



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE APOYO
PEDAGÓGICO A NIVEL DE BACHILLERATO EN LA CIUDAD DE IBARRA,
PROVINCIA DE IMBABURA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA

AUTORA: Amanda Gianella Dueñas Montesdeoca

DIRECTOR: Ing. Carlos Merizalde Leiton.

ENERO, 2015

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad, está enfocado a la creación de un Centro de Apoyo Pedagógico en la ciudad de Ibarra. En la actualidad es un factor determinante para los señores y señoritas estudiantes de la ciudad, la capacitación con una metodología orientada a elevar la lógica tanto en Matemática como en la parte verbal y abstracta, a más de los contenidos comunes de las diferentes materias que se imparte en el Bachillerato de los colegios de la ciudad. Por tanto, la ejecución del estudio realizado en referencia al servicio de apoyo pedagógico, permitió identificar el mercado meta que se requiere para la creación del mismo, teniendo en cuenta las necesidades educativas de los estudiantes. Por lo anteriormente mencionado es pertinente manifestar que los discentes de la ciudad de Ibarra poseen serias necesidades; ya que en los colegios, no se puede cubrir en referencia a los contenidos de las diferentes asignaturas y los hábitos de estudio que tanta falta hacen en el nuevo milenio; por tanto, la creación de un Centro de Apoyo Pedagógico, en la actualidad requiere de ciertos parámetros: organizacionales, técnicos y financieros que sustenten de forma ordenada, principalmente la enseñanza y aprendizaje de la lógica en los discentes, logrando así un posicionamiento cada vez más reconocido de la empresa en el mercado de la ciudad de Ibarra.

SUMMARY

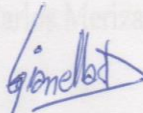
This factibility study is focused on the creation of a Learning Support Center in the city of Ibarra. Today is a determinant for the lords and ladies City students training with a strategy to raise the logic in both math and verbal and abstract hand over the common content of the various subjects methodology factor imparted in Baccalaureate schools in the city. Therefore, the implementation of the study with reference to pedagogical support service possible to identify the target market is required for its creation, taking into account the educational needs of students. For the foregoing is pertinent to state that learners of Ibarra have serious needs in schools can not cover in reference to the contents of the different subjects and study skills much needed in the new millennium, by thus, the creation of a learning Support Centre currently requires certain organizational, technical and financial parameters that support orderly mainly teaching and learning of logic in learners, achieving an increasingly recognized position of the company in the market town of Ibarra.

AUTORÍA

Yo, Dueñas Montesdeoca Amanda Gianella , declaro bajo juramento que el “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE APOYO PEDAGÓGICO A NIVEL DE BACHILLERATO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”, es de mi autoría; el cual se desarrolló en base a la investigación de diferentes fuentes que se incorporan en la bibliografía, el mismo que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional.

Como constancia a la presente declaración me responsabilizo de la veracidad de la información expuesta en el desarrollo del proyecto de grado.

Atentamente



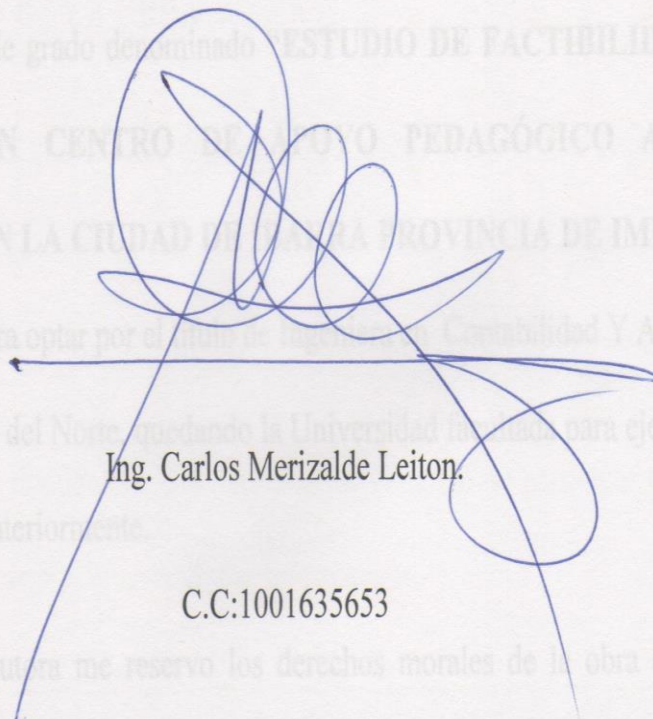
Dueñas Montesdeoca Amanda Gianella

C.C:1003689112

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada **Dueñas Montesdeoca Amanda Gianella**, para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE APOYO PEDAGÓGICO A NIVEL DE BACHILLERATO EN LA CIUDAD DE IBARRA 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 digne.

En la ciudad de Ibarra, a los 23 días del mes de julio de 2014.



Ing. Carlos Merizalde Leiton.

C.C:1001635653



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **Dueñas Montesdeoca Amanda Gianella**, con cédula de ciudadanía N° 1003689112, 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(es) del trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE APOYO PEDAGÓGICO A NIVEL DE BACHILLERATO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad Y Auditoría CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final, en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Dueñas Montesdeoca Amanda Gianella.
C.C: 1003689112
Ibarra, a los 29 días del mes de Enero 2015.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	1003689112		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Dueñas Montesdeoca Amanda Gianella.		
DIRECCIÓN:	Hnos. Mideros 5-59 y 27 de Noviembre		
EMAIL:	zucagiane@yahoo.com		
TELÉFONO FIJO:	062 932 195	TELÉFONO MÓVIL:	0996575994

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE APOYO PEDAGÓGICO A NIVEL DE BACHILLERATO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTORA:	Dueñas Montesdeoca Amanda Gianella.
FECHA:	Enero de 2015.
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA.
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Carlos Merizalde Leiton.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Dueñas Montesdeoca Amanda Gianella.**, con cédula de ciudadanía Nro. 1003689112, en calidad de autora 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

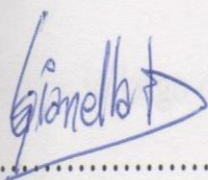
La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá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

Ibarra, a los 29 días del mes de Enero de 2015.

