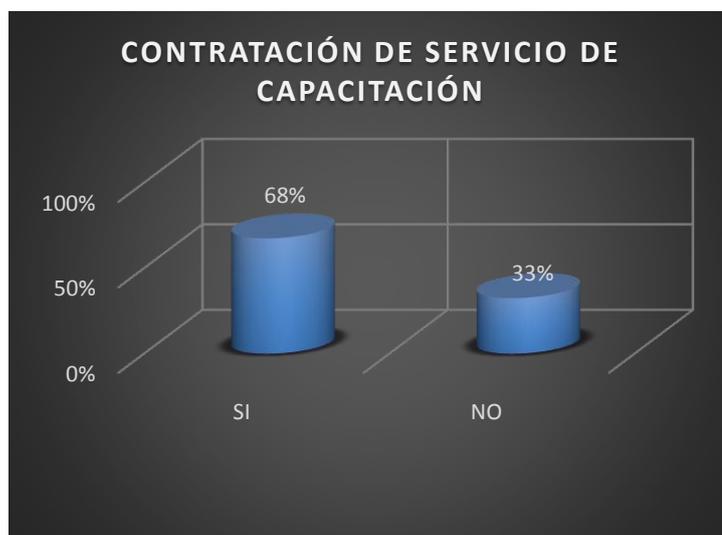
CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	135	68%
No	65	33%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 25

**Fuente:** Encuesta a padres de familia (PEA)

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



GráficoNo. 1.10

**Fuente:** Cuadro No. 25

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

### Análisis:

Esta información obtenida es de gran importancia debido a que se puede conocer la manifestación de la población por la necesidad de capacitación para sus hijos por parte de un profesional con variados conocimiento y experiencia, esto ayuda a fijar los requerimientos del personal y el perfil que ellos deben cumplir para poder satisfacer las necesidades de los clientes. El porcentaje que necesita este servicio es del 68%.

10. Si su respuesta anterior fue SÍ, ¿Cuánto estaría Ud. dispuesta/o a pagar por la hora de servicio de capacitación de su hijo?

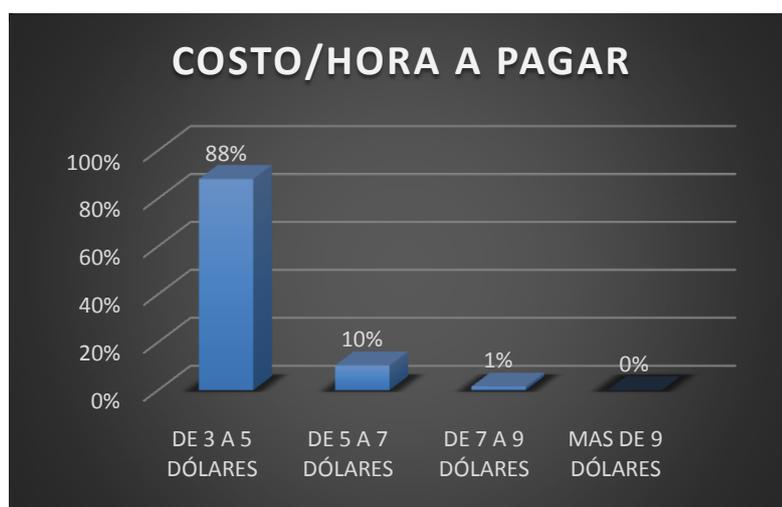
CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
De 3 a 5 dólares	119	88%
De 5 a 7 dólares	14	10%
De 7 a 9 dólares	2	1%
Más de 9 dólares	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>135</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 26

**Fuente:** Encuesta a padres de familia (PEA)

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



**GráficoNo. 1.11**

**Fuente:** Cuadro No. 26

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

### **Análisis:**

Analizando la anterior información obtenida del estudio de mercado se ha podido determinar que la mayoría de la población que necesita del servicio de capacitación estaría dispuesta a pagar un valor entre 3 y 5 dólares por este servicio, esto concuerda con el conocimiento que ellos tienen del precio de este servicio en el mercado, esto servirá para poder determinar el precio del servicio para cada uno de los servicios que se pretenda brindar en el centro.

11. ¿Cuántas horas estaría dispuesto/a a contratar por semana para su hijo/a?

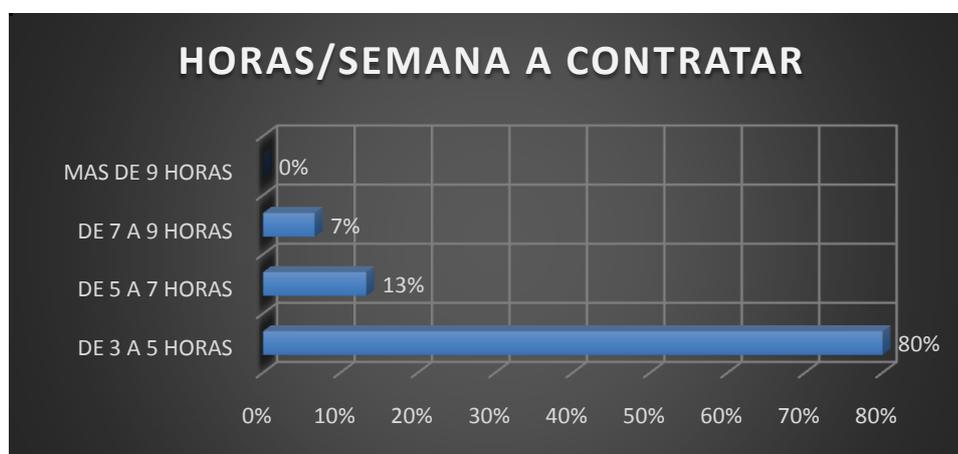
CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
De 3 a 5 horas	108	80%
De 5 a 7 horas	18	13%
De 7 a 9 horas	9	7%
Más de 9 horas	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>135</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 27

**Fuente:** Encuesta a padres de familia (PEA)

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



**GráficoNo. 1.12**

**Fuente:** Cuadro No. 27

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

### Análisis:

Interpretando la anterior información de esta pregunta se ha podido determinar que la mayoría de la población que desea contratar los servicios de capacitación para sus hijos estarían dispuestos a contratar entre 3 y 5 horas de este servicio, esta población se representa por el 80% del total encuestada, esta información será usada para calcular las horas de servicio que el centro podrá brindar a la población.

12. ¿Le gustaría recibir o que reciba su hijo cursos en el centro de mejoramiento académico?

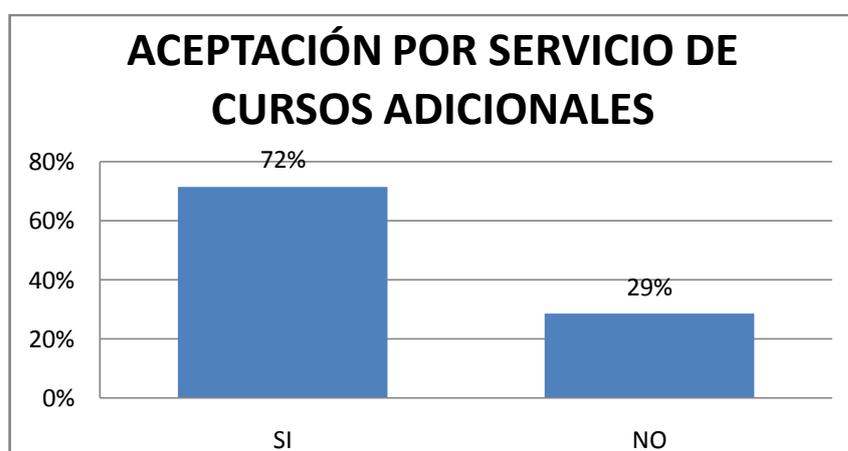
CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	143	72%
NO	57	29%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 28

**Fuente:** Encuesta a padres de familia (PEA)

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



**GráficoNo. 1.13**

**Fuente:** Cuadro No. 28

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

**Análisis:**

La información de esta pregunta ayuda a determinar que a la mayoría de población encuestada le gustaría recibir o que sus hijos reciban cursos, este dato se ve representado por un 72% de personas que aceptan que se brinde servicios adicionales (cursos) en el centro de mejoramiento académico, se debe de tomar muy en cuenta esta información para la puesta en marcha del proyecto.

13. De ser Sí su anterior respuesta, ¿qué tipo de cursos le gustaría que se brinde en el centro de mejoramiento académico?

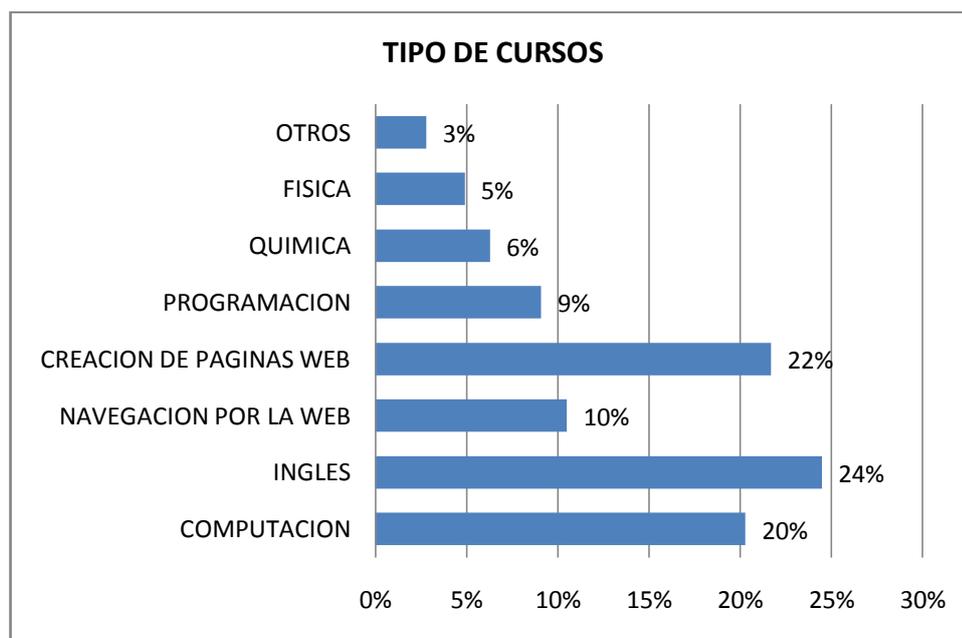
CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Computación	29	20%
Ingles	35	24%
Navegación por la web	15	10%
Creación de páginas web	31	22%
Programación	13	9%
Química	9	6%
Física	7	5%
Otros	4	3%
<b>TOTAL</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 29

**Fuente:** Encuesta a padres de familia (PEA)

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



**GráficoNo. 1.14**

**Fuente:** Cuadro No. 29

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

## Análisis:

Después de analizar la información recopilada en esta pregunta se ha llegado a determinar que las personas encuestadas tiene diferentes intereses en cuanto a cursos que les gustaría recibir, entre los más relevantes se encuentran cursos de inglés manifestado por un 24%, cursos de creación de páginas web representado por un 22% y finalmente cursos de computación que son representado por un 20%, pero hay que considerar los demás cursos que de igual manera tiene aceptación por un cierto número de personas encuestadas, estos datos deben ser tomados muy en cuenta en la puesta en marcha del proyecto.

14. ¿Cuál de los siguientes medios considera usted que sería la mejor opción para publicitar el centro de mejoramiento académico?

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Cuñas radiales	64	22%
Internet	25	9%
Televisión local	42	14%
Afiches publicitarios	46	16%
Trípticos	49	17%
Publicidad móvil	27	9%
Gigantografías	25	9%
Otro	15	5%
<b>TOTAL</b>	<b>293</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 30

**Fuente:** Encuesta a padres de familia (PEA)

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



**GráficoNo. 1.15**

**Fuente:** Cuadro No. 30  
**Elaborado por:** El autor  
**Año:** 2013

**Análisis:**

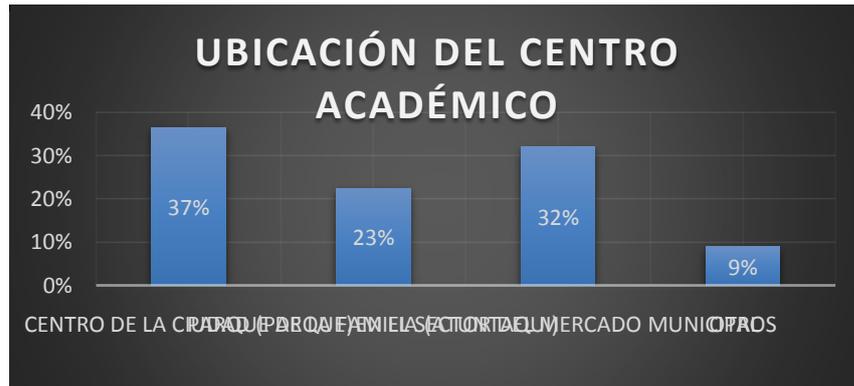
Esta información obtenida manifiesta que de crearse el centro académico la forma de publicitarlo y de darlo a conocer a la población debe de ser de la siguiente manera y usando los siguientes medios, cuñas radiales en un 22% ya que la mayoría de las personas escuchan radio aun cuando están trabajando, mediante trípticos en un 17%, que muestren los servicios y den a conocer el Centro, y seguido por un 16% que manifiesta que la mejor es mejor utilizar afiches publicitarios, los anteriores mencionados serán tomados muy en cuenta para poder publicitar el centro académico.

15. De crear un centro de mejoramiento académico, ¿dónde le gustaría que se encuentre ubicado?

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Centro de la ciudad (parque)	73	37%
Parque de la familia (Atuntaqui)	45	23%
En el sector del mercado municipal	64	32%
Otros	18	9%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 31

**Fuente:** Encuesta a padres de familia (PEA)  
**Elaborado por:** El autor  
**Año:** 2013



**GráficoNo. 1.16**

**Fuente:** Cuadro No. 31  
**Elaborado por:** El autor  
**Año:** 2013

**Análisis:**

Esta información obtenida manifiesta que el mejor lugar para poner el centro académico es en el centro de la ciudad representada por un 37%, pero cabe recalcar que un gran porcentaje que es el 32% opina que el mejor lugar es en el sector del mercado municipal y en el parque de la familia (Atuntaqui) 19%, cabe aclarar que estos lugares son de fácil ubicación y acceso para los habitantes de Atuntaqui, se deberá tomar muy en cuenta estos datos para el estudio técnico, para así poder determinar el mejor lugar y que cumpla con las necesidades que el cliente exige.

***ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE ATUNTAQUI***

1. ¿Considera usted que tiene alguna dificultad en alguna materia determinada?

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	146	89%
No	18	11%
<b>TOTAL</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 32

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de nivel básico y bachillerato  
**Elaborado por:** El autor  
**Año:** 2013



**GráficoNo. 2.1**

**Fuente:** Cuadro No. 32  
**Elaborado por:** El autor  
**Año:** 2013

**Análisis:**

Los estudiantes encuestados han manifestado en su mayoría representada por el 89% materia determinada, frente al que si tienen alguna dificultad de comprensión en alguna % que manifiesta que no tienen dificultad en las materias académicas, esto sustenta la creación del centro académico.

2. Si su respuesta fue Sí, ¿Cuáles son las materias que tiene mayor dificultad en el aprendizaje?

**NIVEL BÁSICO**

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Matemáticas	18	20%
Lengua y literatura	5	6%
Inglés	28	32%
Dibujo	3	3%
Ciencias naturales	4	5%
Estudios sociales	9	10%
Computación	16	18%
Otras	5	6%
<b>TOTAL</b>	<b>88</b>	<b>100%</b>

**Cuadro No. 33**

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de nivel básico y bachillerato  
**Elaborado por:** El autor  
**Año:** 2013



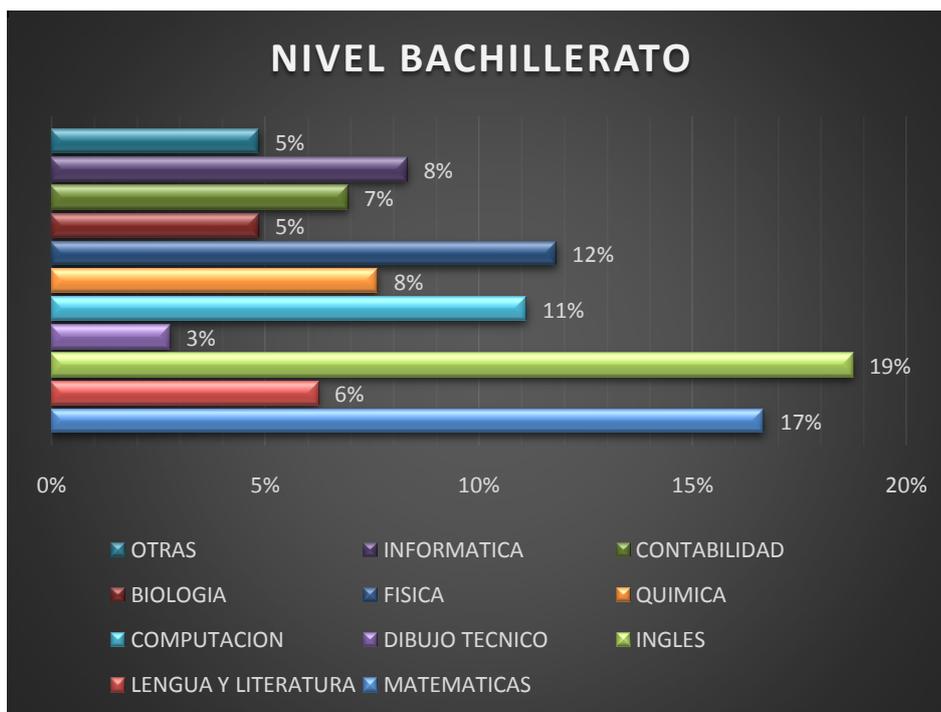
**GráficoNo. 2.2**

**Fuente:** Cuadro No. 33  
**Elaborado por:** El autor  
**Año:** 2013

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Matemáticas	24	17%
Lengua y literatura	9	6%
Ingles	27	19%
Dibujo técnico	4	3%
Computación	16	11%
Química	11	8%
Física	17	12%
Biología	7	5%
Contabilidad	10	7%
Informática	12	8%
Otras	7	5%
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

**Cuadro No. 34**

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de nivel básico y bachillerato  
**Elaborado por:** El autor  
**Año:** 2013



**GráficoNo. 2.3**

**Fuente:** Cuadro No. 34  
**Elaborado por:** El autor  
**Año:** 2013

**Análisis:**

Mediante los cuadros y los gráficos anteriores se puede determinar que tanto en el nivel básico como en el nivel bachillerato las materias que presentan mayor dificultad son las siguientes: matemáticas, inglés, computación; y para el nivel bachillerato se incrementan una materia más en la cual también tienen problemas que es física. Pero estos gráficos también nos ayudan a determinar que existen falencias en muchas materias más, por ello esto sustenta que este proyecto es factible de ser realizado. Cabe recalcar que esta información coincide con la obtenida en las encuestas realizadas a los padres de familia.