LA AUTORA:

DEDICATORIA

ACEPTACIÓN:



.....
Amanda Gianella Dueñas.

C.C.: 1003689112



.....
Ing. Bethy Chávez.

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario,.....

DEDICATORIA

A mi padre, por darme la mejor educación y enseñarme que todas las cosas hay que valorarlas, trabajarlas y luchar para lograr los objetivos de la vida. A mi madre, por todo su amor y ternura brindada a lo largo de mi vida. A mi esposo, por estar en los buenos y malos momentos y en general a todos los amigos incondicionales a todos ellos dedico este trabajo de tesis.

Gianella Dueñas.

AGRADECIMIENTO

A mi Dios principalmente, luego a mis incondicionales padres, familia y amigos por estar en los malos y buenos momentos; es pertinente en este momento brindar un saludo a todas aquellas personas que siempre estuvieron a nuestro lado, a lo largo de este ciclo de estudios y sobre todo; a mi tutor de la tesis, ya que me brindó los conocimientos necesarios, para poder culminar con éxito este arduo trabajo.

Gianella Dueñas.

PRESENTACIÓN

El trabajo de investigación consiste en un estudio detallado, con la finalidad de contextualizar la factibilidad de un Centro de Apoyo Pedagógico en la ciudad de Ibarra enfocado en las necesidades de los estudiantes de Bachillerato previo al ingreso a las Universidades del país, la iniciativa parte del entendimiento de las amplias necesidades educativas como soporte de la juventud ibarreña en todo nivel y basado en el mejoramiento de la lógica tanto verbal, como matemática y abstracta, además de un buen enfoque en los hábitos de estudio de los discentes, para lo cual es pertinente manifestar que el trabajo de indagación contempla los siguientes capítulos:

El Capítulo I, contiene un diagnóstico situacional, es decir, la realidad de la problemática referida a los Centros de Apoyo Pedagógico en la ciudad de Ibarra, el cual ayudó a recolectar información específica, permitiendo así una visualización efectiva del mercado actual con el que se cuenta, para la realización y contextualización de la factibilidad.

El Capítulo II, contiene el Marco Teórico, el cual se basa en temas detallados referidos a estudios de factibilidad, es importante manifestar que sirvió de base fundamental, para estructurar todo el trabajo, ya que sirvió de soporte científico, estos datos fueron recolectados de manera precisa siempre respetando las correspondientes citas de autor; las fuentes fueron de carácter bibliográfica y en línea.

En el Capítulo III, se pone de manifiesto el estudio de mercado, de esta manera resalta la determinación de la oferta y demanda potencial, con lo que se establece de manera eficiente el precio; este criterio está basado en el análisis de la competencia, como referencia para su fijación; haciendo uso de la encuesta a los posibles consumidores del servicio inherente a

nivelaciones de las diferentes materias como Matemática, Física, Química y al ordenamiento lógico de las mismas como Preuniversitario, además los buenos hábitos y técnicas de estudio.

El Capítulo IV, sustenta el estudio técnico, es pertinente decir que mediante este criterio se determinó la localización del proyecto, así como también la infraestructura, tamaño y diseño de sus instalaciones; es decir, características macro y micro, además el equipo necesario para la ejecución del proyecto.

El Capítulo V, consiste en el estudio económico o financiero que presenta puntualmente un presupuesto de inversión, proyección de ventas, balance general, estados financieros, flujo de caja y una evaluación de la inversión a través del cálculo necesario del VAN, la TIR, como parte primordial y determinación del equilibrio entre oferta y demanda.

El Capítulo VI, corresponde a la estructura organizativa y funcional del Centro de Apoyo Pedagógico; es decir, aquí se determina la misión, visión, políticas y valores, además objetivos y estrategias del proyecto. Para llevar a cabo dicho proyecto, se enfocó en la legalidad jurídica y razón de ser de la empresa.

El Capítulo VII, contempla los principales impactos que el proyecto prevé con la ejecución del mismo; es decir, que relevancia y sustento poseerá en el sentido económico y sobre todo en el carácter social que es la razón de ser del trabajo, así como el impacto educativo y de cuidado de la naturaleza, es decir el impacto ambiental.

Llegando a la parte final del trabajo de investigación, se presenta las respectivas conclusiones y recomendaciones del estudio de factibilidad, así como los diferentes anexos.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIAS.....	viii
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
ÍNDICE GENERAL	xiv
ÍNDICE DE TABLAS	xix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxii
ÍNDICE DE IMÁGENES	xxiii
JUSTIFICACIÓN	xxiv
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxvi
METODOLOGÍA UTILIZADA	xxvii
CAPÍTULO I	28
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	28
Antecedentes	28
Objetivos	30
General.....	30
Específicos	30
Matriz de relación diagnóstica	31
Procesamiento de datos y análisis de la información.....	32
Aspectos socio – económicos	32

Gestión empresarial	39
Aspecto educativo	42
Identificación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos	43
Determinación de la oportunidad de inversión	44
CAPÍTULO II	45
MARCO TEÓRICO	45
EMPRESA	45
La Empresa y su importancia	46
Tipos de empresas	46
Servicios	47
La Empresa de servicios	47
Estudio de factibilidad	48
Mercado	49
Estudio técnico	63
Estudio financiero	64
Centro de apoyo pedagógico	69
Factibilidad de los centros de ayuda pedagógica	70
Bachillerato general unificado	70
Pedagogía	70
Lógica	71
Objetivo de la nivelación académica	71
Técnicas de estudio	72
CAPÍTULO III	74
ESTUDIO DE MERCADO	74
Introducción	74
Objetivos del estudio de mercado	74
Matriz de variables de mercado	75
Identificación del servicio	76
Características del servicio	77
Mercado	78
Mercado objetivo	78
Segmento de mercado	78

Identificación de la población y tamaño de la muestra.....	80
Muestra de la población.....	80
Cálculo del tamaño de la muestra.....	80
Procesamiento de datos y análisis de la información.....	82
Encuestas realizadas a los padres de familia de los estudiantes de bachillerato de los colegios de la ciudad de Ibarra.....	82
Encuesta dirigida a los proveedores de servicios de enseñanza.....	96
Análisis de la demanda.....	101
Demanda proyectada.....	101
Análisis de la oferta.....	104
Oferta actual.....	104
Proyección oferta.....	105
Demanda potencial a satisfacer.....	108
Precio.....	109
Proyección sueldos.....	109
Estrategias de mercado.....	111
El logotipo.....	111
El isotipo.....	112
El lema.....	112
Estrategias de promoción.....	112
Estrategias de servicio.....	112
Estrategia de diferenciación.....	113
Estrategias para la plaza o distribución.....	113
Conclusiones del estudio.....	113
CAPÍTULO IV.....	115
ESTUDIO TÉCNICO.....	115
Tamaño del proyecto.....	115
Factores determinantes del tamaño del proyecto.....	115
Tamaño propuesto.....	120
Localización del proyecto.....	121
Macro localización del proyecto.....	121
Micro localización del proyecto.....	122

Ingeniería del proyecto	127
Proceso de producción del servicio.....	127
Diagrama del proceso de apoyo pedagógico	128
Presupuesto técnico.....	131
Inversiones fijas	131
Inversiones diferidas	132
Capital de trabajo	132
Inversión total del proyecto	134
CAPÍTULO V	135
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	135
Estado de situación financiera	135
Determinación de ingresos proyectados	135
Determinación de los egresos proyectados	138
Gastos operativos	138
Gastos administrativos	141
Sueldos y beneficios sociales personal administrativo	141
Depreciación activos fijos área administrativa	142
Resumen de egresos	143
Tabla de amortización.....	144
Estado de resultado proyectado	147
Flujo de caja.....	148
Evaluación financiera.....	148
Costo de oportunidad	148
Valor actual neto (VAN).....	149
Determinación de la tasa de rendimiento medio.....	149
Cálculo del VAN.....	149
Tasa interna de retorno (T.I.R.)	150
Costo – beneficio	152
Período de recuperación de la inversión	153
Punto de equilibrio.....	154
CAPÍTULO VI.....	156
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	156

La empresa	156
Nombre o razón social	156
Conformación jurídica	156
La misión	158
La visión.....	159
Políticas.....	159
Valores	160
Estructura orgánica	161
Orgánico funcional.....	162
CAPÍTULO VII	168
ESTUDIO DE IMPACTOS	168
Análisis de impactos	168
Impacto social	169
Impacto ambiental.....	170
Impacto económico.....	172
Impacto educativo.....	173
Impacto general.....	175
CONCLUSIONES	177
RECOMENDACIONES	178
BIBLIOGRAFÍA	180
LINKOGRAFÍA	182
ANEXOS	186
ANEXO 1 ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO DEL CENTRO ACADÉMICO DEL CONOCIMIENTO EN LA CIUDAD DE IBARRA	187
ANEXO 2 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PADRES DE FAMILIA DE LOS COLEGIOS PERTENECIENTES A LA CIUDAD DE IBARRA	188
ANEXO 3 ENCUESTA DIRIGIDA A EMPRESAS DEDICADAS A ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y NIVELACIÓN EN LA CIUDAD DE IBARRA	191

ÍNDICE DE TABLAS

1. Nivel de Instrucción – Ibarra.	29
2. Matriz de relación diagnóstica.	31
3. Población del Cantón Ibarra por zona.	33
4. Población del cantón Ibarra por género.	34
5. Población económicamente activa del cantón Ibarra por sector.	34
6. Rendimiento de lógica.	36
7. Resultados pruebas de admisión.	37
8. Población por nivel de instrucción del cantón Ibarra.	38
9. Actividades económicas de la ciudad de Ibarra clasificado por sectores.	38
10. Matriz de variables de mercado.	75
11. Portafolio de servicios.	76
12. Parámetros de segmentación.	79
13. Distribución de las encuestas realizadas en la ciudad de Ibarra.	82
14. Beneficios que brinda un centro de apoyo pedagógico.	83
15. Importancia de crear un centro de apoyo pedagógico.	84
16. Aspectos relevantes del servicio.	85
17. Interés por contratar los servicios de un centro de apoyo pedagógico.	86
18. Modalidad de utilización del servicio.	87
19. Medio de promoción del servicio.	88
20. Servicios a ofertar.	89
21. Precio de los servicios (Preuniversitario).	90
22. Precio de los servicios (Nivelaciones).	91
23. Precio de los servicios (Técnicas de Estudio).	92
24. Horario.	93
25. Frecuencia de asistencia.	94
26. Ubicación estratégica.	95
27. Cartera de servicios.	96
28. Capacidad productiva.	97
29. Frecuencia de asistencia.	98
30. Precio hora servicio.	99