3. De las siguientes opciones ¿cuáles considera que son los motivos para que usted tenga problemas en alguna materia específica?

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Modelo de enseñanza del maestro	86	41%
Bajo nivel de captación del estudiantes	13	6%
Materias muy complejas	65	31%
No se cuenta con el material didáctico necesario	28	13%
Problemas sociales y/o emocionales	10	5%
Otras	7	3%
<b>TOTAL</b>	<b>209</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 35

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de nivel básico y bachillerato

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



GráficoNo. 2.4

**Fuente:** Cuadro No. 35

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

### Análisis:

Los estudiantes analizados han sabido manifestar que los motivos por los cuales tienen problemas de aprendizaje son en su mayoría por el modelo de enseñanza que cada maestro tiene para impartir sus clases, este valor es representados por un 41%, seguidos por un porcentaje del 31% que han manifestado que la razón es que las materias son muy complejas,

esta información es muy importante para el presente estudio ya que se debe de superar estos obstáculos que no les permite a los estudiantes comprender las diferentes materias.

4. ¿Le gustaría recibir una capacitación particular garantizada, de calidad y con responsabilidad?

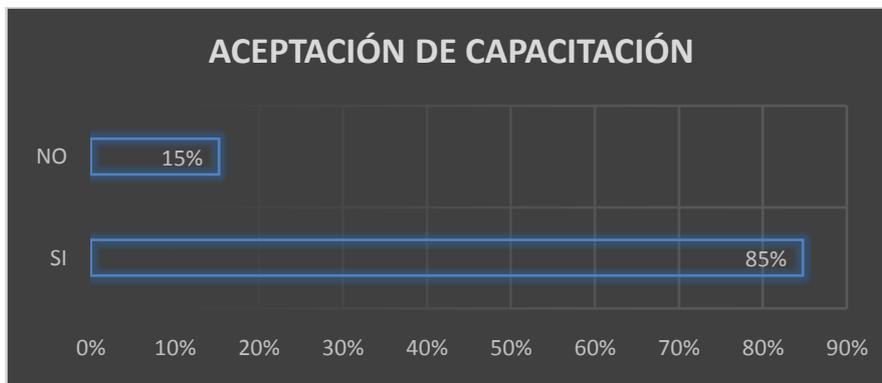
CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	139	85%
No	25	15%
<b>TOTAL</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 36

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de nivel básico y bachillerato

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



GráficoNo. 2.5

**Fuente:** Cuadro No. 36

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

#### Análisis:

La información antes recolectada es de vital importancia para el proyecto ya que muestra la aceptación que tendría la creación de un centro académico en la ciudad de Atuntaqui, se puede notar que se tiene un 85% de aceptación por parte de los estudiantes que cada día quieren superarse y no quedarse con dudas o con falencias en el trayecto de su vida estudiantil.

5. ¿Cuál de las siguientes opciones considera usted que sería la mejor opción para recibir una capacitación garantizada y con responsabilidad?

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Una persona particular	25	15%
Un profesor de la materia	36	22%
Un centro especializado de capacitación	90	55%
Cursos online	13	8%
<b>TOTAL</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 37

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de nivel básico y bachillerato

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



**Gráfico No. 2.6**

**Fuente:** Cuadro No. 37

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

### Análisis:

Analizando la información recopilada se llega a determinar que la mayoría de los estudiantes estarían mejor capacitados con un centro especializado, representado por un 55% de los encuestados que manifiestan lo antes dicho, ellos se sienten más seguros con un centro antes que con una persona particular y cursos online, esto sustenta la creación del presente proyecto.

6. ¿Le gustaría que se creara un centro de mejoramiento académico que brinde servicios de capacitación y nivelación?

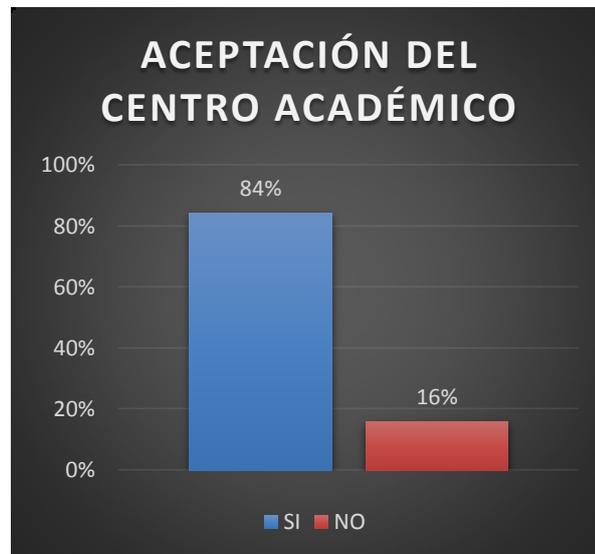
CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	138	84%
No	26	16%
<b>TOTAL</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 38

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de nivel básico y bachillerato

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



GráficoNo. 2.7

**Fuente:** Cuadro No. 38

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

### Análisis:

Los estudiantes encuestados han manifestado en su mayoría representada por un 84% que si les gustaría que se creara un centro de mejoramiento académico en la ciudad e Atuntaqui, esta información sustenta la creación de este proyecto. Cabe recalcar que es un buen porcentaje y por ende el proyecto puede ser factible de realizarlo.

7. De crear un centro de mejoramiento académico, ¿dónde le gustaría que se encuentre ubicado?

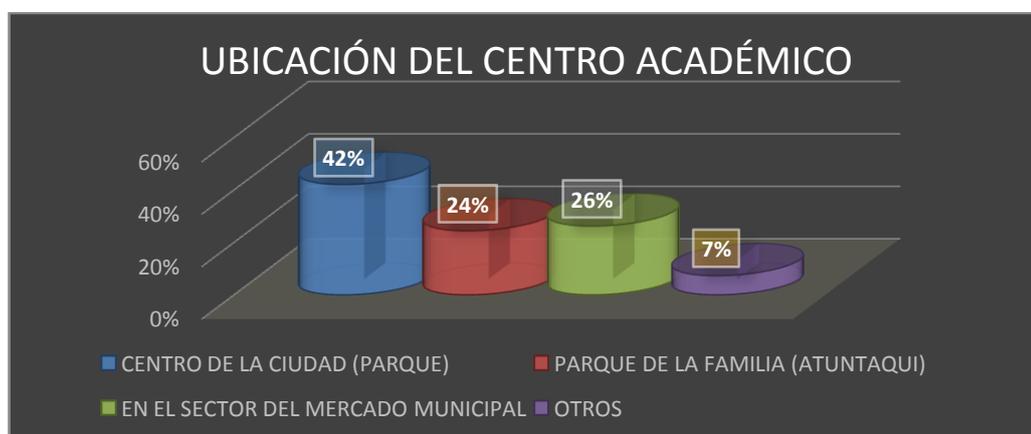
CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Centro de la ciudad (Parque)	69	42%
Parque de la familia (Atuntaqui)	40	24%
En el sector del mercado municipal	43	26%
Otros	12	7%
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 39

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de nivel básico y bachillerato

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



**GráficoNo. 2.8**

**Fuente:** Cuadro No. 39

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

**Análisis:**

Analizando la información recopilada se ha podido determinar que los estudiantes consideran que el mejor lugar para que este ubicado el centro académico es en el centro de la ciudad representada por un 42% de aceptación, pero igualmente consideran que debería estar ubicado por el sector del mercado municipal por un 26%, se considerara estas alternativas al momento de hacer es estudio técnico del presente proyecto.

8. ¿Cuál de los siguientes medios considera usted que sería la mejor opción para publicitar el centro de mejoramiento académico?

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Cuñas radiales	49	18%
Internet	32	12%
Televisión local	24	9%
Afiches publicitarios	78	28%
Trípticos	47	17%
Publicidad móvil	21	8%
Gigantografías	19	7%
Otro	7	3%
<b>TOTAL</b>	<b>277</b>	<b>100%</b>

Cuadro No. 40

**Fuente:** Encuesta a estudiantes de nivel básico y bachillerato

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



GráficoNo. 2.9

**Fuente:** Cuadro No. 40

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

### Análisis:

Esta información recopilada manifiesta que la mayoría de los estudiantes consideran que la mejor forma de publicitar el centro académico es mediante afiches publicitarios en un 28%, seguido de las cuñas radiales con un 18% y finalmente con trípticos con un 17%, esta información será de gran importancia al realizar la publicidad del presente proyecto.

### **3.3.3. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS A DUEÑOS DE LOCALES DE CAPACITACIÓN.**

**Objetivo:** Obtener información que nos ayuden a cuantificar la competencia y precios a los que ofrecen el servicio.

#### **1. ¿Cuál es el costo hora que cobra por el servicio?**

Después de haber realizado entrevistas a tres locales de capacitación y deberes asistidos de la ciudad de Atuntaqui, se ha llegado a determinar que el costo que estos locales cobrar por hora de este tipo de servicio varía desde 4 USD a 5 USD.

#### **2. ¿Cuáles son los meses de mayor afluencia?**

En relación con los meses de mayor afluencia, los propietarios de los centros de capacitación, manifestaron que generalmente existe afluencia de estudiantes en período antes de rendir exámenes trimestrales y en vacaciones, esto es el mes de noviembre, el mes de febrero, el mes de Mayo, pero frecuentemente también existen padres de familia que requieren este servicio para que dirijan las tareas diarias.

#### **3. ¿Qué número de estudiantes promedio tiene mensualmente?**

Los locales de capacitación y deberes asistidos manifestaron que los estudiantes que demandan sus servicios mensualmente varían entre 12 a 15 estudiantes por mes.

#### **4. ¿Cuántas horas promedio demandan los estudiantes mensualmente?**

De igual manera estos tres locales antes mencionados se han manifestado afirmando que cada estudiante demanda por lo menos dos horas de servicio en cada vez que asisten a sus locales, esto se debe a que muchas veces las clases o deberes asistidos son extensos y muchas veces complicados.

### **3.4. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

Este proceso consiste en analizar y proyectar la demanda actual de los habitantes que requieren de servicios de capacitación y nivelación para sus hijos.

#### **3.4.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

La propuesta para la implementación de un centro de mejoramiento académico nace inicialmente de la necesidad que tienen los estudiantes de la ciudad de Atuntaqui por un centro académico donde puedan asistir a capacitaciones, cursos, nivelaciones de conocimientos, donde puedan realizar sus deberes de una manera asistida por profesionales con ardua experiencia.

En base al diagnóstico situacional realizado en el Capítulo I y de los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a la población de Atuntaqui, constituyen la base para analizar la demanda de servicios en el Centro Cadeya y tomando como referencia los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del censo 2010 y datos del Ministerio de Educación año lectivo 2011 - 2012, en el cual refleja que la población de la Parroquia de Atuntaqui es de 23.299 habitantes, de los cuales se consideró un universo de 19.258 habitantes que representan a la Población Económicamente Activa (10.864) y la diferencia es representada por el número de estudiantes que se encuentran cursando el nivel básico y bachillerato (8.394), estadísticamente la muestra (n) fue de 377 personas a quienes se les aplicó una encuesta.

Analizando la información obtenida en la encuesta aplicada a una muestra de 377 habitantes, se conoció que el 76% (84% estudiantes y 68% PEA) de los encuestados les gustaría asistir o contratar los servicios de un centro de mejoramiento académico; la propuesta del proyecto refleja acogida por parte de la mayoría de los habitantes de la parroquia. Por lo cual las proyecciones de la demanda siempre serán en función del 76% que es lo que afianza el ingreso de capacitaciones y nivelaciones.

### 3.4.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para determinar la demanda del proyecto se ha considerado a la población económicamente activa de la parroquia de Atuntaqui, considerando una población de 19.258 habitantes, de los cuales el 44% de esta población es representada por estudiantes, por lo que se procede a realizar el siguiente cálculo:

Se considera la aceptabilidad que tienen las personas en acudir o contratar los servicios del Centro Cadeya. El porcentaje de aceptabilidad en servicios de capacitación y nivelación representa el 76% este dato se obtuvo de la encuesta aplicada a la población de Atuntaqui.

Realizando una operación matemática se obtiene:

$$19.258 \text{ habitantes} * 44\% = \mathbf{8.474 \text{ estudiantes a considerar}}$$

Una vez obtenido este valor, se considera la aceptabilidad que tienen las personas en acudir o contratar los servicios del Centro Cadeya. El porcentaje de aceptabilidad en servicios de capacitación y nivelación representa el 76% este dato se obtuvo de la encuesta aplicada a la población de Atuntaqui, por lo que se procede a realizar nuevamente una operación matemática dándonos el siguiente resultado.

$$8.474 \text{ estudiantes} * 76\% = \mathbf{6.440 \text{ estudiantes}}$$

Para determinar la proyección de la demanda se ha considerado la tasa de crecimiento poblacional de la parroquia rural de Atuntaqui que es del 2,14% (obtenido en el portal de estadísticas del INEC) y del cuadro No 4. Y se ha utilizado dicho porcentaje para un intervalo de estudio de 5 años.

<b>TASA DE CRECIMIENTO ANUAL 2001-2010</b>		
<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Total</b>
2,13%	2,15%	2,14%

**Cuadro no. 41:** Tasa de crecimiento según género 2001 -2010 Atuntaqui

**Fuente:** Portal de estadísticas INEC

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

Para realizar la proyección de la población demandante se utilizó la siguiente fórmula:

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

**Simbología:**

**Pp**= Población a proyectarse

**Pb**= Población base o inicio (año 2012)

**1**= Valor constante

**i**= Tasa de crecimiento de la población anual (2,14%)

**n**= Tiempo

<b>AÑOS</b>	<b>POBLACIÓN DEMANDANTE ANUAL</b>	<b>POBLACIÓN DEMANDANTE MENSUAL</b>
<b>2014</b>	6.578	548
<b>2015</b>	6.719	560
<b>2016</b>	6.862	572
<b>2017</b>	7.009	584
<b>2018</b>	7.159	597

**Cuadro No. 42:** Proyección de la demanda

**Fuente:** Encuestas a pea y estudiantes de Atuntaqui.

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

Para el cálculo del consumo anual se consideró los datos obtenidos de la encuesta y los cálculos anteriormente realizados a los habitantes de la parroquia, la proyección de la demanda será la base para determinar la demanda potencial actual en los habitantes.

### **3.5. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

Consiste en analizar y proyectar la oferta actual en servicios de capacitación y nivelación de conocimientos académicos, para lo cual se consideró los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta a ofertantes de este tipo de servicio en la ciudad de Atuntaqui.

#### **3.5.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

Hay que manifestar, que la oferta se refiere a la cantidad de empresas existentes en el entorno que oferten servicios de capacitación y nivelación o de mejoramiento académico, quienes se constituirían en la principal competencia, vale mencionar que localmente no existen Centros

de Mejoramiento Académico, solo se puede observar 3 locales o casas adecuadas para impartir capacitaciones, nivelaciones o deberes asistidos, pero los cuales han sido de gran ayuda para determinar la oferta existente en la ciudad de Atuntaqui. La propuesta de creación del Centro Cadeya tendrá gran acogida por los habitantes de la parroquia de Atuntaqui.

En la ciudad de Ibarra existen ofertantes en servicios de educación, capacitación y nivelación de conocimientos que tendrán que ser tomados muy en cuenta para poder iniciar, analizar sus fortalezas, estrategias para de igual manera poder llegar a crecer como ellos lo han hecho en la vecina ciudad de Ibarra.

El promedio de cliente que atiende estos locales es como se detalla a continuación:

Nº	CONCEPTO	Nº CLIENTES MENSUALES
1.	LOCAL 1	12
2.	LOCAL 2	14
3.	LOCAL 3	15
<b>TOTAL DE OFERTA</b>		<b>41</b>

**Cuadro No. 43:** Oferta actual en servicios de educación Atuntaqui

**Fuente:** Entrevista a los locales de capacitación y nivelación.

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

Como se puede observar en el cuadro la incidencia de oferta mensual es muy baja, esto se debe a que estos locales no atienden todo el día, ni todos los días, sino solo lo realizan por pedido específico de vecinos o en tiempos libres, ya que todos se dedican a otras actividades.

### 3.5.2. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Considerando los datos del cuadro anterior se calculará la oferta para un período de 5 años. Se utilizará la siguiente fórmula:

$$Op = Oa (1 + i)^n$$

**Simbología:**

**Op**= Oferta a proyectarse

**Oa**= Oferta Actual

**1**= Constante

**i**= Tasa de crecimiento

**n**= Tiempo

Se utilizará la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Atuntaqui que es 2.14 % y una frecuencia de consumo de una vez por mes.

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA ACTUAL MENSUAL</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>
<b>2014</b>	42	504
<b>2015</b>	43	516
<b>2016</b>	44	528
<b>2017</b>	45	540
<b>2018</b>	46	552

**Cuadro No. 44:** Proyección de la Oferta Actual

**Fuente:** Entrevista a oferentes de servicios de capacitación y nivelación.

**Elaborado:** El autor

**Año:** 2013

### 3.6. BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA (DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER)

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>DEMANDA A CONSIDERAR</b>
<b>2014</b>	6.578	504	6.074	1.215
<b>2015</b>	6.719	516	6.203	1.365
<b>2016</b>	6.862	528	6.334	1.520
<b>2017</b>	7.009	540	6.469	1.682
<b>2018</b>	7.159	552	6.607	1.850

**Cuadro No. 45:** Demanda potencial a satisfacer

**Fuente:** Cuadro No. 42 y No. 44

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

Al comparar la demanda de servicios de capacitación y nivelación de Atuntaqui, con la oferta de los mismos servicios de educación, se tiene los resultados establecidos en la tabla anterior.