31. Precio curso servicio	100
32. Series históricas sector educativo en Ibarra	101
33. Demanda proyectada segmento hogares.	103
34. Empresas dedicadas a actividades de enseñanza y nivelación en la ciudad de Ibarra...	105
35. Series históricas de actividades económicas en Ibarra	106
36. Oferta proyectada.....	107
37. Demanda potencial por satisfacer	108
38. Series históricas de sueldos y salarios.	110
39. Proyección precio servicio nivelaciones por materia.....	110
40. Proyección precio servicio preuniversitario.....	110
41. Proyección precio servicio técnicas de estudio.....	111
42. Capacidad productiva del servicio.	115
43. Ficha de observación (Entidades Financieras).....	116
44. Información de crédito dirigido a PYMES y Empresas.....	117
45. Tamaño propuesto.....	120
46. Escala de puntuación.....	122
47. Matriz de factores puntuada.....	123
48. Matriz de factores priorizada.	124
49. Presupuesto (Inversión Fija)	131
50. Presupuesto (Inversión Diferida)	132
51. Presupuesto (Capital de Trabajo).....	132
52. Resumen de la inversión	134
53. Estado de situación financiera	135
54. Proyección de ingresos (Preuniversitario)	136
55. Proyección de ingresos (Nivelaciones - Matemática).....	136
56. Proyección de ingresos (Nivelaciones – Inglés)	137
57. Proyección de ingresos (Nivelaciones – Física)	137
58. Proyección de ingresos (Nivelaciones – Química)	137
59. Proyección de ingresos (Técnicas de Estudio).....	138
60. Resumen de ingresos.....	138
61. Series históricas sueldos y salarios	139
62. Resumen de remuneraciones área operativa	139

63. Resumen de beneficios sociales área operativa	140
64. Depreciación activos fijos (Área Operativa).....	140
65. Proyección sueldos personal administrativo.....	141
66. Proyección beneficios sociales personal administrativo.....	142
67. Depreciación activos fijos área administrativa	142
68. Egresos proyectados.....	143
69. Amortización datos	144
70. Amortización.....	144
71. Estado de resultados.....	147
72. Flujo de caja.....	148
73. Costo de oportunidad	148
74. Cálculo del VAN.....	150
75. TIR	151
76. Costo beneficio	152
77. Período de recuperación.....	153
78. Dirección general	162
79. Contabilidad.....	163
80. Supervisión docente	164
81. Docente	165
82. Secretaría.....	166
83. Servicios generales.....	167
84. Rango de calificación por impacto.	168
85. Impacto social	169
86. Impacto ambiental.....	170
87. Impacto económico.....	172
88. Impacto educativo	173
89. Impacto general.....	175

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Población del Cantón Ibarra.....	33
2. Población económicamente activa	34
3. Rendimiento de lógica	36
4. Resultados de pruebas de admisión	37
5. Beneficios que brinda un centro de apoyo pedagógico.	83
6. Importancia de crear un centro de apoyo pedagógico	84
7. Aspectos relevantes del servicio.	85
8. Interés por contratar los servicios de un centro de apoyo pedagógico.	86
9. Forma de utilización del servicio.	87
10. Medio de promoción del servicio.	88
11. Servicios a ofertar.	89
12. Precio del servicio (Preuniversitario).....	90
13. Precio del servicio (Nivelaciones)	91
14. Precio de los servicios (Técnicas de Estudio).....	92
15. Horario	93
16. Frecuencia de asistencia.....	94
17. Ubicación estratégica	95
18. Cartera de servicios.....	96
19. Capacidad productiva del servicio	97
20. Frecuencia de asistencia.....	98
21. Precio hora	99
22. Precio curso.....	100
23. Demanda proyectada.....	103
24. Oferta proyectada.....	108
25. Demanda potencial a satisfacer.....	109

ÍNDICE DE IMÁGENES

1. Mapa político	121
2. Mapa	126
3. Ingeniería del proyecto	127
4. Diagrama del proceso	128
5. Estructura orgánica	161

JUSTIFICACIÓN

En los colegios de la ciudad de Ibarra, existen estudiantes que necesitan apoyo académico principalmente en las materias de: Matemática, Física y Química, además en lo referente al razonamiento lógico y sobre todo en los hábitos de estudio, ya que han quedado relegados por la afectación de ciertos factores que los jóvenes tienen en detrimento del proceso de aprendizaje.

Una de las labores más importantes de los Centros de Apoyo Pedagógico, corresponde la enseñanza como apoyo a las instituciones regulares, pues mediante la metodología de enseñanza tecnológica y constructivista se logra elevar el nivel educativo de los jóvenes de Bachillerato que aspiran entrar a las Universidades del país; más aun, cuando en la actualidad el gobierno ha implantado un plan para lograr los objetivos educativos de los estudiantes; por tal razón, la creación de un Centro de Apoyo Pedagógico que apunte a cubrir las necesidades de los discentes del nuevo milenio es de vital importancia, en donde los principales beneficiarios serán los estudiantes de Bachillerato, los padres de familia, maestros, en sí toda la comunidad educativa de Ibarra, de ahí la importancia del proyecto de factibilidad para la creación de un Centro de Apoyo Pedagógico en la ciudad de Ibarra.

Por lo anteriormente mencionado, es de vital importancia indicar la relevancia y actualidad que posee este tema, pues en la actualidad por vivir en el nuevo milenio, se ha suscitado un cambio en la forma como se llevan las empresas y los estudiantes deben estar orientados hacia esos mismos paradigmas con una metodología dinámica e interactiva.

El proyecto definitivamente generará expectativas educativas en la comunidad de Ibarra, ya que despierta el interés de la ciudadanía en el sentido que todo lo que es educativo es

beneficioso para la región. El interés de las personas está enfocado en la calidad del servicio, pues es la sociedad ibarreña la que fiscalizará la excelencia de lo ofrecido.

Por tanto, el trabajo de indagación fue necesario realizarlo, debido a la motivación intrínseca de la investigadora, para solucionar la problemática inherente a la falta de razonamiento lógico por parte de los estudiantes de los colegios de la ciudad de Ibarra; también al talento humano que estuvo dispuesto a llevar a efecto dicho fin; es decir, gracias a la colaboración decidida y desinteresada de profesionales, empresarios y autoridades.

Es importante manifestar que se contó con los recursos económicos necesarios, ya que sin estos hubiera sido imposible el normal desarrollo del proceso científico y ordenado que constituye tan importante trabajo de indagación, además, es pertinente corroborar que los materiales necesarios para solventar todo el proceso fueron factibles de tenerlos. Por último, todo trabajo serio dispone del tiempo para su realización, en este caso, a pesar de su complejidad se dispone del espacio necesario para su realización en un intervalo de tiempo adecuado.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

▪ GENERAL

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de un centro de apoyo pedagógico a nivel de bachillerato en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

▪ ESPECÍFICOS

1. Desarrollar un diagnóstico de la situación problemática.
2. Estructurar el Marco Teórico como base del proyecto, mediante la investigación bibliográfica y documental.
3. Desarrollar un estudio de mercado, para que analice la oferta y demanda.
4. Identificar la macro y micro localización, además la infraestructura adecuada del proyecto mediante un estudio técnico.
5. Determinar la viabilidad del proyecto mediante un estudio financiero basada en técnicas de evaluación económica.
6. Diseñar una estructura de organización funcional para la creación del Centro de Apoyo Pedagógico.
7. Determinar los diferentes impactos que generará el estudio de factibilidad en relación a la creación de un Centro de Apoyo Pedagógico en la ciudad de Ibarra.

METODOLOGÍA UTILIZADA

Los métodos, siendo el camino más corto para lograr el objetivo del trabajo de investigación, fueron una parte medular en la consecución de lo propuesto; por tanto, se estableció que el análisis y síntesis sirvieron de soporte en las diferentes partes del trabajo de investigación, es decir se identificó la problemática referida a la factibilidad que tiene la creación de un Centro de Apoyo Pedagógico en la ciudad de Ibarra, así como el Marco Teórico ayudó a analizar la información bibliográfica; hay que tener muy en cuenta que es necesario la determinación de las causas que manifiestan lo observado, para conocer mejor el objeto de estudio y tener una mejor comprensión. Por otro lado, no existe síntesis sin análisis, por lo que es pertinente realizar un procedimiento mental, cuya meta es la comprensión de la factibilidad y sus partes, para conjuntamente realizar un estudio claro y además preciso de lo que es importante en el proceso, llegando así a conclusiones y recomendaciones pertinentes.

Se puede manifestar que la inducción y deducción sirvió de base ya que se partió de la problemática existente, iniciando desde lo concreto que constituye el tema hasta lo abstracto que es la solución de la problemática detectada motivo de estudio, mediante situaciones particulares para poder entender contextos generales de factibilidad existente en la creación de un Centro de Apoyo Pedagógico, con las características necesarias que cubran las necesidades de los ciudadanos de Ibarra, para de esta manera dar conclusiones lógicas con validez comprobada. La utilización del método sistémico contribuyó a la estructuración lógica y bien ordenada de la propuesta en referencia a un Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro de Apoyo Pedagógico en la ciudad de Ibarra.

CAPÍTULO I

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

La ciudad de Ibarra, lugar que se identificó para realizar el estudio de factibilidad sobre la creación de un Centro de Apoyo Pedagógico; elaborado en base a información primaria y secundaria, el mismo que aportará al desarrollo de inteligencias múltiples de la juventud Ibarreña, así como también ayudará al desarrollo socio-económico de la ciudad.

Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura y se encuentra ubicada en la zona norte de Ecuador, a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. Su clima es subtropical de tierras altas. Su temperatura oscila entre 12° y los 32° Celsius. La ciudad se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva el mismo nombre de la provincia, está constituida por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y la Dolorosa de Priorato y además tiene ocho parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio y Cochapamba.

Según datos tomados del último Censo de Población y Vivienda del 2010, del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (I.N.E.C.), se puede observar que en el cantón Ibarra en el sector urbano habitan 139.721 y rural 41.454, lo que da un total de 181.175 habitantes. El ámbito educativo dentro de la sociedad ocupa un papel importante al elevar la calidad de vida de la población, contribuyendo al progreso y desarrollo sostenible y sustentable de las naciones. La educación en los últimos años ha tenido transformaciones y renovaciones sustanciales, al desarrollarse en una sociedad cambiante, ha creado hábitos de pensamiento y vida, además de abrir nuevas perspectivas.

La visión anterior sobre la educación y la inteligencia se basaba en que todas las personas aprendían casi de la misma manera y por lo tanto, existía sólo una forma de enseñar. Actualmente, la existencia de diferentes juicios sobre la inteligencia y los diversos estilos de aprendizaje, ha hecho que los métodos de enseñanza y evaluación se adapten a estos estilos específicos de cada individuo o comunidad.

El Nivel de instrucción en la ciudad de Ibarra, según información del I.N.E.C. obtenida a través del Censo de Población y Vivienda 2010 se clasifica de la siguiente manera:

Tabla 1

Nivel de Instrucción – Ibarra.

Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió	Casos	%	Acumulado %
Ninguno	6.555	3,98%	3,98%
Centro de Alfabetización/(EBA)	880	0,53%	4,52%
Preescolar	1.694	1,03%	5,55%
Primario	58.422	35,50%	41,04%
Secundario	36.976	22,47%	63,51%
Educación Básica	13.599	8,26%	71,77%
Bachillerato - Educación Media	11.529	7,00%	78,78%
Ciclo Post bachillerato	1.381	0,84%	79,62%
Superior	28.715	17,45%	97,06%
Postgrado	2.031	1,23%	98,30%
Se ignora	2.803	1,70%	100,00%
Total	164.585	100%	

Fuente: I.N.E.C.

Elaborado por: La Autora.

Año: 2014.