El balance entre oferta y demanda, como se analiza en el cuadro anterior se puede observar claramente que existe una elevada demanda insatisfecha, por lo que es urgente responder a esta necesidad del consumidor, y crear un centro de mejoramiento académico. Pero haciendo un análisis de muchos factores que se deberían tomar en cuenta como la infraestructura necesaria, la oferta de personal y demás datos del estudio técnico se ha llegado a determinar que el porcentaje que se cubrirá del total de demanda insatisfecha solo será del 20%, y cada año se aumentara un 2%, así se representada en la columna de demanda a considerar.

### **3.7. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN**

Conociendo la aceptación del mercado local ya que los habitantes de la parroquia están interesados en consumir los servicios del centro de mejoramiento académico, para ello se va a emplear algunas estrategias que permitan captar el interés del mercado meta a satisfacer, la ventaja de la empresa será ofrecer en un solo lugar varios servicios educativos como son capacitaciones, cursos, nivelaciones, deberes asistidos, logrando obtener la satisfacción total del cliente.

Para definir eficientemente el plan de comercialización de los servicios educativos se lo realizará a través de la mezcla de marketing de las 4P (producto, precio, plaza y promoción), a continuación se analiza cada uno de estos puntos:

### **a) Producto o Servicios**

Representa la carta de entrada para cada uno de los clientes que decidirán visitar el Centro Cadeya, para ello se empleara algunas estrategias:

- Ofertar variedad de servicios educativos.
- Brindar un excelente servicio y un trato igual para todos los clientes.
- Ofrecer la mejor comodidad para el cliente en cuanto a disponibilidad de tiempo.
- Proyectar un ambiente de armonía y relajación en cada una de las aulas.

### **b) Precio**

Constituye como un gran atractivo para el cliente quien toma la decisión de adquirir dichos servicios. Para ello se ha considerado a la competencia, en donde se analizarán los diferentes precios del mercado y así se fijara un precio competitivo y accesible para todas las personas, quienes están dispuestos a adquirir los servicios a ofertarse en el Centro Cadeya.

### **c) Plaza**

La plaza constituye el lugar geográfico y estratégico donde se brindará los diferentes servicios de capacitación, nivelación, cursos y deberes asistidos, por lo tanto el Centro Cadeya estará ubicado, en la parroquia el centro de la ciudad de Atuntaqui, la misma que se caracteriza por su clima, habitantes y cultura, conocida como la ciudad textil del norte del país. También hay que tener presente la distribución de las diferentes áreas y espacios del proyecto ya que así se puede establecer diferentes estrategias para la comercialización del servicio a ofertarse. Una infraestructura adecuada y moderna tiene una gran influencia en la percepción del cliente.

#### **d) Publicidad y Promoción**

Constituyen en una de las herramientas necesarias para difundir la existencia del Centro Cadeya en la parroquia, para ellos se debe realizar una adecuada selección de los diferentes medios de comunicación existentes en el entorno y que estén al alcance de todos los moradores, para ello se expone algunas estrategias que nacieron del estudio de mercado realizado a los habitantes de la ciudad de Atuntaqui:

- Difundir entre los principales medios de comunicación (radio y televisión local) los servicios y promociones que oferta el Centro Cadeya.
- Crear una página web en donde se exponga la filosofía empresarial, servicios, promociones, ofertas, descuentos, entre otros.
- Repartir hojas volantes y pegar afiches del centro de mejoramiento académico.
- Dar a conocer la existencia del Centro Cadeya en las redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, Myspace, Ning, Bebo, entre otras)

Cada una de estas estrategias permitirá difundir todos los servicios a ofertarse en el Centro Cadeya, considerando la cultura de cada persona y también haciendo uso de la tecnología en todo momento, esto permitirá llegar a todas las habitantes de una manera directa para que así puedan conocer de la existencia del centro y puedan visitarlo sin ninguna dificultad ni contratiempo.

Con este análisis se ha establecido las mejores estratégicas de venta para los servicios a ofertarse en el Centro Cadeya.

### 3.8. PROYECCIONES DE PRECIOS

Para realizar la fijación de precios se debe considerar algunos aspectos:

- **Costos:** El precio que se designe al servicio debe cubrir los costos que se van a incurrir en el proceso y que permita generar un buen margen de ganancia.
- **Precio de los competidores:** Otra alternativa es establecer el precio en base al precio de los competidores, el precio debe ir de acuerdo a la calidad del servicio.
- **Efectos sobre la demanda:** Es frecuente que la demanda de un producto o servicio se vea afectada por el precio. Si los clientes compran o demandan menos cuando el precio aumenta, y más cuando éste disminuye.
- **Políticas de precios y crédito:** Internamente la empresa puede establecer algunas políticas que le ayuden a fijar el mejor precio y sin alterar la calidad del servicio.

Una vez que se ha analizado las anteriores propuestas para la fijación de precios, se considera como mejor alternativa para establecer el precio de los servicios a ofertarse en el Centro Cadeya los de la competencia, es decir, buscar un valor que sea competitivo en el mercado y a su vez esté al alcance de todos los potenciales clientes.

Para el análisis de los precios se realizó una entrevista a los locales que brindan este servicio en la ciudad de Atuntaqui y se pudo observar los precios varían entre 4 y 5 dólares, esto se debe a que no existe un centro o local que pueda competir o pueda brindar dichos servicios.

Los servicios que se van brindar en el Centro Cadeya son los siguientes:

- Clases de matemáticas, clases de inglés, clases de computación, clases de física y clases de química que se las agrupará con el nombre de clases individuales.
- Capacitaciones en las materias antes especificadas pero con la diferencia de que este servicio será contratado por todo un mes, de esta manera se podrá capacitar y nivelar al estudiante de mejor manera, estos cursos tendrán un valor de 70 dólares y se estima que se brindará 36 capacitaciones en todo en todo el año y se espera que a cada capacitación asistan por lo menos 5 personas.
- Se impartirán cursos de computación, inglés, de diseño de páginas web, entre otros, el costo de estos cursos será de 50 dólares cada uno, se estima que se brindarán 24 cursos en todo el año, esperando por lo menos 10 participantes por curso. Estos grupos se los agrupará con el nombre de cursos.
- Y como servicio adicional del centro también se brindara el servicio de internet, el costo por hora será de 0.60 dólares.

Los precios mencionados anteriormente son valores accesibles para la mayoría de las personas que quieren recibir una educación de calidad y mejorara sus conocimientos.

<b>AÑOS</b>	<b>TASA DE INFLACIÓN</b>
<b>2009</b>	4.31
<b>2010</b>	3.33
<b>2011</b>	5.41
<b>2012</b>	4.16
<b>2013</b>	4.60

**Cuadro No. 46:** Proyección de la tasa de inflación 2010-2012

**Fuente:** Banco Central del Ecuador, BCE

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

Cabe aclarar que el dato de la inflación del 2013 es una proyección de la consultora Latin American ConsensusForecast, la cual la ha realizado mediante una encuesta realizada en diciembre del 2012 en la cual recopila proyecciones de los principales especialistas y banqueros de inversión internacionales. Y para la proyección de los precios se utilizara la tasa de inflación del 2012, ya que para el 2013 todavía no se cuentan con datos oficiales.

Con esta tasa de inflación se procede a realizar la proyección de precios de los diferentes servicios a ofrecerse en el Centro Cadeya.

Para el cálculo de la proyección de precios se lo realizará mediante la siguiente fórmula:

$$M = C (1 + i)^n$$

SERVICIOS	PRECIO 2013	PROYECCIONES DE PRECIOS				
		2014	2015	2016	2017	2018
<b>Clases Individuales</b>	4,00	4,17	4,34	4,52	4,71	4,90
<b>Capacitaciones</b>	70,00	72,91	75,95	79,10	82,40	85,82
<b>Cursos</b>	50,00	52,08	54,25	56,50	58,85	61,30
<b>Servicio de internet</b>	0,60	0,62	0,65	0,68	0,71	0,74

**Cuadro No. 47:** Precios Proyectados 2014-2018

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

### 3.9. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Del Estudio de Mercado realizado mediante las encuestas y las entrevistas realizadas a la población económicamente activa y a los estudiantes de la parroquia de Atuntaqui se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- El proyecto causó un gran impacto en los habitantes con una aceptabilidad del 76% (dato obtenido de la encuesta realizada a

la población de Atuntaqui, tanto a padres de familia como a estudiantes de la ciudad reflejados en los cuadro No.25 y cuadro No. 36, por lo que refleja una acogida positiva de la propuesta.

- En la parroquia no existe negocios con características similares al de la propuesta.
- El grado de competencia a nivel local es casi nulo, puesto que existen 3 locales que ofertan servicios similares.
- Para brindar un buen servicio al cliente se debe contar con personal capacitado tanto en el aspecto de conocimientos como de igual manera en el aspecto pedagógico, con el propósito de brindar una atención de calidad, eficiente y eficaz y que el cliente se sienta conforme con dicho servicio.
- Las instalaciones del Centro Cadeya deben ser modernas y adecuadas, con el fin de proyectar un ambiente adecuado y placentero.
- Los equipos, tecnologías y materiales e insumos se los puede adquirir dentro del país en ciudades como Ibarra, Otavalo y Quito y hasta en la propia ciudad de Atuntaqui.
- Para garantizar la calidad del servicio se debe utilizar marcas de productos reconocidos y a su vez hacer convenios directos con los distribuidores.
- Los servicios de educación, capacitación y nivelación están en pleno auge debido a las constantes reformas de educación y los altos niveles y estándares que día a día van siendo más altos y

más complicados, por lo que es urgente satisfacer la demanda existente de este tipo de servicio en la parroquia.

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO

Mediante el presente estudio, se determina fundamentalmente la inversión requerida para la creación del Centro Cadeya en la ciudad de Atuntaqui. Se debe tomar en cuenta que se ha tomado como referencia los estudios realizados mediante un diagnóstico.

#### 4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Lo que se consigue con la localización del proyecto, es lograr una posición de competencia basada en menores costos de infraestructura y aspectos favorables como: aceptación del lugar, servicios básicos y secundarios. La localización es importante y con repercusión a largo plazo.

##### 4.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN

El Centro Cadeya se ubicará en la provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, ciudad de Atuntaqui, sector urbano.

#### Mapa de ubicación del cantón Antonio Ante



**Grafico No. 2:** Mapa de ubicación de la ciudad de Atuntaqui.

**Fuente:** <http://www.google.com/imag>

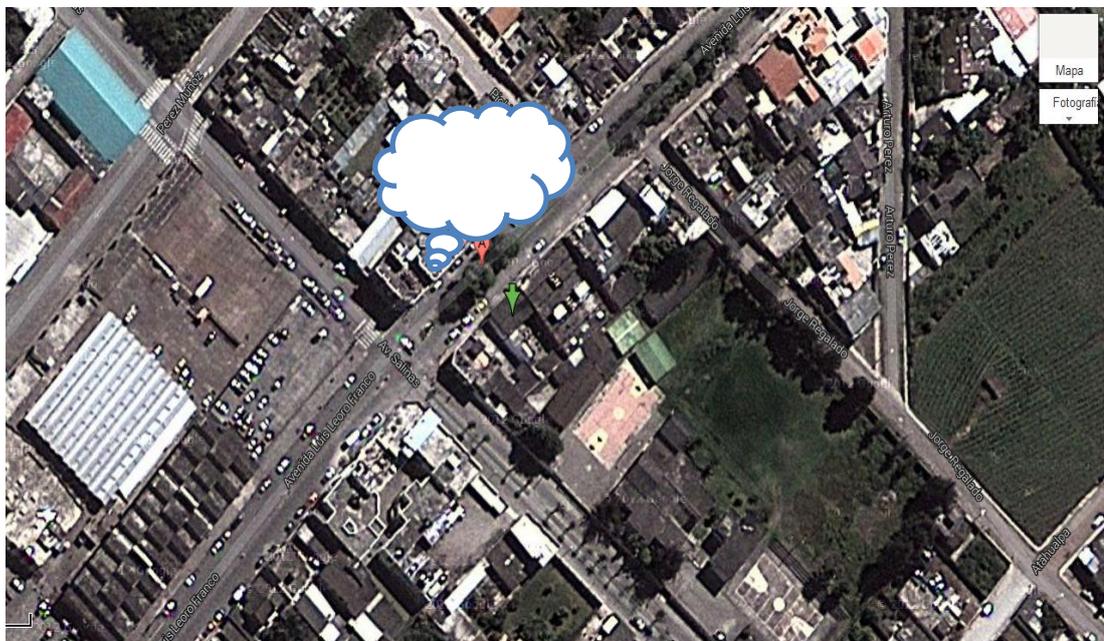
**Elaborado por:** El autor

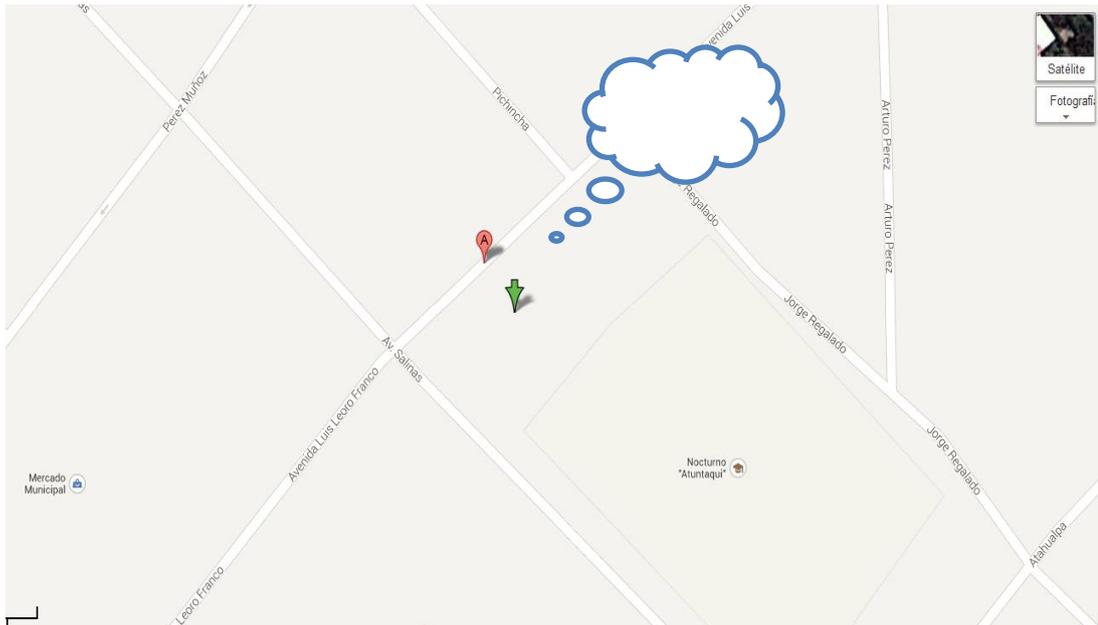
**Año:** 2013

#### 4.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN

Tomando en cuenta los datos del estudio de mercado el cuadro No. 31 y cuadro No. 39 realizado a la población de Atuntaqui se ha llegado a determinar que existen dos posibles lugares para poner en funcionamiento al Centro Cadeya, pero después de determinar y analizar los costos se ha llegado a determinar que el mejor lugar para poder empezar con este proyecto es junto al mercado municipal y el colegio nocturno Atuntaqui, ya que este lugar es de fácil acceso, es muy concurrido por muchas personas ya que a pocas cuadras de este lugar se encuentra el parque de la familia de Atuntaqui, él cual es muy concurrido por muchas familias y muchos niños y jóvenes los fines de semana en especial, además este lugar cuenta con todos los servicios básicos como agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, red telefónica, red de internet, transporte, seguridad. Después de analizar meticulosamente este sector se ha llegado a determinar que el Centro Cadeya estará ubicado en las calles Avenida Luis Leoro Franco y la Avenida salinas, junto a la empresa eléctrica de Atuntaqui.

#### Mapas de ubicación del Centro Cadeya





**Grafico No.3:** Mapa del Centro Cadeya  
**Fuente:**<http://www.google.com/maps>  
**Elaborado por:** El autor  
**Año:** 2013

## 4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto dependerá de la capacidad de la empresa para brindar e impartir las clases, capacitaciones, nivelaciones y deberes asistidos a la población demandante de la ciudad de Atuntaqui.

Al ser un servicio nuevo en el mercado, la empresa dará inicio con la prestación de capacitación y nivelación en 5 materias que son de suma dificultad para la mayoría de los estudiantes entre las cuales tenemos: física y matemáticas, inglés, computación y química.

### 4.2.1. MERCADO

De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se determinó que existe un 76% de aceptación de la población encuestada, es decir, que la creación de un centro de mejoramiento académico en la

ciudad Atuntaqui abarcará a 1.680 personas para el primer año, 1.716 personas para el segundo año, 1.752 personas para el tercer año, 1.790 personas para el cuarto año y 1.828 personas para el quinto año.

#### **4.2.2. DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS**

La cuantificación de recursos financieros es aceptable, puesto que la inversión total no es tan elevada y se la cubrirá en un 52% con recursos propios y la diferencia con un préstamo bancario.

En cuanto al préstamo se tomará en cuenta la opción más favorable para el proyecto, considerando principalmente los plazos y las tasas de intereses.

#### **4.2.3. DISPONIBILIDAD DE TALENTO HUMANO**

Este estudio con respecto al talento humano, establece que para el proceso efectivo de la empresa, se requiere de personal calificado en materias pedagógicas para los docentes, como también en conocimientos más técnicos como en el caso del contador y del ingeniero mercadólogo, los cuales que aparte de conocimientos deben contar con experiencia laborales.

Además se requerirá también personal que cumpla con los requisitos de secretaria y recepción y con los servicios de limpieza de las instalaciones.

#### **4.2.4. DISEÑO DE LAS INSTALACIONES Y DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA**

Previo la selección del local en el lugar anteriormente indicado, el cual fue determinado mediante el estudio de mercado y mediante un

análisis de costos se procede a realizar el diseño y la distribución del centro y se realizó un análisis de recursos y costos necesarios para su puesta en marcha.