El nivel de Instrucción de los habitantes de la ciudad de Ibarra según la información presentada, muestra que el mayor porcentaje de la población han culminado sus estudios

primarios, sin embargo, en segundo lugar de nivel máximo de instrucción es secundario, mercado en el que se enfocó el presente proyecto.

La creación de un Centro de Apoyo Pedagógico en la ciudad de Ibarra, es una propuesta que va encaminada hacia los estudiantes que cursan el bachillerato y que pueden tener dificultades en el proceso de enseñanza – aprendizaje en las aulas de su centro educativo, y sea tal, que los estudiantes requieran de un soporte extra; que será brindado por dicho centro y dirigido por profesionales y especialistas en los temas que requieran los estudiantes.

1.2 Objetivos

1.2.1 General

Conocer la situación actual de los estudiantes de Bachillerato para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos con la finalidad de crear un Centro de Apoyo Pedagógico.

1.2.2 Específicos

- Analizar los aspectos socio - económicos del área de influencia del proyecto.
- Conocer el manejo de un Centro de Apoyo pedagógico en la ciudad de Ibarra.
- Conocer la situación actual de la ciudad de Ibarra en lo concerniente a educación media.

1.3. Matriz de relación diagnóstica

Tabla N° 2:

Matriz de relación diagnóstica.

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICA	POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO
Analizar los aspectos socio-económicos del área de influencia del proyecto.	Socio- Económica	Número de habitantes por zona Población por Nivel de Instrucción Población económica-mente activa, inactiva y en edad de trabajar Número de Actividades Económicas.	Secundaria Secundaria Secundaria Secundaria	Documental Documental Documental Documental	I.N.E.C. I.N.E.C. I.N.E.C. I.M.I.
Conocer el manejo de un Centro de Apoyo pedagógico en la ciudad de Ibarra	Gestión Empresarial	Requisitos Agregado Valor (Recursos) Tipo de clientes Inversión	Primaria Primaria Primaria Primaria	Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista	Director Director Director Director
Conocer la situación actual de la ciudad de Ibarra en lo concerniente a educación media.	Educación	Número de Establecimientos Educativos	Secundaria	Documental	Distrito de Educación

Fuente: I.N.E.C.

Elaborado por: la autora.

Año:2014.

1.4 Fuentes de información

Para el desarrollo del presente diagnóstico situacional se tomó como base, información bibliográfica y directa, que ayude a fundamentar las variables e indicadores a analizar dentro de las fuentes de información que se tiene:

▪ **Información primaria**

Se utilizó en el desarrollo de este estudio, el diseño de una entrevista dirigida al Lic. Rodolfo Rosero, propietario del Centro Académico del Conocimiento; con quien se dialogó acerca del manejo de un centro académico; también se utilizó la Observación Directa, para conocer el entorno y condiciones en las que desarrollara el proyecto.

▪ **Información secundaria**

Se consideró en el presente estudio documentos informativos sobre la ciudad de Ibarra proporcionada por el I.M.I., archivos digitales del I.N.E.C., publicaciones del S.R.I., bibliografía especializada, Internet y otros.

1.5 Procesamiento de datos y análisis de la información

1.5.1 Aspectos socio – económicos

Ibarra es una ciudad con más de cuatrocientos años de historia, también conocida como la capital de la provincia de los lagos, en la que cohabitan variedad de culturas que enriquecen y hacen única a la provincia de Imbabura.

Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y ocho parroquias rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita y Cochapamba.

La siguiente información ha sido tomada del último censo de población y vivienda realizado en el 2010.

Tabla N° 3:

Población del Cantón Ibarra por zona.

SECTOR	POBLACIÓN	PORCENTAJE
URBANO	139.721	77,12%
RURAL	41.454	22,88%
TOTAL	181.175	100,00%

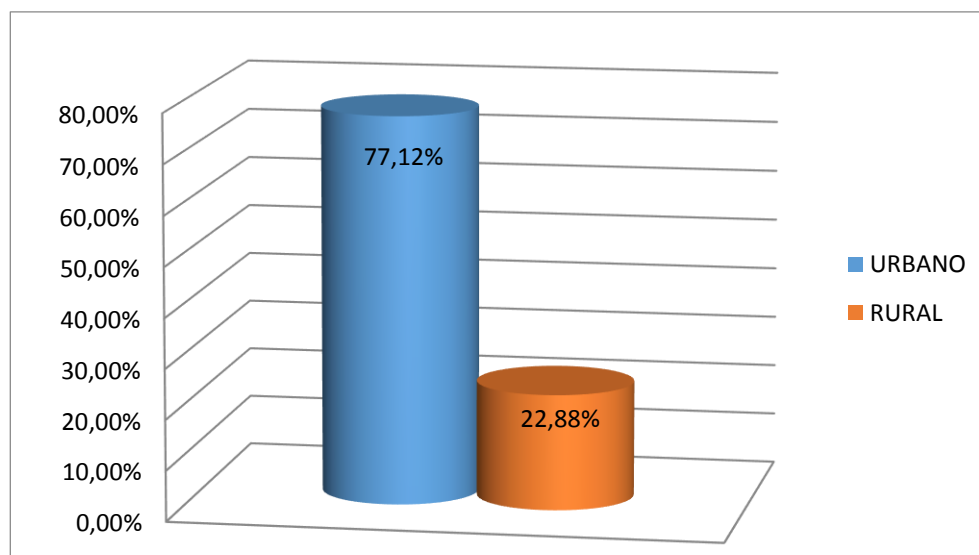
Fuente: I.N.E.C.

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Gráfico N° 1:

Población del Cantón Ibarra.



Fuente: I.N.E.C.

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Según los datos del último censo de población y vivienda del 2010, se puede observar que en el cantón Ibarra en los sectores: urbano y rural se tiene 139.721 y 41.454 habitantes respectivamente, lo que da un total de 181.175 habitantes.