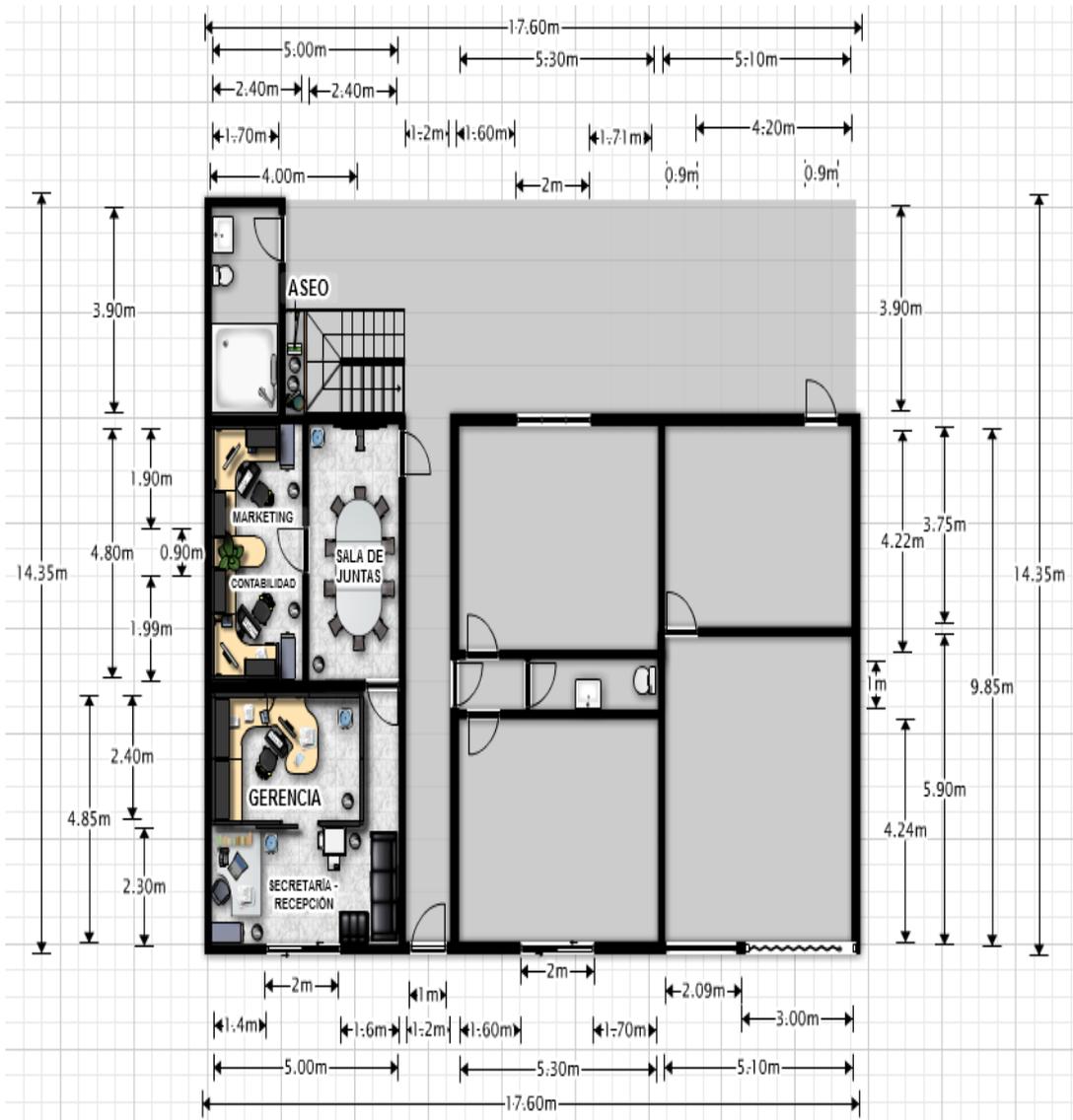
Las 4 aulas que conforman el área de docencia para impartir los diferentes cursos y capacitaciones cuentan con un espacio adecuado para 18 estudiantes como máximo, esto ayudará a que la enseñanza sea más personalizada e individual, ayudando a la mejor comprensión y captación de los diferentes conocimientos.

La segunda área es la administrativa donde se ubicara marketing, contabilidad, secretaria y recepción y también gerencia. Cabe recalcar que estas áreas se distribuirán en dos cuartos, en el primero se encontrará el área de marketing y contabilidad y también la sala de juntas y en el segundo cuarto se encontrará las áreas de secretaria y recepción y el área de gerencia. Cabe recalcar que el puesto de secretaria y de recepcionista va a ser ocupada por la misma persona así que solo se utilizara una sola oficina para estos cargos.

### **4.3. UBICACIÓN DEL PROYECTO**

La ubicación del proyecto se detalla a continuación con su respectiva distribución y diseño de las instalaciones.

## PLANOS DE DISTRIBUCIÓN DEL CENTRO CADEYA

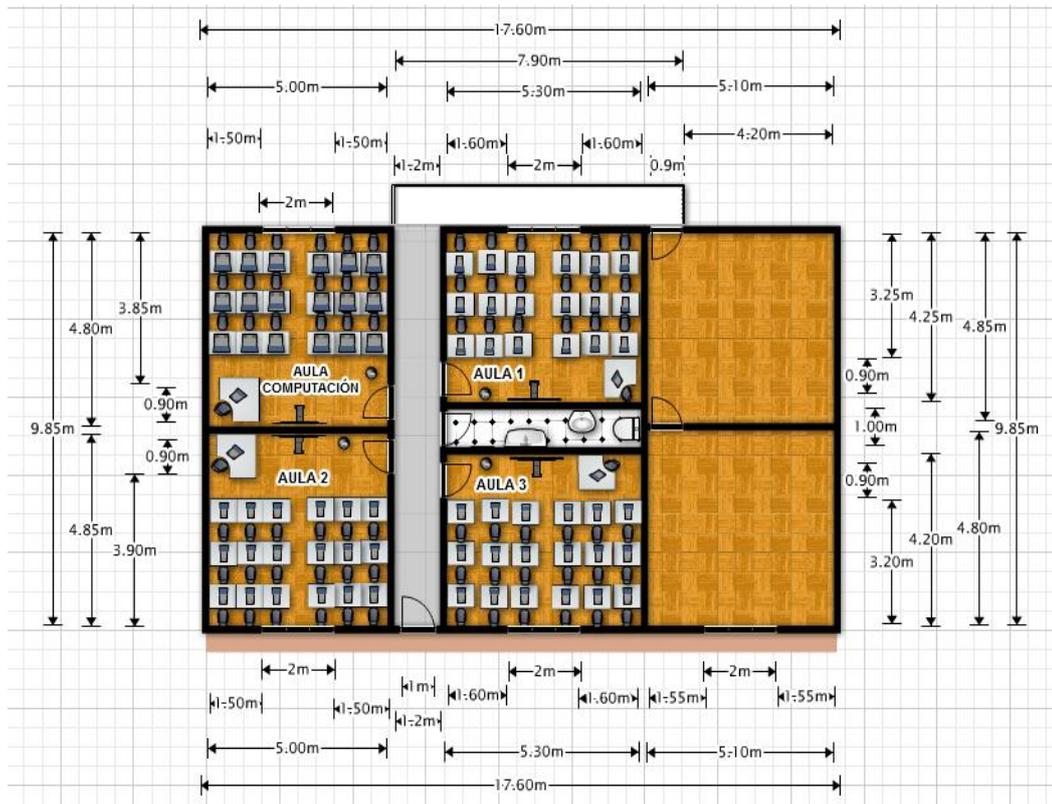


**Gráfico No 4:** Distribucion del Centro Cadeya

**Fuente:** Dueños de la propiedad-Primer piso

**Diseño:** El autor – Area Administrativa

**Elaborado por:** El autor



**Gráfico No 5:** Diseño del Centro Cadeya  
**Fuente:** Dueños de la propiedad- Segundo piso  
**Diseño:** El autor – Area de docencia  
**Elaborado por:** El autor  
**Año:** 2013

Cabe recalcar que en estos planos muchas puertas no tienen su medida esto se debe a que todas las puertas tienen una medida de 0.90m a excepción de las dos puertas principales del pacillo, tanto la del primer piso como la del segundo piso, de igual manera no se indica la medida de las paredes eso se debe a que todas las paredes son de 0.20m de grosor por 2.80m de altura.

#### 4.4. PRESUPUESTO TÉCNICO

Para que el Centro Cadeya tengan un normal desenvolvimiento deben cumplir con todo lo necesario para que entre en funcionamiento, como es: servicios básicos, maquinaria, equipos, insumos, personal entre otros.

#### 4.4.1. TECNOLOGÍA

La educación va avanzando a pasos acelerados por lo que se considera que se requiere de una tecnología avanzada que ayude a la mejor comprensión y captación de conocimientos por lo que se requerirá de algunas pizarras digitales interactivas, computadoras portátiles, copiadora, entre otros equipos necesarios para el correcto funcionamiento.

#### 4.4.2. ACTIVOS FIJOS

##### 4.4.2.1. MUEBLES Y ENSERES

Los muebles y enseres necesarios para la implementación del Centro Cadeya son los siguientes:

MUEBLES Y ENSERES			
PRODUCTO	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	VALOR
Escritorio gerente	1	250,00	250,00
Escritorio secretaria	1	200,00	200,00
Escritorios docentes	4	110,00	440,00
Escritorio contador	1	250,00	250,00
Escritorio marketing	1	250,00	250,00
Sillón grande	1	250,00	250,00
Sillón pequeño	1	120,00	120,00
Sillas ejecutivos	3	60,00	180,00
Archivadores	4	120,00	480,00
Sillas de docentes	5	50,00	250,00
Sillas estudiantes	72	23,00	1.656,00
Escritorios estudiantes	72	45,00	3.240,00
Mesa para juntas del personal	1	330,00	330,00
Sillas para juntas del personal	8	25,00	200,00
Divisiones modulares	31,36 m	95,00	2.979,20
Dispensador de agua	4	70	280,00
<b>TOTAL</b>			<b>11.355,20</b>

**Cuadro No. 48:** Muebles y enseres del Centro Cadeya

**Fuente:** Investigación directa. <http://www.mercadolibre.com.ec/>

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

Cabe aclarar que las divisiones modulares se utilizaran para dividir la sala de reuniones con el área de marketing y contabilidad, de igual

manera se utilizara para dividir el área de secretaría – recepción con el área de gerencia.

#### 4.4.2.2. EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Para el manejo y control del negocio es indispensable la adquisición de equipo de computación, el mismo que por su tiempo de vida útil tendrá que volverse a comprar después de 3 años.

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
PRODUCTO	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	VALOR
Computadoras escritorio	3	750,00	2.250,00
Computadoras portátiles	19	550,00	10.450,00
Copiadora multifunción	1	1.260,00	1260,00
Pizarras digitales interactivas	5	1.450,00	7.250,00
<b>TOTAL</b>			<b>21.210,00</b>

**Cuadro No. 49:** Equipo de computación

**Fuente:** Investigación Directa. <http://www.mercadolibre.com.ec/>

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

Se debe hacer las siguientes aclaraciones para estos equipos de computación:

- Las tres computadoras de escritorio se designaran para gerencia, marketing y contabilidad respectivamente.
- 18 computadoras portátiles se destinaran para el aula de computación y una para la secretaria – recepcionista.
- Cuatro pizarras digitales interactivas se destinaran para cada aula respectivamente y una se utilizará para la sala de reuniones.
- La copiadora multifunción se ubicara en el área de la secretaria – recepcionista.

#### 4.4.2.3. EQUIPOS DE OFICINA

Los muebles y enseres que se utilizarán para el desarrollo de la actividad serán:

EQUIPO DE OFICINA			
PRODUCTO	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	VALOR
Extintores	6	60,00	360,00
Papeleras de escritorio	4	15,00	60,00
Teléfonos	3	40,00	120,00
<b>TOTAL</b>			<b>540,00</b>

**Cuadro No. 50:** Equipo de Oficina

**Fuente:** Investigación directa. <http://www.mercadolibre.com.ec/>

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

Cabe hacer algunas aclaraciones para los siguientes equipos de oficina:

- Los extintores se ubicarán uno en cada cuarto, tanto el área de docencia como en el área administrativa.
- Las papeleras de escritorio se las ubicará solo en el área administrativa, es decir en gerencia, marketing, contabilidad y secretaría – recepción.
- Los teléfonos serán ubicados en secretaría – recepción, en gerencia y el último en el departamento de marketing y contabilidad.

#### 4.4.3. GASTO DE DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS

Se ha calculado el valor mensual de la depreciación de los activos fijos que dispondrá el Centro Cadeya, mediante la utilización del método de línea recta y tomando como referencia la vida útil que la ley lo establece. Cabe recalcar que después de haber terminado la vida útil del bien se hará un recalcu del bien, dependiendo de las condiciones en las que se encuentre.

CÁLCULO DE DEPRECIACIONES					
ACTIVO	%	VALOR	VIDA ÚTIL	DEP. ANUAL	DEP. MENSUAL
Muebles y Enseres	10%	11.355,20	10 años	1.135,52	94,63
Equipo de Oficina	10%	540,00	10 años	54,00	4,50
Equipos Informáticos	33.33%	21210,00	3 años	7.070,00	589,17
<b>Total</b>		<b>33.105,20</b>		<b>8.259,52</b>	<b>688,29</b>

**Cuadro No. 51:** Depreciación de los activos fijos

**Fuente:** Investigación directa. Depreciación considerada por SRI

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

#### 4.4.4. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo se ha establecido con un tiempo de 2 meses para el desarrollo del proyecto y será de 6591,08 USD según el cuadro anexo.

CAPITAL DE TRABAJO		
CONCEPTO	PARCIAL	TOTAL
<b>COSTOS Y GASTOS</b>		
Servicios básicos		354,40
Luz	120,00	
Agua	20,00	
Teléfono	80,00	
Internet	134,40	
Remuneraciones		3.570,00
Remuneraciones administrativos	1.250,00	
Remuneraciones docentes	2.000,00	
Remuneraciones auxiliar de servicios	320,00	
Materiales e insumos		140,00
Materiales de limpieza	100,00	
Materiales de oficina	40,00	
Publicidad		685,00
Radial	435,00	
Imprenta	250,00	
Imprevistos		200,0
Pago préstamo		1.641,68
Arriendo pagado por anticipado		7.200,00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>13.791,08</b>

**Cuadro No. 52:** Conformación del capital de trabajo

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

#### 4.4.5. GASTO DE ARRENDAMIENTO

El área total de la infraestructura donde se implementara el Centro Cadeya es de 142 m<sup>2</sup>, distribuidos en dos cuartos en el primer piso y en cuatro cuartos del segundo piso. El valor de alquiler de cada cuarto es de 100 dólares cada uno. Además a este valor también se ha agregado un valor adicional por garantía de todos los cuartos que asciende a un valor de 100 dólares por cuarto, este valor será devuelto en el momento de terminar definitivamente el contrato de arrendamiento, el cual se lo realizara para un año, pero se lo ira renovando de acuerdo a las circunstancias.

INFRAESTRUCTURA				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR	TOTAL	TOTAL ANUAL
Arriendo del local	6	100,00	600,00	7.200,00
Garantía del local	6	100,00	600,00	600,00
Instalaciones y adecuaciones			300,00	300,00
<b>Total</b>			<b>1.500,00</b>	<b>8.100,00</b>

**Cuadro No. 53:** Arrendamiento y costos de instalación.

**Fuente:** Dueños de la propiedad.

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

Cabe dar una pequeña aclaración acerca de estos rubros, el valor a cancelar por el arriendo del local es de 600 dólares mensuales, en el contrato se especifica que el contrato es para cinco años, pero solo se cancela el valor de un año de arriendo, el resto del tiempo, se lo ira pagando mensualmente lo que respecta al arriendo.

#### 4.4.6. MATERIALES E INSUMOS

Estos materiales e insumos por ser de naturaleza rotatoria muy elevada se deberán de renovar por lo menos una vez al año cada uno de los siguientes materiales, habrá materiales que se deban renovar cada mes, dependiendo del uso:

<b>MATERIALES E INSUMOS</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR</b>
Basureros	12	10	120,00
Resmas de papel bond	10	4,5	45,00
Materiales de aseo y limpieza			150,00
<b>TOTAL</b>			<b>315,00</b>

**Cuadro No. 54:** Materiales E Insumos

**Fuente:** Investigación directa. <http://www.mercadolibre.com.ec/>

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

#### 4.4.7. GASTO EN REMUNERACIONES AÑO 2013

#	Función	Sueldo mensual	Horas laborables		Días Trabajados	Costo c/h	Costo mensual
			Diario	Semana			
1	Gerente	500,00	8	40	30	2,08	500,00
1	Secretaria	380,00	8	40	30	1,58	380,00
5	Docentes	400,00	6	30	22,5	2,22	2.000,00
1	Contador	170,00	1,6	8	6	3,54	170,00
1	Mercadólogo	200,00	1,6	8	6	4,17	200,00
1	Auxiliar de Servicio	320,00	8	40	30	1,33	320,00
	<b>Total</b>						<b>3.570,00</b>

**Cuadro No. 55:** Nomina de los empleados del centro Cadeya

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

Cabe aclarar que estos son los sueldos que se debería pagar a los empleados y administradores del Centro Cadeya en el caso de poner en marcha el proyecto en el año 2013, pero si se lo ejecuta en el año 2014 estos valores cambiaran ya que los sueldos se incrementaran en un 9,90% cada año como lo han venido haciendo el sueldo básico unificado.

#### 4.4.8. INVERSIÓN

Con el activo fijo, activo diferido, gastos de arrendamiento y adecuación y capital de trabajo necesario, se necesita una inversión de 48.611.28 dólares, de los cuales al finalizar este estudio se tiene previsto realizar un préstamo en el banco del pichicha por un valor de 25.000,00

dólares a una tasa de interés del 11,20% y representa el 51,43% de la inversión y la diferencia 23.611,28 dólares será financiado con fondos propios y representa el 48,57% de la inversión.