Tabla N° 4:**Población del cantón Ibarra por género.**

GÉNERO	POBLACIÓN	%
MASCULINO	87.786	48,45
FEMENINO	93.389	51,55
TOTAL	181.175	100,00

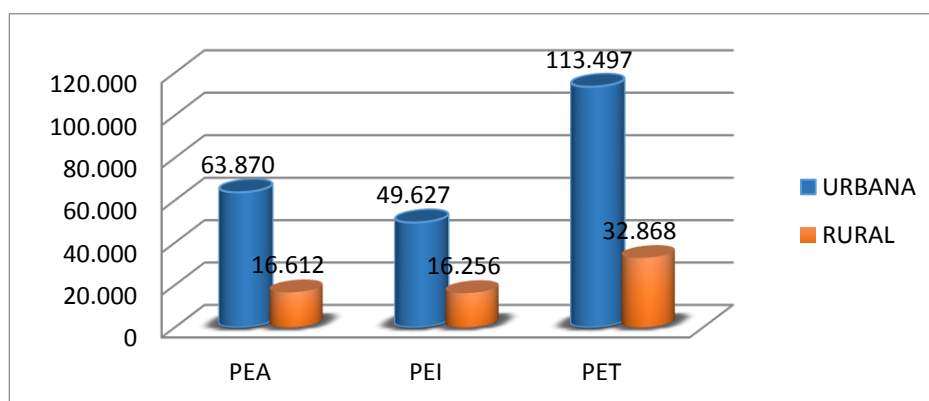
Fuente: I.N.E.C.
 Elaborado por: la autora.
 Año: 2014.

La población del cantón Ibarra corresponde en un 48,45% al género masculino y un 51,55% al femenino, dando un total de 181.175 habitantes.

Tabla N° 5:**Población económicamente activa del cantón Ibarra por sector.**

SECTOR	P.E.A.	P.E.I.	P.E.T.
URBANA	63.870	49.627	113.497
RURAL	16.612	16.256	32.868
TOTAL	80.482	65.883	146.365

Fuente: I.N.E.C.
 Elaborado por: la autora.
 Año: 2014.

Gráfico N° 2:**Población económicamente activa**

Fuente: I.N.E.C.
 Elaborado por: la autora.
 Año: 2014.

Según los datos estadísticos del I.N.E.C., la población económicamente activa del cantón Ibarra es de 80.482 habitantes urbanos y rurales, la población económicamente inactiva es de 65.883 habitantes y la población en edad de trabajar es de 146.365 habitantes, tomando en cuenta que son todas las personas de 10 años en adelante, urbanos y rurales del cantón.

La información que a continuación se presenta ha sido tomada del Centro Académico del Conocimiento, entidad que realizó un diagnóstico en el rendimiento de lógica en los estudiantes de diez colegios de la ciudad, a su vez se hizo el seguimiento después de la evaluación del SENESCYT. Los resultados son los siguientes:

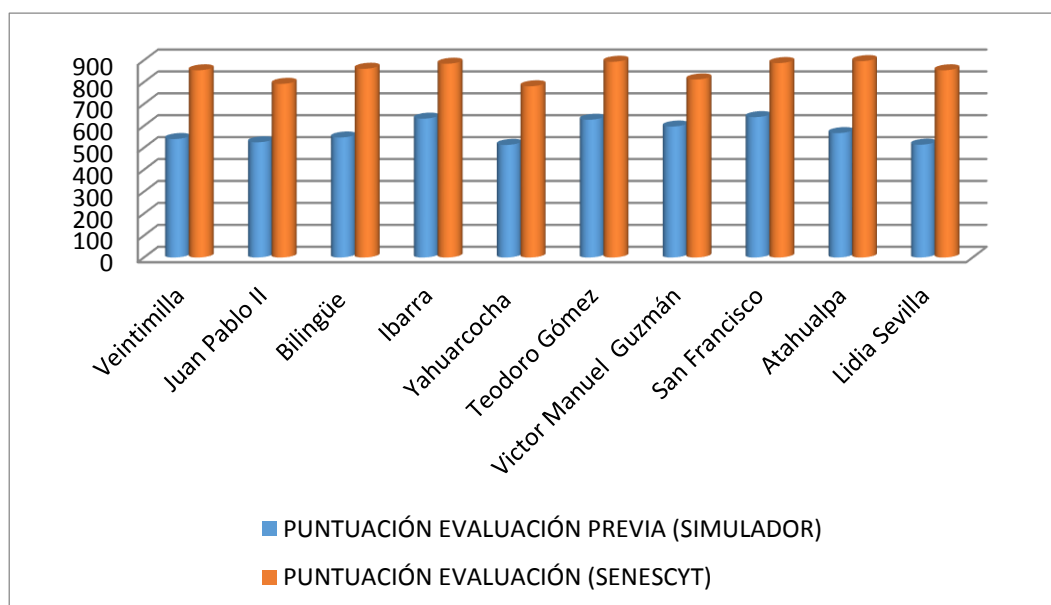
Tabla N° 6:**Rendimiento de lógica.**

COLEGIO	PUNTUACIÓN EVALUACIÓN PREVIA (SIMULADOR)	PUNTUACIÓN EVALUACIÓN (SENESCYT)
Veintimilla	540	854
Juan Pablo II	525	792
Bilingüe	547	861
Ibarra	633	884
Yahuarcocha	513	781
Teodoro Gómez	628	893
Victor Manuel Guzmán	597	812
San Francisco	640	887
Atahualpa	567	896
Lidia Sevilla	514	854

Fuente: C.A.C.

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Gráfico N° 3:**Rendimiento de lógica**

Fuente: C.A.C.