Para una mejor explicación se presenta un cuadro demostrativo de la inversión a realizarse:

INVERSIÓN TOTAL	
CONCEPTO	VALOR
Activos fijos	33105,20
Gasto arriendo y adecuaciones	8100,00
Activos diferidos	500,00
Materiales e insumos	315,00
Capital de trabajo	6591,08
<b>TOTAL</b>	<b>48611,28</b>

**Cuadro No. 56:** Inversión inicial

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

FINANCIAMIENTO		
CONCEPTO	VALOR	%
Recursos propios	23611,28	48,57%
Préstamo bancario	25000,00	51,43%
<b>TOTAL</b>	<b>48611,28</b>	<b>100%</b>

**Cuadro No. 57:** Financiamiento

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

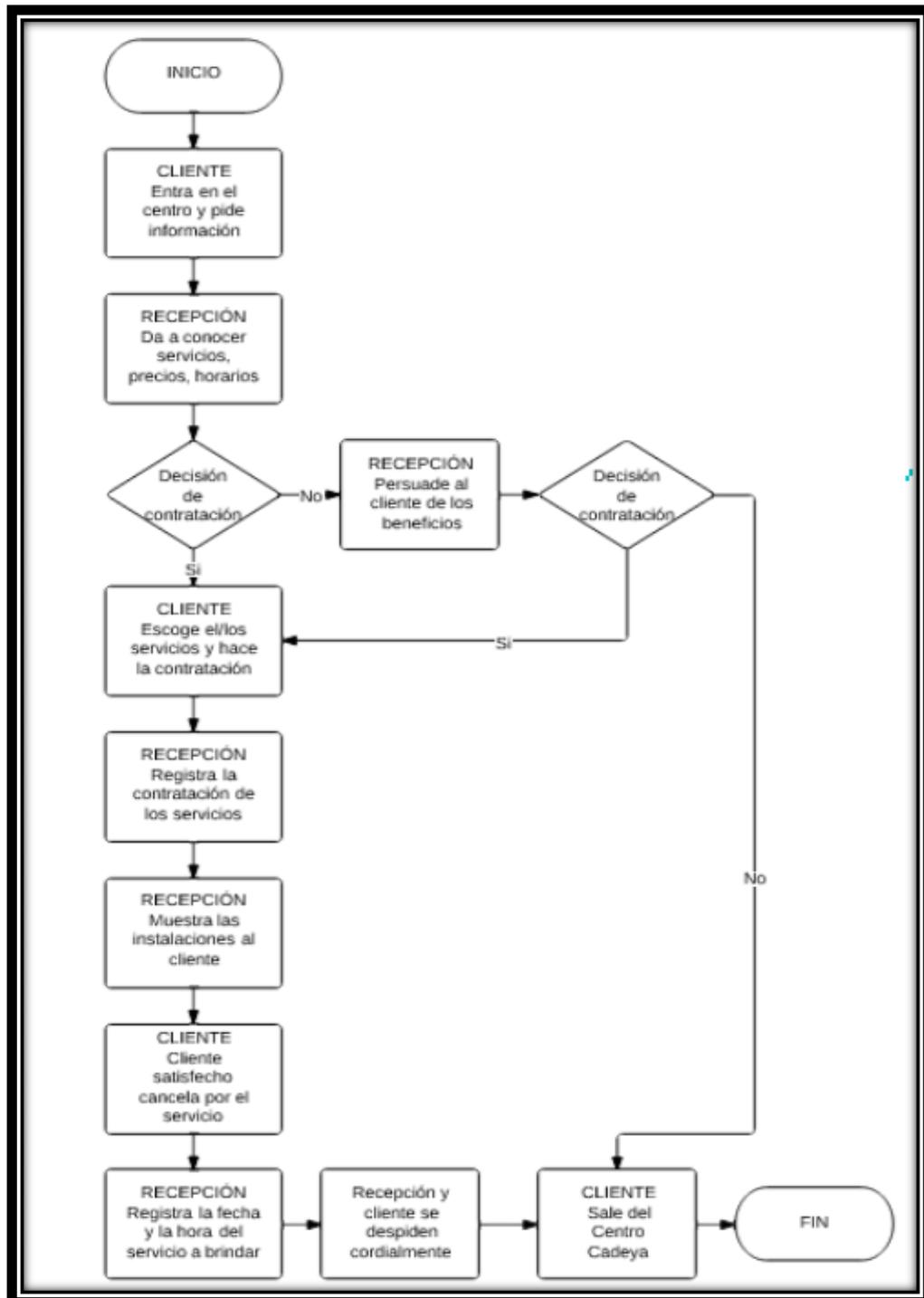
Cabe aclarar que el préstamo bancario se lo realizará en el Banco del Pichincha, el tipo de crédito que se realizara será un crédito de comercial a un interés del 11.20 % anual por un plazo de 3 años.

## 4.5. INGENIERÍA DEL PROYECTO

### 4.5.1. PROCESOS

Dentro de los procesos que se tendrá en el Centro Cadeya se detalla en un flujograma de procesos desde el ingreso del cliente al centro hasta que acepta el servicio y sale satisfecho del Centro Cadeya.

#### 4.5.1.1. FLUJOGRAMA DE PROCESOS

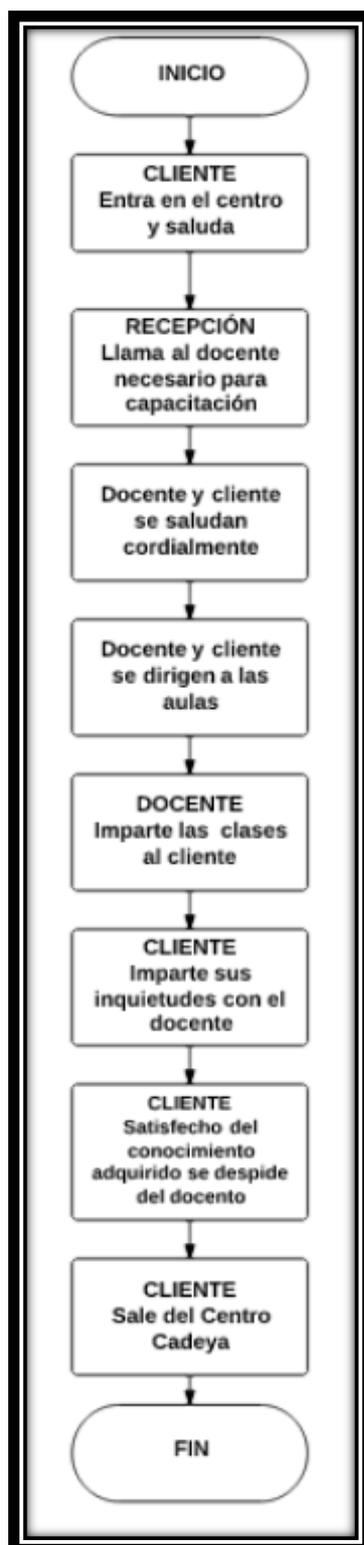


**Grafico No. 6:**Flujograma de Procesos: Visita por primera vez – contratación del servicio

**Fuente:**Investigación Directa

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



**Gráfico No. 7:**Flujograma de Procesos: Visita por segunda vez

**Fuente:**Investigación Directa

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO FINANCIERO**

El análisis financiero proporciona elementos que permiten formar una opinión de las cifras que se presentan en los estados financieros de la empresa y su panorama general, se efectúa para determinar la rentabilidad de un proyecto.

En este capítulo se presenta la proyección de los estados financieros: Flujo de Caja, Estado de Resultados.

Para medir la rentabilidad del proyecto se utiliza las herramientas financieras como el TIR, VAN, Costo Beneficio, y el período de recuperación de la Inversión.

#### **5.1. PROYECCIONES DE INGRESOS**

##### **5.1.1. INGRESO POR CLASES, CAPACITACIONES, NIVELACIONES, CURSOS E INTERNET**

Para realizar el siguiente análisis se toma en cuenta la información de mercado en donde se proyecta las personas que van a asistir (demanda insatisfecha) que se encuentra en el cuadro No. 43 y también se debe tomar la información del cuadro No. 45 y al juntar las dos informaciones podemos realizar la siguiente tabla de proyecciones de ingresos:

**PROYECCIÓN DE PRECIOS**

# Horas anual	Cursos y capacitaciones		2014	2015	2016	2017
	# Anual	Personas				
208			87.727,28	102.645,32	119.112,93	137.
	36	5	16.800,00	17.498,88	18.226,83	18.
	24	10	12.000,00	12.499,20	13.019,17	13.
520		10	3.249,79	3.384,98	3.525,80	3.
<b>TOTAL</b>			<b>115.577,07</b>	<b>122.322,27</b>	<b>129.475,86</b>	<b>119.</b>

**Cuadro No. 58:** Proyección de ingresos por año

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

## 5.2. PROYECCIONES DE EGRESOS.

Se realiza una proyección de todos aquellos gastos es que se incurrirá en la operación del proyecto son los costos del servicio, gastos administrativos, de ventas y financieros.

Para incrementar los costos y gastos futuros se ha decidido tomar en cuenta el indicador de inflación que es de 4.16%.

### 5.2.1. GASTO SUELDOS DEL PERSONAL DEL CENTRO CADEYA

Los gastos por pago del sueldo al personal del Centro Cadeya que se encarga del correcto y adecuado funcionamiento tanto de las instalaciones así como del funcionamiento de toda la empresa. Para este cálculo se ha tomado en cuenta todos los beneficios que son decimos tercero y cuarto, fondos de reserva, aporte patronal, vacaciones.

AÑOS	SALARIO BÁSICO UNIFICADO	PORCENTAJE INCREMENTO
2009	218	0
2010	240	10,09%
2011	264	10,00%
2012	292	10,61%
2013	318	8,90%
<b>Total</b>		<b>39,60%</b>
<b>Promedio</b>		<b>9,90%</b>

**Cuadro No. 59:** Tasa de incremento de sueldos

**Fuente:** Banco Central

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

Para el cálculo de la tasa de incremento en sueldos se ha considerado el histórico de los salarios básicos unificados usando la siguiente fórmula:

$$\sqrt[4]{\frac{318}{218}} = 1 + i$$

$$i = 0,09898725670$$

Para el cálculo de los sueldos del personal del Centro Cadeya se ha considerado la tasa de crecimiento observada en el período 2009-2013, la misma que es del 9,90%, para el cálculo de los próximos 5 años.

CANTIDAD	FUNCIÓN	SUELDO PROYECTADO				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Gerente	6.594,00	7.246,81	7.964,24	8.752,70	9.619,22
1	Secretaria	5.011,44	5.507,57	6.052,82	6.652,05	7.310,60
5	Docentes	26.376,00	28.987,22	31.856,96	35.010,80	38.476,87
1	Contador	2.241,96	2.463,91	2.707,84	2.975,92	3.270,53
1	Mercadólogo	2.637,60	2.898,72	3.185,70	3.501,08	3.847,69
1	Auxiliar de Servicio	4.220,16	4.637,96	5.097,11	5.601,73	6.156,30
<b>10</b>	<b>Total</b>	<b>47.081,16</b>	<b>51.742,19</b>	<b>56.864,67</b>	<b>62.494,27</b>	<b>68.681,21</b>

**Cuadro No. 60:** Sueldos del personal proyectado

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

Cabe aclarar que estos sueldos son los sueldos anuales de cada uno de los empleados del Centro Cadeya y que cada sueldo esta ya incluido el incremento del 9.90% por cada año, para mejor comprensión revisar anexos sueldos y beneficios sociales.

## 5.2.2. EGRESOS PROYECTADOS

En la siguiente cuadro se describen cada uno de los rubros en los cuales va a incurrir el Centro Cadeya en todos los cinco años de proyección del proyecto, todos los valores ya están incluidos el 9,90% de incremento y también el 4.16% de inflación.

<b>EGRESOS PROYECTADOS</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Sueldos	47.081,16	51.742,19	56.864,67	62.494,27	68.681,21
Décimo tercero	3.923,43	4.311,85	4.738,72	5.207,86	5.723,43
Décimo cuarto	2.498,80	2.746,18	3.018,05	3.316,84	3.645,20
Fondos de reserva		4.311,85	4.738,72	5.207,86	5.723,43
Aporte patronal IESS	5.249,55	5.769,25	6.340,41	6.968,11	7.657,95
Vacaciones	1.524,31	1.675,22	1.841,07	2.023,33	2.223,64
Servicios básicos	2.214,86	2.307,00	2.402,97	2.502,93	2.607,05
Publicidad	4.280,98	4.459,06	4.644,56	4.837,78	5.039,03
Materiales e insumos	874,94	911,34	949,25	988,74	1.029,87
Arriendo	7.200,00	7.499,52	7.811,50	8.136,46	8.474,94
Pago préstamo	9.850,05	9.850,05	9.850,05		
<b>TOTAL</b>	<b>84.698,08</b>	<b>95.583,52</b>	<b>103.199,98</b>	<b>101.684,17</b>	<b>110.805,76</b>
<b>COSTOS SIN DESEMBOLSO DE EFECTIVO</b>					
Depreciaciones	8.259,52	8.259,52	8.259,52	1.189,52	1.189,52
Amortizaciones	400,00	400,00			
<b>TOTAL</b>	<b>8.659,52</b>	<b>8.659,52</b>	<b>8.259,52</b>	<b>1.189,52</b>	<b>1.189,52</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>93.357,60</b>	<b>104.243,04</b>	<b>111.459,50</b>	<b>102.873,69</b>	<b>111.995,28</b>

**Cuadro No. 61:** Proyección de los egresos proyectados.

**Fuente:** Cuadros del capítulo IV y capítulo V

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

Cabe realizar las siguientes aclaraciones para poder comprender el anterior cuadro.

- Los sueldos del personal en cada año ya están incluidos el incremento del 9,90%, por ende todos los demás beneficios también están incluidos con este incremento.
- Los gastos de servicios básicos, publicidad, materiales e insumos y el arriendo a diferencia de los sueldos, cada uno de estos rubros están incluidos el incremento de la inflación que para el presente estudio se ha considerado la tasa de inflación del 4.16%.
- Los costos que no representan desembolso de efectivo están comprendidos por la depreciación de los activos fijos y también por la

amortización de los gastos de constitución y de instalación, los cuales se amortizaran en dos años.

### 5.2.3. GASTOS FINANCIEROS

Para la implementación del Centro Cadeya se realizará un crédito comercial en el Banco del Pichincha de 25.000,00 dólares a una tasa de 11,20% pagaderos a 3 años en cuotas mensuales.

Datos:

<b>Monto del crédito:</b>	\$25.000,00
<b>Tasa de interés (anual):</b>	11,2%
<b>Número de pagos (mensuales):</b>	36
<b>Pago (mensual):</b>	\$820,84

**Cuadro No.62:** Datos para calcular la cuota mensual

**Fuente:** Banco del Pichincha crédito comercial

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

La amortización de la deuda se encuentra en la siguiente tabla:

<b>AÑO</b>	<b>PAGO INTERÉS</b>	<b>PAGO CAPITAL</b>	<b>SALDO</b>
2014	\$2.426,60	\$7.423,46	\$ 19.700,11
2015	\$1.551,14	\$8.298,92	\$ 9.850,05
2016	\$572,43	\$9.277,63	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$4.550,16</b>	<b>\$25.000,00</b>	

**Cuadro No.63:** Cálculo del interés y de capital anual

**Fuente:** Banco del Pichincha crédito comercial.

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

Cabe aclarar que la información de la cual se obtuvo esta tabla se encuentra en los anexos del presente proyecto, y en el cuadro anterior solo se muestra el interés y el capital anual a ser pagado.

### 5.3. BALANCE GENERAL INICIAL.

El estado de situación inicial con el que inicia el proyecto es el que se detalla a continuación, igualmente se harán algunas aclaraciones para su mejor comprensión.

<b>BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL 2013</b>		
<b>ACTIVOS</b>		
<u>Activo corrientes</u>		21.306,08
Efectivo	13.791,08	
Materiales y enseres	315,00	
Arriendo pagado por anticipado	7.200,00	
<u>Propiedad planta y equipo</u>		33.105,20
Muebles y enseres	11.355,20	
Equipo de computo	21.210,00	
Equipo de oficina	540,00	
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>54.411,28</b>
<b>PASIVOS</b>		
<u>Pasivo a largo plazo</u>		25.000,00
Préstamo Bancario	25.000,00	
<b>PATRIMONIO</b>		29.411,28
Capital Social	29.411,28	
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>54.411,28</b>

**Cuadro No.64:** Balance de situación inicial

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

### 5.4. PROYECCIONES DE ESTADOS FINANCIEROS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Con los datos proporcionados anteriormente tanto de ingreso como de egresos se elabora el estado de pérdidas y ganancias proyectado para los 5 años de estudio del proyecto.

<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>INGRESOS</b>					
Ingreso por clases individuales	87.727,28	102.645,32	119.112,93	137.268,47	157.261,75
Ingreso por capacitaciones	16.800,00	17.498,88	18.226,83	18.985,07	19.774,85
Ingreso por cursos	12.000,00	12.499,20	13.019,17	13.560,76	14.124,89
Ingreso por servicio internet	3.249,79	3.384,98	3.525,80	3.672,47	3.825,25
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>119.777,07</b>	<b>136.028,39</b>	<b>153.884,73</b>	<b>173.486,77</b>	<b>194.986,74</b>
<b>EGRESOS</b>					
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>					
Sueldos	47.081,16	51.742,19	56.864,67	62.494,27	68.681,21
Décimo tercero	3.923,43	4.311,85	4.738,72	5.207,86	5.723,43
Décimo cuarto	2.498,80	2.746,18	3.018,05	3.316,84	3.645,20
Fondos de reserva	-	4.311,85	4.738,72	5.207,86	5.723,43
Aporte patronal IESS	5.249,55	5.769,25	6.340,41	6.968,11	7.657,95
Vacaciones	1.524,31	1.675,22	1.841,07	2.023,33	2.223,64
Servicios básicos	2.214,86	2.307,00	2.402,97	2.502,93	2.607,05
Publicidad	4.280,98	4.459,06	4.644,56	4.837,78	5.039,03
Materiales e insumos	874,94	911,34	949,25	988,74	1.029,87
Arriendo	7.200,00	7.499,52	7.811,50	8.136,46	8.474,94
Depreciación	8.259,52	8.259,52	8.259,52	1.189,52	1.189,52
<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>83.107,55</b>	<b>93.992,99</b>	<b>101.609,45</b>	<b>102.873,69</b>	<b>111.995,28</b>
Gastos financieros					
Pago de intereses	2426,60	1551,14	572,43	0,00	0,00
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>2426,60</b>	<b>1551,14</b>	<b>572,43</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>OTROS GASTOS</b>					
Gastos de constitución	500,00				
Gastos de instalación	300,00				
<b>TOTAL OTROS GASTOS</b>	<b>800,00</b>				
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>86.334,14</b>	<b>95.544,12</b>	<b>102.181,87</b>	<b>102.873,69</b>	<b>111.995,28</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>33.442,93</b>	<b>40.484,26</b>	<b>51.702,85</b>	<b>70.613,08</b>	<b>82.991,46</b>
15% participación trabajadores	5.016,44	6.072,64	7.755,43	10.591,96	12.448,72
Impuesto a la renta 22%	6.253,83	7.570,56	9.668,43	13.204,65	15.519,40
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>22.172,66</b>	<b>26.841,07</b>	<b>34.278,99</b>	<b>46.816,47</b>	<b>55.023,34</b>

**Cuadro No.65:** Estado de pérdidas y ganancias  
**Elaborado por:** El autor  
**Año:** 2013

## 5.5. FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

A continuación se presenta el flujo de efectivo proyectado para los cinco años del presente proyecto, este flujo muestra los ingresos netos de dinero que se tendrá por cada año.

### FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

DETALLE	0	2014	2015	2016	2017	2018
Flujo de Efectivo Inicial			23.008,73	26.801,67	33.260,89	48.005,99
INVERSION	30.811,28					
UTILIDAD EJERCICIO		22.172,66	26.841,07	34.278,99	46.816,47	55.023,34
(+) Depreciaciones		8.259,52	8.259,52	8.259,52	1.189,52	1.189,52
(+) Amortizaciones		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Prestamos	25.000,00					
(-) Pago capital		7.423,46	8.298,92	9.277,63	0,00	0,00
(+) Recuperación Capital Trabajo						13.791,08
(+/-) Fuente o Uso			3.792,94	6.459,22	14.745,11	21.997,94
FLUJO NETO FINAL	55.811,28	23.008,73	26.801,67	33.260,89	48.005,99	70.003,94

**Cuadro No. 66:** Flujo de efectivo

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

## 5.6. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

### 5.6.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Obteniendo el valor presente de los flujos de caja, con la tasa de descuento emplearemos el criterio de si es o no factible la realización del proyecto. Si el VAN es mayor o igual a cero el proyecto se acepta y si es menor a cero se rechaza.

Para determinar la tasa de descuento se realiza el siguiente cálculo:

COSTO DE CAPITAL				
RECURSOS	VALOR	% COMPOSICIÓN	PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Propios	30.811,28	55,21%	5,80%	3,20%
Financiado	25.000,00	44,79%	11,20%	5,02%
	55.811,28	100,00%	17,00%	8,22%

**Cuadro No. 67:** Costo de capital

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013



$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN.Ti}{VAN.Ti - VAN.Ts}$$

De donde:

TIR = Tasa interna de retorno

Ti = Tasa inferior = 11%

Ts = Tasa superior = 13%

VAN Ti = Valor actual neto de la tasa inferior

VAN Ts = Valor actual neto de la tasa superior

Calculando el Valor Actual Neto con la tasa inferior

$$VANti(0,11) = -55.811,28 + \frac{23.008,73}{(1 + 0,11)^1} + \frac{26.801,67}{(1 + 0,11)^2} + \frac{33.260,89}{(1 + 0,11)^3} + \frac{48.005,99}{(1 + 0,11)^4} + \frac{70.003,94}{(1 + 0,11)^5}$$

$$VANti(0,11) = -55.811,28 + 20.728,58 + 21.752,84 + 24.320,07 + 31.623,03 + 41.543,93$$

$$VANti(0,11) = 84.157,17$$

Calculando el Valor Actual Neto con la tasa superior

$$VANti(0,13) = -55.811,28 + \frac{23.008,73}{(1 + 0,13)^1} + \frac{26.801,67}{(1 + 0,13)^2} + \frac{33.260,89}{(1 + 0,13)^3} + \frac{48.005,99}{(1 + 0,13)^4} + \frac{70.003,94}{(1 + 0,13)^5}$$

$$VANts(0,13) = -55.811,28 + 20.361,71 + 20.989,64 + 23.051,46 + 29.442,97 + 37.995,33$$

$$VANts(0,13) = 76.029,83$$

$$TIR = 0,11 + (0,13 - 0,11) \frac{84.157,17}{84.157,17 - 76.029,83}$$

$$TIR = 0,11 + (0,13 - 0,11)(10,3548)$$

$$TIR = 0,11 + (0,2071)$$

$$TIR = 0,3171$$

$$TIR = 31,71\%$$

El proyecto resulta factible ya que la TIR 31,71% es mayor que el costo de capital de 12,72%, confirmando la rentabilidad del proyecto durante los 5 años.

### 5.6.3. RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Este valor se determina de la siguiente manera:

$$CB = \frac{\frac{23.008,73}{(1+0,1272)^1} + \frac{26.801,67}{(1+0,1272)^2} + \frac{33.260,89}{(1+0,1272)^3} + \frac{48.005,99}{(1+0,1272)^4} + \frac{70.003,94}{(1+0,1272)^5}}{55.811,28}$$

$$CB = \frac{20.412,28 + 21.094,04 + 23.223,67 + 29.736,62 + 38.469,59}{55.811,28}$$

$$CB = \frac{132.936,21}{55.811,28}$$

$$CB = 2,3819$$

Con el costo beneficio de 2,3819 se puede analizar que las ventas cubrirán los gastos y costos, además generarán beneficios económicos. Es decir por cada dólar invertido se obtiene 2,38 dólares.

### 5.6.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

Este indicador nos muestra la cantidad en unidades y en dólares en donde se recuperan los costos y gastos y la empresa no pierde ni gana, este indicador es de suma importancia para la empresa.

En cantidad:

$$PEQ = \frac{\text{Costos Fijos totales}}{PVu - CVu}$$

$$PEQ_{CLASES} = \frac{64.240,01}{4,17 - (0,10)}$$

$$PEQ_{CLASES} = 15.802,80$$

$$PEQ_{CAPACITACIONES} = \frac{14.644,45}{4,17 - (0,10)}$$

$$PEQ_{CURSOS} = \frac{10.983,34}{4,17 - (0,10)}$$

$$PEQ_{CAPACITACIONES} = 3.602,48 h$$

$$PEQ_{CURSOS} = 2.701,86 h$$

Punto equilibrio en dólares:

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos totales}}{1 - \left(\frac{CVu}{PVu}\right)}$$

$$PE\$_{CLASES} = \frac{64.240,01}{1 - \left(\frac{0,10}{4,17}\right)}$$

$$PE\$_{CLASES} = \$65.897,66$$

$$PE\$_{CAPACITACIONES} = \frac{14.644,45}{1 - \left(\frac{0,10}{4,17}\right)}$$

$$PE\$_{CAPACITACIONES} = \$15.022,34$$

$$PE\$_{CURSOS} = \frac{10.983,34}{1 - \left(\frac{0,10}{4,17}\right)}$$

$$PE\$_{CURSOS} = \$11.266,75$$

Cabe hacer algunas interpretaciones para poder comprender de mejor manera cada uno de estos puntos de equilibrio.

Para el servicio de clases individuales se alcanza un punto de equilibrio cuando se tiene 65.897,66 dólares de ingresos y cuando se ha impartido 15.802,80 horas, para el segundo servicio que son las capacitaciones se necesita 15.022,34 dólares y 3.602,48 horas para poder encontrar el equilibrio y para el servicio de los cursos es necesario de 11.266,75 dólares y 2.701,86 horas para poder encontrar el equilibrio y poder cumplir con todas las obligaciones en las cuales incurre la empresa.

CALCULO DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES POR SERV					
CONCEPTO	# PERSONAS	# CURSOS	HORAS/CURSO	HORAS ANUALES	COSTOS FIJO
CLASES	101		208	21056	64.240,01
CAPACITACIONES	5	48	20	4800	14.644,45
CURSOS	10	24	15	3600	10.983,34
<b>TOTAL</b>				<b>29455,89547</b>	<b>89.867,80</b>

**Cuadro No. 68:** Costos fijos y variables por servicio

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

En el cuadro anterior podemos observar un detalle de los costos fijos y costos variables para cada uno de los servicios que ofrecerá el Centro Cadeya a la comunidad de la ciudad de Atuntaqui, de igual manera si se pone a analizar se ve claramente que el punto de equilibrio está por debajo de las horas de servicio y de los ingresos que se obtendrán en el centro de mejoramiento académico.

### 5.6.5. PERÍODO DE RECUPERACIÓN

Para determinar el periodo de tiempo en que se recuperará la inversión se realiza el siguiente cálculo:

PERIODO DE RECUPERACIÓN			
AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO	FLUJO ACUMULADO	% DE RECUPERACIÓN
2014	23.008,73	23.008,73	41,23%
2015	26.801,67	49.810,40	89,25%
2016	33.260,89	83.071,28	148,84%
2017	48.005,99	131.077,27	234,86%
2018	70.003,94	201.081,21	360,29%

**Cuadro No.69:** Período de recuperación

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

Claramente se puede notar que el la inversión inicial realizada se recupera en menos de tres años, pero para ser más realistas se realiza los siguientes cálculos para determinar exactamente en qué tiempo se recuperará toda la inversión.

$$\text{Primer año} = 55.811,28 - 23.008,73 = 32.802,55$$

$$\text{Segundo año} = 32.802,55 - 26.801,67 = 6.000,88$$

$$\text{Tercer año} = 33.260,89 \text{ ----- } 12 \text{ meses} \quad \frac{3.935,22 * 12}{24.345,69} = 2,165022$$

$$3.935,22 \text{ ----- } x$$

Aquí se aplica una regla de tres simple dando como resultado 2,165022 interpretándose como 2 meses y para los días se aplica otra regla de tres.

$$\text{Calculo de días} = \quad 1 \text{ ----- } 30 \text{ días} \quad \frac{0.165022 * 30}{1} = 4.95066$$

0,165022 ----- x

Después de los cálculos realizados se puede notar que la inversión realizada se recuperara en dos año con dos mes y cinco días, esto demuestra que el proyecto es factible de realizarlo, esto se da debido a que no existe un centro de mejoramiento académico que cubra con las necesidades de la población en cuanto a capacitación y nivelación en conocimientos académicos.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El centro de mejoramiento académico en la ciudad de Atuntaqui debe poseer una estructura organizacional muy bien establecida y determinada, en donde conste su nombre y marca, tipo de empresa, slogan, misión y visión, valores, objetivos, además de la forma de administración, y un plan de medios para publicidad.

#### 6.1. LA EMPRESA

El centro de mejoramiento académico creado en la ciudad de Atuntaqui, en el sector del mercado municipal de la ciudad es un centro de tipo persona natural y tiene las siguientes características que lo identifican:

##### 6.1.1. NOMBRE DE LA EMPRESA

El nombre que se ha escogido para el centro de mejoramiento académico es “**CenTroCaDeYa**”, Centro Académico de Enseñanza y Aprendizaje, esto se debe a que el nombre sirve para identificar el servicio que brinda el instituto. Este nombre es de fácil captación e inserción en la mente del cliente y del consumidor, esto ayudará de manera positiva a la localización e identificación del mismo.

##### 6.1.2. LOGOTIPO

Para el logotipo se ha utilizado una figura circular ovalada empleado unas letras muy simples y sencillas para evitar confusiones y dificultades de lectura y apreciación, con letras de color verde “CenTroCaDeYa” y para parte del slogan “No mires al estudio como una obligación”, letras celestes para “Centro Académico De Enseñanza Y Aprendizaje” y letras azules el resto del slogan “sino como una

oportunidad de saber más”, con una gran gama de colores integrada de color negro, celeste con un sombreado de color azul en los bordes de ovalo.



**Grafico No. 8:** Logotipo  
**Elaborado por:** El autor  
**Año:** 2013

### 6.1.3. SLOGAN

“No mires al estudio como una obligación, sino como una oportunidad de saber más”

Este slogan se lo ha escogido porque el estudio es la única forma de triunfar en estos momentos tan difíciles y si una persona lo considera como una obligación simplemente no podrá llegar a cumplir sus sueños y sus metas.

#### **6.1.4. MISIÓN**

Ofrecer un servicio personalizado, de calidad, brindado por profesionales sumamente capacitados tanto en conocimientos como en técnicas pedagógicas para que el aprendizaje sea eficiente, eficaz y sobre todo divertido e interesante.

#### **6.1.5. VISIÓN**

El Centro Cadeya en el 2018 será el mejor centro de mejoramiento académico del cantón Antonio Ante en la formación de estudiantes capacitados y preparados tanto en conocimientos como en habilidades prácticas de las diferentes asignaturas de educación básica y bachillerato.

#### **6.1.6. POLÍTICAS**

- Brindar un servicio de óptima calidad para garantizar eficiencia y eficacia en el aprendizaje de las materias.
- Escuchar las sugerencias de los clientes ya que son la razón de ser de la empresa y el mejor medio de publicidad.
- Mantener reuniones con todo el talento humano del centro de mejoramiento académico para evaluar su desempeño y conocer las necesidades o sugerencias que puedan presentarse.
- Cumplir puntualmente con la declaración de impuestos y demás gravámenes establecidos en la Ley.
- Utilizar medios publicitarios, para así llegar cada vez más a los clientes.
- Evaluar los aspectos financieros por lo menos una vez en el mes, para tomar decisiones oportunas que garanticen el éxito de la sala de cine.

### 6.1.7. VALORES

Los valores en la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización, con ellos se define a sí misma y reflejan la ética empresarial del Centro de mejoramiento académico y garantizando así la confianza en el cliente, los valores corporativos que resaltaran en el CenTroCaDeYa son los siguientes:

- **Ética Profesional:** Se refleja en cada uno de los trabajos, cursos, capacitaciones a realizarse, ya que es la base fundamental para ganar la confiabilidad en cada uno de los clientes.
  
- **Respeto:** Es la esencia de las relaciones humanas, del trabajo en equipo, de cualquier relación interpersonal, el respeto es la garantía de transparencia, por lo tanto siempre existirá respeto entre los miembros del centro de mejoramiento académico y respeto hacia los clientes.
  
- **Responsabilidad:** Este valor abarca el cumplimiento de las obligaciones tanto con proveedores así como con clientes a su debido tiempo, garantizando así la confianza, reflejando así la seriedad, prudencia y diligencia que se tiene al realizar los trabajos, deberes asistidos o al realizar los cursos, capacitaciones, entre otras.
  
- **Calidad en el servicio:** Consiste en dar un excelente servicio a todos los clientes sin considerar su edad, condición económica, cultura, todas las personas deben tener un trato igual, por tanto el

personal será debidamente capacitado para que proyecte una buena atención al cliente.

- **Cooperación:** La unión hace la fuerza, esto se ve reflejado en el trabajo en equipo y compañerismo que existe entre todos los miembros de la empresa, con el fin de crear un ambiente agradable de trabajo.

## **6.2. ESTRUCTURA ORGÁNICA**

El Centro de Mejoramiento Académico es de tipo unipersonal, su figura legal es Compañía unipersonal de responsabilidad limitada. El organigrama es la representación gráfica de la estructura organizativa del Centro de Mejoramiento Académico; muestra las relaciones jerárquicas entre sus miembros. El tipo de estructura de esta empresa es lineal y funciona por el principio de unidad de mando, lo que evita confusiones y mejora la coordinación.

La estructura del centro estará compuesta de la siguiente forma:

- Junta de accionistas
- Un gerente
- Un Contador (a) Asesor
- Una secretaria-Recepcionista
- Un Ingeniero (a) en Marketing
- Siete profesores para brindar las clases y cursos



**Grafico No. 9:** Estructura Orgánica de Centro Cadeya  
**Fuente:** Propuesta Administrativa  
**Elaboración:** El autor  
**Año:** 2013

### 6.3. ESTRUCTURA FUNCIONAL

#### 6.3.1. Manual de Funciones

Este Manual Orgánico y Funcional para “Centro Cadeya” Centro Académico De Enseñanza Y Aprendizaje constituye un instrumento administrativo que determina la forma como se encuentra la empresa para el cumplimiento de su misión, visión, políticas y sus objetivos estratégicos; facilita las labores de auditoría, la evaluación, control interno y vigilancia, la conciencia en los empleados y en sus jefes de que el trabajo se está realizando o no adecuadamente.

El manual describe la organización formal para cada puesto de trabajo, este documento tiene por objeto el decirle a cada jefe o trabajador por escrito lo que se espera de él, en materia de funciones, tareas,

responsabilidades, autoridad, comunicaciones e interrelaciones dentro y fuera de la empresa. Este instrumento no deberá ser considerado como rígido e invariable, por el contrario, el manual requerirá de ajustes y actualizaciones en la medida que nuevas situaciones se presenten o se modifiquen los escenarios del entorno.

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>CARGO:</b> Gerente – Propietario
<b>FUNCIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Ser representante legal del Centro Cadeya.</li><li>➤ Adquirir todos los materiales necesarios para el correcto funcionamiento del centro.</li><li>➤ Comunicar al personal que labora en el centro la misión, visión, políticas y valores de la empresa y guiarlos en el cumplimiento de los mismos.</li><li>➤ Realizar el plan operativo anual.</li><li>➤ Manejo eficiente de los recursos del Centro Cadeya.</li><li>➤ Analizar problemas, causas y determinar las soluciones alternativas a dichos problemas.</li><li>➤ Dirigir y controlar las actividades de todos los miembros que integran el Centro Cadeya.</li></ul>
<b>PERFIL:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Ser líder, carismático y tener don de mando.</li><li>➤ Tener facilidad para comunicarse con las personas.</li><li>➤ Tener iniciativa y creatividad.</li><li>➤ Ser capaz de resolver diferentes problemas.</li><li>➤ Saber planificar, organizar, dirigir y controlar.</li></ul>

**REQUISITOS:**

- Título Superior en Ingeniería Comercial, Ingeniería en Contabilidad, Ingeniería en Administración de Empresas o afines.
- Experiencia mínima de 2 años en puestos similares, pero por ser el dueño del proyecto el que va a ocupar este puesto, no es necesario los años de experiencia.
- Edad de 23 a 35 años.

**SALARIO:**

- \$500,00 más beneficios de ley.
- La jornada laboral será de 8 horas.

**Cuadro No. 70:** Manual de funciones del gerente

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

**MANUAL DE FUNCIONES**

**CARGO:** Contador

**FUNCIONES:**

- Asesorar al Gerente en situaciones contables, tributarias y financieras.
- Cumplir con las obligaciones legales y tributarias.
- Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas y externas.
- Atender requerimientos de información de organismos de control externos a la empresa (SRI, Superintendencia de Compañías, IESS entre otras.)
- Presentar balances generales semestrales y anuales.

**PERFIL:**

- Criterio y ética profesional.
- Capacidad para trabajar bajo presión.
- Ser honesto, responsable y puntual con sus obligaciones.

**REQUISITOS:**

- Contador Público Autorizado CPA
- Licencia profesional actualizada y RUC
- Experiencia mínima de 2 años.
- Edad de 25 a 50 años.

**SALARIO:**

- Considerando que los servicios son de asesoría, la remuneración será de \$170,00 mensuales.
- La jornada laboral será de 8 horas a la semana, es decir 4 veces al mes.

**Cuadro No. 71:** Manual de funciones del contador

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

**MANUAL DE FUNCIONES**

**CARGO:** Secretaria-Recepcionista

**FUNCIONES:**

- Recibir al cliente y brindar un buen trato
- Confeccionar cartas, escritos, informes, contratos, acuerdos, actas, informes, facturas, y documentos en general.
- Comunicar de los servicios que oferta el Centro Cadeya.
- Atenciones telefónicas de acuerdo a las normas de cortesía establecidas.

- Cobrar el valor de la factura de cada cliente.
- Mantener al día las facturas de las transacciones realizadas.
- Llevar la agenda diaria del Gerente.
- Comunicar a los integrantes del departamento de educación de los clientes para que sean atendidos con eficiencia y justo a tiempo.
- Entregar al Gerente los reportes diarios de los ingresos.

**PERFIL:**

- Excelente presentación personal
- Responsable y dedicada.
- Receptiva y Servicial
- Buen manejo de las relaciones interpersonales.
- Dinámica y activa.

**REQUISITOS:**

- Instrucción superior en Contabilidad, Secretaria Ejecutiva o carreras afines.
- Experiencia de 1 año en el puesto.
- Edad de 21 a 35 años.

**SALARIO:**

- \$380,00 mensuales, más beneficios de ley
- La jornada laboral será de 8 horas diarias, de lunes a viernes en horario normal y sábados hasta medio día.
- Se reconocerán horas extras.

**Cuadro No. 72:** Manual de funciones de la secretaria – recepcionista

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

## MANUAL DE FUNCIONES

**CARGO:** Docentes

### **FUNCIONES:**

- Recibir a los estudiantes amablemente y dar un buen trato en sus diferentes clases.
- Llevar a cabo su trabajo con respeto, puntualidad y ética.
- Informar a la Gerencia la falta de implementos y materiales con anticipación.
- Utilizar los mejores métodos pedagógicos al momento de impartir los conocimientos a los estudiantes.
- Programar y organizar las actividades de las asignaturas a su cargo.
- Dirigir y orientar las actividades de los alumnos para lograr el desarrollo de su personalidad, darles tratamiento y ejemplo formativo.
- Presentar periódicamente al gerente un informe sobre el desarrollo de las actividades propias de su cargo.
- Responder por el uso adecuado, mantenimiento y seguridad de los equipos y materiales confiados a su manejo.
- Asistir a las reuniones convocadas por el gerente.
- Presentar al gerente la planilla o informe del rendimiento de los alumnos a su cargo al término de cada semana, certificando los avances y mejoras e inasistencia de los alumnos con su firma.

### **PERFIL:**

- Capacidad de trabajar en equipo.
- Responsabilidad.
- Capacidad de interactuar con estudiantes.
- Paciencia y autocontrol.
- Motivador e innovador.

**REQUISITOS:**

- Título profesional de licenciatura de tercer nivel o afines dependiendo la materia a impartir.
- Cursos de pedagogía estudiantil.
- Experiencia mínima de 1 año en labores afines.
- Edad de 25 a 40 años.

**SALARIO:**

- \$400,00 mensuales, beneficios de ley y propios de la empresa.
- Su jornada laboral será de 6 horas diarias.
- Se reconocerán horas extras.

**Cuadro No. 73:** Manual de funciones de licenciados

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

**MANUAL DE FUNCIONES**

**CARGO:** Mercadólogo

**funciones:**

- Responsabilidad en su trabajo.
- Detectar oportunidades en el mercado, y aprovecharlas en proyectos financieramente exitosos.
- Facilidad para entablar relaciones interpersonales y trabajo en grupo.
- Manejo del servicios en línea de publicidad.
- Identificar nuevas tendencias de mercado.
- Liderar estrategias de mercadeo y publicidad.
- Elaborar estrategias para el posicionamiento del Centro Cadeya en

el mercado.

- Llevar a cabo su trabajo con puntualidad y ética.
- Presentar periódicamente al gerente un informe sobre el desarrollo de las actividades propias de su cargo.
- Asistir a las reuniones convocadas por el gerente del Centro Cadeya.

**PERFIL:**

- Capacidad de trabajar en equipo.
- Capacidad de crear, innovar, desarrollar ideas, conceptos u objetos.
- Responsable.
- Creativo e innovador.
- Tener una visión del futuro
- Amplio conocimiento del mercado.

**REQUISITOS:**

- Título de ingeniería en marketing de tercer nivel.
- Experiencia en cargos similares por lo menos 2 años.
- Experiencia en campañas publicitarias y conocimientos en programas publicitarios.
- Capacitación en temas de trato de personal, atención al cliente, manejo de paquetes utilitarios, y otros temas.
- Edad de 24 a 40 años.

**SALARIO:**

- \$200,00 mensuales, beneficios de ley y propios de la empresa.
- Su jornada laboral será de 8 horas semanales.
- Se reconocerán horas extras.

**Cuadro No. 74:** Manual de funciones del mercadólogo

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

## MANUAL DE FUNCIONES

**CARGO:** Conserje

### **FUNCIONES:**

- Cumplir a cabalidad con la limpieza y el orden en las diferentes áreas del Centro Cadeya.
- Realizar a tiempo el aseo de las aulas y oficinas.
- Cuidar la utilización de los materiales, equipos y maquinarias de limpieza a fin de optimizar los recursos del área.
- Utilizar equipos de protección personal a fin de evitar posibles enfermedades.

### **PERFIL:**

- Integridad y Compromiso.
- Responsable.
- Buenas relaciones interpersonales.

### **REQUISITOS:**

- Mínimo haber culminado sus estudios primarios.
- Tener experiencia de 1 año en trabajos similares.
- Edad de 20 a 35 años.
- De preferencia mujer.

### **SALARIO:**

- La remuneración mensual a percibir será de \$320,00
- Se reconocerá todos los beneficios de ley y propios de la empresa.
- La jornada de trabajo es de 8 horas diarias.
- Se proporcionara el valor de horas extras.

**Cuadro No. 75:** Manual de funciones del personal de aseo

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

## CAPITULO VII

### 7. IMPACTOS

Este capítulo muestra como la aplicación del Centro Cadeya influiría en la sociedad en diferentes aspectos, tanto sociales, económicos, educativos, entre otros que es este capítulo se analizaran. Para dicho estudio será necesaria la utilización de la siguiente tabla, la misma que establecerá rangos positivos y negativos para así poder determinar si existe o no un impacto en la población.

**Tabla de Medición de impactos**

3	Impacto Alto Positivo
2	Impacto Medio Positivo
1	Impacto Bajo Positivo
0	Indiferente
-1	Impacto Bajo Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-3	Impacto Alto Negativo

**Cuadro No. 76:** Cuadro de impactos

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

#### 7.1. IMPACTO SOCIAL

La creación de “Centro Cadeya” Centro Académico de Enseñanza y Aprendizaje en la parroquia de Atuntaqui permitirá el mejoramiento de la calidad de vida del personal del centro, así como de terceras personas que se verán beneficiadas con los servicios del Centro Cadeya.

Los indicadores a considerar en el impacto social, se detallan en el siguiente cuadro:

## Medición del Impacto Social

Niveles	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores							
Fuentes de empleo						X	
Calidad de vida						X	
Bienestar comunitario						X	
<b>TOTAL</b>						<b>6</b>	

**Cuadro No. 77:** Impacto social

**Elaborado por:** El autor

**Año:** 2013

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria Total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{6}{3} = 2$$

El impacto social en el proyecto es medio positivo.

### Análisis

La diversidad de servicios que ofrecerá el Centro Cadeya a crearse en la ciudad de Atuntaqui hace posible la creación de nuevas fuentes de empleo para este sector, por ende mejorara la calidad de vida de las personas a ocupar dichas plazas de trabajo, y de igual manera se obtendrá un bienestar comunitario ya que este proyecto ayudara a suplir las falencias de aprendizaje tanto para estudiantes como también para el público en general que quiera aprender y mejorarse.

## 7.2. IMPACTO EDUCATIVO

<b>Niveles</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>Indicadores</b>							
Nuevos métodos de enseñanza - aprendizaje							<b>X</b>
Fortalecimiento de valores						<b>X</b>	
Compromiso de los docentes							<b>X</b>
Mejoramiento y generación de conocimientos							<b>X</b>
Aplicación practica						<b>X</b>	
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>9</b>

**Cuadro No. 78:** Impacto educativo

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

$$Nivel\ de\ impacto = \frac{Sumatoria\ Total}{Número\ de\ indicadores} = \frac{13}{5} = 2,6$$

El impacto educativo en el proyecto es alto positivo.

### Análisis

La educación es un derecho para los niños y para los adolescentes establecido en la Constitución de la República del Ecuador. Una parte de los problemas sociales que viven en nuestro país es la pérdida de valores como la honradez, la equidad, la honestidad, la responsabilidad sobre

nuestros actos, la decencia, la tolerancia que significa respetar las ideas, creencias y prácticas de los demás, con la creación de este proyecto, se pretende brindar una educación con valores y de igual manera impartir estos valores a los estudiantes para que lo practiquen en su vida cotidiana, ya que muchos de los alumnos se dejan influenciar por sus amigos y olvidan o dejan de lado estos valores que forman a una persona en su trayecto.

Mediante la creación del Centro Cadeya se pretende mejorar y crear conocimientos en los estudiantes, mediante el compromiso de los docentes para que los estudiantes puedan aprender de la mejor manera, utilizando métodos pedagógicos actualizados de enseñanza – aprendizaje y que hagan el aprendizaje interesante y divertido, por lo cual es necesario docentes capacitados y comprometidos con su labor profesional.

El desarrollo de destrezas y habilidades que requieren los niños y adolescentes contribuya a mejorar su capacidad intelectual, su creatividad, su sentido crítico, su capacidad de seguir construyendo su propio aprendizaje y los prepare para las diferentes circunstancias y condiciones que tengan que enfrentar a lo largo de su vida, estas destrezas y habilidades se las obtendrán mediante la aplicación práctica de todos los conocimientos adquiridos en el Centro Cadeya. Esto garantizará a padres de familia como a la comunidad en general la calidad de servicio, aspectos que permitirán ganar confianza y credibilidad.

### 7.3. IMPACTO ECONÓMICO

Niveles \ Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Optimización de recursos						X	
Rentabilidad del proyecto						X	
Fuentes de trabajo							X
Calidad de vida							X
Precios accesibles							X
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>9</b>

**Cuadro No. 79:** Impacto económico

**Elaborado por:** El Autor

**Año:** 2013

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{Sumatoria Total}}{\text{Número de indicadores}} = \frac{13}{5} = 2,6$$

El impacto económico en el proyecto es alto positivo.

#### **Análisis**

Mediante la optimización de todos los recursos ocupados en el Centro Cadeya al máximo se pretende obtener la mejor rentabilidad para el proyecto, esto ayudara al crecimiento del mismo y por ende se podrá expandir y mejorar, esto conllevara a crear más fuentes de trabajo, las cuales pueden ser ocupadas por personas de la región, mejorando de esta manera la calidad de vida de los habitantes, ya que indirectamente si los miembros de Centro Cadeya tienen mejores ingresos, tendrán más dinero para poder gastar y de esta manera va rotando este recurso económico por diferentes personas. Encuanto a tarifas, se considera una tarifa de fácil accesibilidad para cualquier estudiante ya que la educación y enseñanza personalizada se transforman en tranquilidad para los padres de familia de los estudiantes que tienen problemas en la educación y esta tranquilidad no tiene precio, y está acorde con la economía actual.

### 7.4. IMPACTO AMBIENTAL

<b>Niveles</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>Indicadores</b>							
Clasificación de desechos		X					
Conservación visual			X				
Contaminación auditiva		X					
Medio ambiente			X				
<b>Total</b>		<b>-4</b>	<b>-2</b>				

**Cuadro No. 80:** Impacto ambiental

**Elaborado por:** EIAutor

**Año:** 2013

$$Nivel\ de\ impacto = \frac{Sumatoria\ Total}{Número\ de\ indicadores} = \frac{-6}{4} = -1,5$$

### **Análisis**

El cuidado del ambiente en la actualidad es un aspecto de suma importancia para todo el mundo y por ende para este proyecto, mediante la creación del Centro Cadeya se tendrá muy en cuenta este asunto, por lo cual primeramente se tomaran medidas como es la clasificación de desechos, el municipio de Antonio ante actualmente ha tomado una medida acerca de este tema con la clasificación de desechos en orgánicos e inorgánicos, el Centro Cadeya tendrá muy en cuenta este aspecto, otro aspecto que se debe tomar muy en cuenta al momento de poner en marcha este proyecto es de no realizar una contaminación visual ni auditiva y al ser un centro de aprendizaje no se contaminara auditivamente ya que para el estudio y aprendizaje se necesita silencio para poder comprender y captar los conocimientos y en cuanto a la contaminación visual se tratara en lo posible de no realizarlo, por ultimo para no contaminar nuestro ambiente y cuidarlo de alguna manera se tratara en lo posible de consumir mucho papel, todo se realizara por internet, la publicidad, comunicados a los integrantes del Centro Cadeya, entre otras. Al tomar estas medidas la población se sentirá de alguna manera atraída por el proyecto y por ende tendrá mayor acogida.

## CONCLUSIONES

- Referente al Diagnóstico Situacional, se ha llegado a conocer las características de la población que integra la ciudad de Atuntaqui, se ha podido conocer su estilo de vida, su economía, la composición étnica, y un punto muy importante para este proyecto se ha podido llegar a determinar la cantidad exacta de estudiantes que se encuentran cruzando el nivel básico y bachillerato, esta es la población a la cual se dirigirá el proyecto. Todos estos datos son de suma importancia para el proyecto.
- En cuanto a las Bases Teóricas y Científicas se ha llegado a la conclusión de que en el lugar donde se realizó la investigación no cuenta con toda la información necesaria y actualizada en cuanto a temas pedagógicos y métodos de enseñanza – aprendizaje, pero cabe recalcar que por otro lado estos datos se encuentran al alcance de todas las personas mediante la utilización de una gran herramienta que en la actualidad va creciendo cada día más y más que es el Internet, esta herramienta es una gran fuente de información de conocimientos de todo tipo y por ende será de gran ayuda para poder cumplir con el objetivo principal del proyecto, brindar conocimientos actualizados y de calidad a los estudiantes de la ciudad.
- Partiendo del Estudio de Mercado, el análisis de datos de las encuestas señala que un 76 por ciento de la población está de acuerdo con la creación de un centro que oferte servicios personalizados de capacitación y nivelación de conocimientos en condiciones de calidad, calidez y excelencia, ya que actualmente no existe un centro que brinde estos servicios. De igual manera este capítulo ayudó a determinar que existe problemas en cuanto al aprendizaje de ciertas materias específicas que para la mayoría de la población son de difícil aprendizaje, esto sirve de sustento para poder poner en marcha el proyecto y poder corregir y ayudar a superar estas falencias y dificultades.

➤ Mediante el análisis del estudio técnico, se ha podido llegar a determinar con mayor exactitud la localización del presente proyecto, estos datos de igual manera fueron proporcionados en el estudio de mercado, se pudo llegar a determinar la infraestructura necesaria para poder brindar los servicios de educación en las mejores condiciones y de igual manera sirvió para poder determinar los costos en los cuales se incurriría para poder poner en marcha el presente proyecto.

➤ El estudio financiero sirvió de base para poder determinar los ingresos y gastos en los cuales se incurrirán en el presente proyecto, de igual forma se pudo realizar proyecciones a futuro de los rubros anteriormente mencionados y se pudo llegar a determinar que la inversión necesaria es aceptable y el proyecto es viable de realizarlo ya que tendrá una recuperación rápida de la inversión y unas buenas utilidades, esto ayudara a poder hacer que el servicio sea cada vez de mejor calidad. El proyecto es viable porque aportará favorablemente a la comunidad, ya que está planificado ofrecer servicios de educación personalizados, garantizados y con responsabilidad.

➤ En el estudio organizacional se ha podido llegar a determinar los puestos necesarios para el correcto funcionamiento del Centro Cadeya, los perfiles necesarios de cada puesto y las funciones que cada integrante deberá cumplir. También se llegó a determinar cómo va a estar estructurado organizacionalmente y cómo va a desarrollar las actividades en el centro.

➤ Luego de haber analizado los impactos que causará la creación del Centro Cadeya en los diferentes aspectos, social, educativo, económico y ambiental se ha llegado a determinar que este tipo de centros académico se convierte en la elección más adecuada para educar y formar ciudadanos responsables y comprometidos con la sociedad, mejorando las relaciones interpersonales, padres-hijos, docentes y sociedad en general.

## **RECOMENDACIONES**

- Para futuros proyectos de este tipo, poner mucho énfasis en estos temas de suma importancia como son: el estilo de vida, la economía, la composición étnica, el número de estudiantes (demanda a considerar), entre otros factores cruciales para el desarrollo y puesta en marcha de este tipo de proyectos.
  
- Es de suma importancia adquirir nuevos tomos, libros y más información acerca de educación, pedagogía infantil y de adolescentes, entre otros temas relacionados a la educación, capacitación y nivelación educativa, esto ayudara a poder sustentar de mejor manera futuros proyectos de este tipo.
  
- Se recomienda poner en marcha el presente proyecto ya que se ha podido determinar que existe una falencia en cuanto a la educación y existe la necesidad por parte de la población por un centro académico que brinde servicios de capacitación y nivelación de conocimientos, ya que actualmente no existen centros que presten este tipo de servicio, la creación de este proyecto tiene una acción positiva tanto para los estudiantes de nivel básico y bachillerato así como para la sociedad en general. Es necesario ponerlo en marcha ya que permitirá formar y preparar a niños y adolescentes, ayudará a desarrollar la capacidad intelectual, su creatividad, su sentido crítico, su capacidad de seguir construyendo su propio aprendizaje y los preparará para las diferentes circunstancias y condiciones que tengan que enfrentarse a lo largo de su vida. Para ayudar a solucionar el problema de aprendizaje por parte de los estudiantes, es necesario que los servicios que se oferten sean óptimos, de calidad, lo cual se logrará mediante la utilización de la tecnología, de información de internet y bibliográfica actualizada. Todo esto con el fin de poder cumplir con todas las exigencias del cliente en cuanto a educación.

- Se recomienda realizar una evaluación constante antes, durante y después de ejecutado el proyecto, esto ayudara a ver las posibles falencias y poder hacer los correctivos necesarios con el fin de ir mejorando constantemente y brindar un servicio de calidad.
  
- Finalmente es recomendable que el desarrollo del proyecto se ajuste a los estándares de calidad de educación fijados por el Ministerio de Educación con el fin de brindar un buen servicio a los clientes y cumplir con los requisitos de educación.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- AISPUR, F., & CASTILLO, J. (2012). DISEÑO DE PROYECTOS Con Enfoque Marco Lógico. Quito - Ecuador: Editorial Habreluz Cia. Ltda.
- BACA, G. (2010). Evaluación de proyectos (5ta edición ed.). México: Editorial Mc Graw Hill.
- BATEMAN, T., & SNELL, S. (2009). Administración, Liderazgo y Colaboración en un mundo competitivo (8va edición ed.). México: Editorial Mc Graw Hill.
- BESLEY, S. (2009). Fundamentos de Administración Financiera (Catorciava Edición ed.). México: Editorial Cengage Learning.
- BRAVO, M. (2009). Contabilidad General (Novena edición ed.). Quito-Ecuador: Editorial Nuevo Día.
- DÍAZ, F., MEDELLÍN, V., & otros, e. (2009). Proyectos: Formulación y Criterios de Evaluación. Bogota - Colombia: Editorial Alfaomega.
- HERNÁNDEZ Y RODRÍGUEZ, S. (2008). Administración: teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad (Segunda Edición ed.). México: Editorial Mc Graw Hill.
- KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2008). Principios de Marketing (Doceava Edición ed.). España: Editorial Pearson Educación.
- RODRÍGUEZ, M., TABORDA, A., & otros, e. (2013). Metodología Integral de Evaluación de Proyectos Sociales (Segunda Edición ed.). Argentina: Editorial Brujas.
- ROMERO, J. (2010). Principios de Contabilidad (Cuarta Edición ed.). México: Editorial Mc Graw Hill.

URBANO, D. (2009). Invitación al Emprendimiento: Una aproximación a la Creación de Empresas . Barcelona: UOC.

## **LINCOGRAFIA**

<http://www.bce.fin.ec/>

<http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>

<http://www.inec.gob.ec/estadisticas/>

<http://www.inec.gob.ec/>

<http://educacion.gob.ec/>

<http://educacion.gob.ec/documentos-legales-y-normativos/>

<http://educacion.gob.ec/generalidades/>

<http://reportes.educacion.gob.ec:8085/index.aspx>

<http://educacion.gob.ec/amie/>

<http://www.antonioante.gob.ec/>

<http://webmail.antonioante.gob.ec:8080/Tramites/Loguin.aspx>

[http://www.antonioante.gob.ec/web/?page\\_id=7](http://www.antonioante.gob.ec/web/?page_id=7)

<http://www.relacioneslaborales.gob.ec/>

<http://www.relacioneslaborales.gob.ec/biblioteca/>

## ANEXOS

### ANEXO 1: PAGO DE LAS CUOTAS DEL PRÉSTAMOS

# Pago	Pago Interés	Pago Capital	Saldo
1	\$233,33	\$587,50	\$24.412,50
2	\$227,85	\$592,99	\$23.819,51
3	\$222,32	\$598,52	\$23.220,99
4	\$216,73	\$604,11	\$22.616,88
5	\$211,09	\$609,75	\$22.007,13
6	\$205,40	\$615,44	\$21.391,69
7	\$199,66	\$621,18	\$20.770,51
8	\$193,86	\$626,98	\$20.143,53
9	\$188,01	\$632,83	\$19.510,70
10	\$182,10	\$638,74	\$18.871,96
11	\$176,14	\$644,70	\$18.227,26
12	\$170,12	\$650,72	\$17.576,54
13	\$164,05	\$656,79	\$16.919,75
14	\$157,92	\$662,92	\$16.256,83
15	\$151,73	\$669,11	\$15.587,73
16	\$145,49	\$675,35	\$14.912,38
17	\$139,18	\$681,66	\$14.230,72
18	\$132,82	\$688,02	\$13.542,70
19	\$126,40	\$694,44	\$12.848,26
20	\$119,92	\$700,92	\$12.147,34
21	\$113,38	\$707,46	\$11.439,88
22	\$106,77	\$714,07	\$10.725,81
23	\$100,11	\$720,73	\$10.005,08
24	\$93,38	\$727,46	\$9.277,63
25	\$86,59	\$734,25	\$8.543,38
26	\$79,74	\$741,10	\$7.802,28
27	\$72,82	\$748,02	\$7.054,26
28	\$65,84	\$755,00	\$6.299,27
29	\$58,79	\$762,04	\$5.537,22
30	\$51,68	\$769,16	\$4.768,06
31	\$44,50	\$776,34	\$3.991,73
32	\$37,26	\$783,58	\$3.208,15
33	\$29,94	\$790,90	\$2.417,25
34	\$22,56	\$798,28	\$1.618,97
35	\$15,11	\$805,73	\$813,25
36	\$7,59	\$813,25	\$0,00

**ANEXO 2: PAGO DE SALARIO DEL PERSONAL DEL CENTRO  
CADEYA**

**2014**

Cantidad	Función	Sueldo mensual	Horas laborables		Dias Trabajados	Costo c/h	Costo sueldo mensual	Costo anual
			Diario	Semana				
1	Gerente	549,50	8	40	30	2,29	549,50	6594,00
1	Secretaria	417,62	8	40	30	1,74	417,62	5011,44
5	Docentes	439,60	6	30	22,5	2,44	2198,00	26376,00
1	Contador	186,83	1,6	8	6	3,89	186,83	2241,96
1	Mercadólogo	219,80	1,6	8	6	4,58	219,80	2637,60
1	Auxiliar de Servicio	351,68	8	40	30	1,47	351,68	4220,16
	<b>Total</b>	<b>2165,03</b>					<b>3923,43</b>	<b>47081,16</b>

2015

Cantidad	Función	Sueldo mensual	Horas laborables		Días Trabajados	Costo c/h	Costo sueldo mensual	Costo anual
			Diario	Semana				
1	Gerente	603,90	8	40	30	2,52	603,90	7246,81
1	Secretaria	458,96	8	40	30	1,91	458,96	5507,57
5	Docentes	483,12	6	30	22,5	2,68	2415,60	28987,22
1	Contador	205,33	1,6	8	6	4,28	205,33	2463,91
1	Mercadólogo	241,56	1,6	8	6	5,03	241,56	2898,72
1	Auxiliar de Servicio	386,50	8	40	30	1,61	386,50	4637,96
	<b>Total</b>	<b>2379,37</b>					<b>4311,85</b>	<b>51742,19</b>

2016

Cantidad	Función	Sueldo mensual	Horas laborables		Días Trabajados	Costo c/h	Costo sueldo mensual	Costo anual
			Diario	Semana				
1	Gerente	663,69	8	40	30	2,77	663,69	7964,24
1	Secretaria	504,40	8	40	30	2,10	504,40	6052,82
5	Docentes	530,95	6	30	22,5	2,95	2654,75	31856,96
1	Contador	225,65	1,6	8	6	4,70	225,65	2707,84
1	Mercadólogo	265,47	1,6	8	6	5,53	265,47	3185,70
1	Auxiliar de Servicio	424,76	8	40	30	1,77	424,76	5097,11
	<b>Total</b>	<b>2614,93</b>					<b>4738,72</b>	<b>56864,67</b>

2017

Cantidad	Función	Sueldo mensual	Horas laborables		Dias Trabajados	Costo c/h	Costo sueldo mensual	Costo anual
			Diario	Semana				
1	Gerente	729,39	8	40	30	3,04	729,39	8752,70
1	Secretaria	554,34	8	40	30	2,31	554,34	6652,05
5	Docentes	583,51	6	30	22,5	3,24	2917,57	35010,80
1	Contador	247,99	1,6	8	6	5,17	247,99	2975,92
1	Mercadólogo	291,76	1,6	8	6	6,08	291,76	3501,08
1	Auxiliar de Servicio	466,81	8	40	30	1,95	466,81	5601,73
	<b>Total</b>	<b>2873,80</b>					<b>5207,86</b>	<b>62494,27</b>

2018

Cantidad	Función	Sueldo mensual	Horas laborables		Dias Trabajados	Costo c/h	Costo sueldo mensual	Costo anual
			Diario	Semana				
1	Gerente	801,60	8	40	30	3,34	801,60	9619,22
1	Secretaria	609,22	8	40	30	2,54	609,22	7310,60
5	Docentes	641,28	6	30	22,5	3,56	3206,41	38476,87
1	Contador	272,54	1,6	8	6	5,68	272,54	3270,53
1	Mercadólogo	320,64	1,6	8	6	6,68	320,64	3847,69
1	Auxiliar de Servicio	513,02	8	40	30	2,14	513,02	6156,30
	<b>Total</b>	<b>3158,31</b>					<b>5723,43</b>	<b>68681,21</b>

**ANEXO 3: ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN  
ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE ATUNTAQUI  
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**OBJETIVO:**

Esta encuesta tiene por objeto identificar la factibilidad para la creación de un centro de mejoramiento académico en la ciudad de Atuntaqui.

**DATOS GENERALES:**

EDAD				
GENERO	MASCULINO		FEMENINO	
OCUPACIÓN				

**INDICACIONES GENERALES:**

- Marcar con una X en la respuesta de su elección.
- Por favor responder la siguiente encuesta con la mayor seriedad del caso.

1. ¿Tiene hijos estudiando en la escuela y/o colegio?

	ESCUELA	N° HIJOS		COLEGIO	N° HIJOS
SI			SI		
NO			NO		

2. ¿Conoce usted si su hijo tiene alguna dificultad en alguna materia determinada?

SI	
NO	

3. Si su respuesta es SI, ¿Cuáles son las materias que tiene mayor dificultad en el aprendizaje?

**NIVEL BÁSICO**

MATEMÁTICAS	
LENGUA Y LITERATURA	
INGLES	
DIBUJO	
CIENCIAS NATURALES	
ESTUDIOS SOCIALES	
COMPUTACIÓN	
OTRAS	

**NIVEL BACHILLERATO**

MATEMÁTICAS	
LENGUA Y LITERATURA	
INGLES	
DIBUJO TÉCNICO	
CIENCIAS NATURALES	
CIENCIAS SOCIALES	
COMPUTACIÓN	
QUÍMICA	
FÍSICA	
BIOLOGÍA	
CONTABILIDAD	
INFORMÁTICA	
OTRAS	

¿Cuál?

---

4. De las siguientes opciones ¿cuáles considera que son los motivos para que su hijo tenga problemas en alguna materia específica?

MODELO DE ENSEÑANZA DEL MAESTRO	
BAJO NIVEL DE CAPTACIÓN DEL ESTUDIANTES	
MATERIAS MUY COMPLEJAS	
NO SE CUENTA CON EL MATERIAL DIDÁCTICO NECESARIO	
OTRAS	

¿Cuál?

---

5. ¿Le gustaría que su hijo reciba una capacitación particular garantizada, de calidad y con responsabilidad?

SI	
NO	

6. ¿Cuál de las siguientes opciones considera usted que la capacitación de su hijo será garantizada y con responsabilidad?

1.	Una persona particular	
2.	Un profesor de la materia	
3.	Un centro especializado de capacitación	
4.	Cursos online	

7. ¿Conoce Ud. el valor por hora que cobran por el servicio de capacitación y nivelación?

SI	
NO	

8. Si su respuesta fue SI, ¿El valor por hora es?

DE 3 A 5 DÓLARES	
DE 5 A 7 DÓLARES	
DE 7 A 9 DÓLARES	
MAS DE 9 DÓLARES	

9. ¿Necesita contratar los servicios de un profesional para capacitar a su hijo?

SI	
NO	

10. Si su respuesta anterior fue si, ¿Cuánto estaría Ud. dispuesta/o a pagar por la hora de servicio de capacitación de su hijo?

DE 3 A 5 DÓLARES	
DE 5 A 7 DÓLARES	
DE 7 A 9 DÓLARES	
MAS DE 9 DÓLARES	

11. ¿Cuántas horas estaría dispuesto/a a contratar por semana para su hijo/a?

DE 3 A 5 HORAS	
DE 5 A 7 HORAS	
DE 7 A 9 HORAS	
MAS DE 9 HORAS	

12. ¿Le gustaría recibir o que reciba su hijo cursos en el centro de mejoramiento académico?

SI	
NO	

13. De ser SÍ su anterior respuesta, ¿qué tipo de cursos le gustaría que se brinde en el centro de mejoramiento académico?

<b>MATERIAS</b>	
COMPUTACIÓN	
INGLES	
NAVEGACIÓN POR LA WEB	
CREACIÓN DE PÁGINAS WEB	
PROGRAMACIÓN	
QUÍMICA	
FÍSICA	
OTROS	

¿Cuál?

---

14. ¿Cuál de los siguientes medios considera usted que sería la mejor opción para publicitar el centro de mejoramiento académico?

CUÑAS RADIALES	
INTERNET	
TELEVISIÓN LOCAL	
AFICHES PUBLICITARIOS	
TRÍPTICOS	
PUBLICIDAD MÓVIL	
GIGANTOGRAFÍAS	
OTRO	

¿Cuál?

---

15. De crear un centro de mejoramiento académico, ¿dónde le gustaría que se encuentre ubicado?

CENTRO DE LA CIUDAD (PARQUE)	
PARQUE DE LA FAMILIA (ATUNTAQUI)	
EN EL SECTOR DEL MERCADO MUNICIPAL	
OTROS	

¿Cuál?

---

**ANEXO 4: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DE LAS  
INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE ATUNTAQUI**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**OBJETIVO:**

Esta encuesta tiene por objeto identificar la necesidad de un centro de mejoramiento académico en la ciudad de Atuntaqui.

**DATOS GENERALES:**

<b>EDAD</b>				
<b>GENERO</b>	MASCULINO		FEMENINO	
<b>NIVEL ACADÉMICO</b>	BÁSICO		BACHILLERATO	

**INDICACIONES GENERALES:**

- Marcar con una X en la respuesta de su elección.
- Por favor responder la siguiente encuesta con la mayor seriedad del caso.

1. ¿Considera usted que tiene alguna dificultad en alguna materia determinada?

SI	
NO	

2. Si su respuesta es SI, ¿Cuáles son las materias que tiene mayor dificultad en el aprendizaje?

**NIVEL BÁSICO**

MATEMÁTICAS	
LENGUA Y LITERATURA	
INGLES	
DIBUJO	
CIENCIAS NATURALES	
ESTUDIOS SOCIALES	
COMPUTACIÓN	
OTRAS	

**NIVEL BACHILLERATO**

MATEMÁTICAS	
LENGUA Y LITERATURA	
INGLES	
DIBUJO TÉCNICO	
CIENCIAS NATURALES	
CIENCIAS SOCIALES	
COMPUTACIÓN	
QUÍMICA	
FÍSICA	
BIOLOGÍA	
CONTABILIDAD	
INFORMÁTICA	
OTRAS	

¿Cuál?

---

3. De las siguientes opciones ¿cuáles considera que son los motivos para que usted tenga problemas en alguna materia específica?

MODELO DE ENSEÑANZA DEL MAESTRO	
BAJO NIVEL DE CAPTACIÓN DEL ESTUDIANTES	
MATERIAS MUY COMPLEJAS	
NO SE CUENTA CON EL MATERIAL DIDÁCTICO NECESARIO	
OTRAS	

¿Cuál?

---

4. ¿Le gustaría recibir una capacitación particular garantizada, de calidad y con responsabilidad?

SI	
NO	

5. ¿Cuál de las siguientes opciones considera usted que sería la mejor opción para recibir una capacitación garantizada y con responsabilidad?

1.	Una persona particular	
2.	Un profesor de la materia	
3.	Un centro especializado de capacitación	
4.	Cursos online	

6. ¿Le gustaría que se creara un centro de mejoramiento académico que brinde servicios de capacitación y nivelación?

SI	
NO	

7. De crear un centro de mejoramiento académico, ¿dónde le gustaría que se encuentre ubicado?

Centro de la ciudad (Parque)	
Parque de la familia (Atuntaqui)	
En el sector del mercado municipal	
Otros	

¿Cuál?

---

8. ¿Cuál de los siguientes medios considera usted que sería la mejor opción para publicitar el centro de mejoramiento académico?

CUÑAS RADIALES	
INTERNET	
TELEVISIÓN LOCAL	
AFICHES PUBLICITARIOS	
TRÍPTICOS	
PUBLICIDAD MÓVIL	
GIGANTOGRAFÍAS	
OTRO	

**ANEXO 5: ENTREVISTAS A DUEÑOS DE LOCALES DE CAPACITACIÓN.**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**Objetivo:** Obtener información que nos ayuden a cuantificar la competencia y precios a los que ofrecen el servicio.

- 1. ¿Cuál es el costo hora que cobra por el servicio?**
- 2. ¿Cuáles son los meses de mayor afluencia?**
- 3. ¿Qué número de estudiantes promedio tiene mensualmente?**
- 4. ¿Cuántas horas promedio demandan los estudiantes mensualmente?**