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

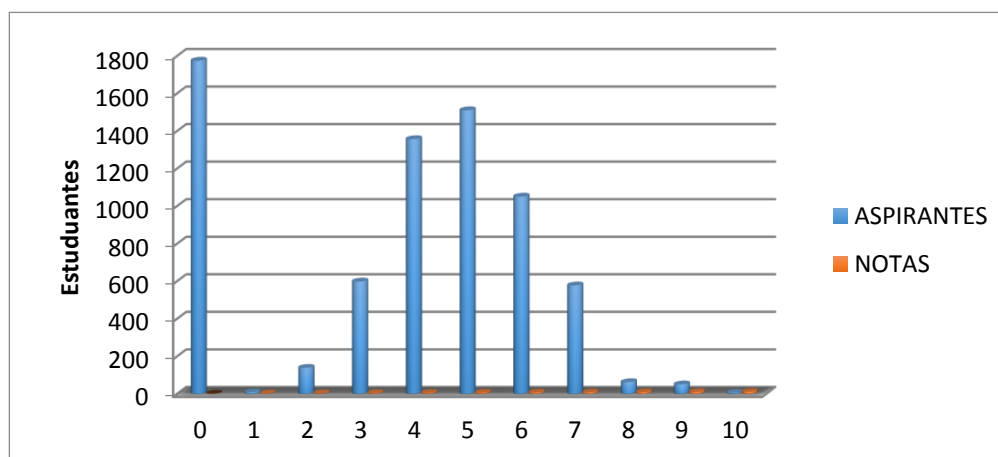
Es pertinente manifestar que según los datos observados en la gráfica, los estudiantes de los diferentes colegios de la ciudad de Ibarra al rendir una evaluación previa a la capacitación por medio de un simulador sacaron puntajes inferiores a cuando se nivelaron en el Centro Académico, llegando así a un nivel superior a los 800 puntos, esto involucra que el nivel de razonamiento en los discentes es bajo antes de la capacitación.

Tabla N°7:**Resultados pruebas de admisión**

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	
NOTAS	ASPIRANTES
0	1774
1	8
2	138
3	598
4	1356
5	1510
6	1050
7	577
8	62
9	50
10	5
TOTAL	7128

Fuente: UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE (Sep.2011 – Feb.2012)

Elaborado por: la autora

Gráfico N° 4:**Resultados de pruebas de admisión**

Fuente: UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE (Sep.2011 – Feb.2012)

Elaborado por: la autora

Los resultados de las Pruebas de Admisión que toma la Universidad a los bachilleres que desean ingresar a dicha casa de estudios es muy clara el 10% de los estudiantes obtienen como resultado de 7 a 10 y la gran diferencia obtienen notas menores a 6 puntos. Estamos hablando de 6.434 estudiantes que no logran demostrar unas bases sólidas en conocimientos tanto científicos como de razonamiento.

Tabla N°8:**Población por nivel de instrucción del cantón Ibarra.**

NIVEL DE INSTRUCCIÓN MÁS ALTO AL QUE ASISTE O ASISTIÓ	URBANO	RURAL	TOTAL
Ninguno	2.732	3.823	6.555
Centro de Alfabetización/(EBA)	281	599	880
Preescolar	1.249	445	1.694
Primario	38.603	19.819	58.422
Secundario	28.985	7.991	36.976
Educación Básica	8.343	5.256	13.599
Bachillerato - Educación Media	9.429	2.100	11.529
Ciclo Post Bachillerato	1.090	291	1.381
Superior	25.772	2.943	28.715
Postgrado	1.899	132	2.031
Se ignora	1.822	981	2.803
TOTAL	120.205	44.380	164.585

Fuente: I.N.E.C.

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Teniendo claro que las edades para Primaria es de 6 a 11 años, Secundaria de 12 a 17 años, Educación Básica de 5 a 14 años, Bachillerato de 15 a 17 años y Superior de 18 a 24 años. Según los datos del I.N.E.C, el nivel de instrucción primaria es la que mayor porcentaje tiene con 58.422 personas que han terminado la primaria, seguido de 36.976 personas que han acabado el nivel secundario y 28.715 personas que concluyeron el nivel superior.

La estructura económica de la ciudad de Ibarra según el Censo Económico realizado en el año 2010 I.N.E.C, se especificó de la siguiente manera:

Tabla N° 9:**Actividades económicas de la ciudad de Ibarra clasificado por sectores.**

ACTIVIDAD	P.E.A.	%
SECTOR AGROPECUARIO	9.367	11,61
SECTOR INDUSTRIAS	15.630	19,39
SECTOR SERVICIOS	46.855	58,02
OTROS	8.817	10,93
TOTAL P.E.A.	80.669	100,00

Fuente: I.N.E.C.

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Según datos obtenidos del I.N.E.C. El sector servicios presenta mayor incidencia en la ciudad de Ibarra con el 58,02% que representa a 46.855 habitantes. Dentro de este sector “el comercio al por mayor y menor” es la actividad económica más preponderante en el cantón.

1.5.2 Gestión empresarial

Conocer el manejo de un Centro de Apoyo Pedagógico en la ciudad de Ibarra es indispensable para desarrollar la presente investigación, ya que de esta manera se puede entender cómo se desenvuelven este tipo de negocios dentro del mercado, por lo cual se realizó una entrevista al Lic. Rodolfo Rosero, propietario del “Centro Académico del Conocimiento”, con quien se trató acerca de este importante tema.

A continuación se presenta la entrevista realizada con el fin de recabar información concerniente a las actividades del negocio:

▪ ¿Cómo empezó su negocio?

Empecé dando clases de nivelación en mi domicilio y cada vez tenía más y más estudiantes que asistían, el lugar me quedaba pequeño y no tenía los materiales y muebles necesarios para seguir con esta actividad, lo que me impulsó a buscar un local adecuado para el desarrollo eficiente y productivo de la misma.

▪ ¿Qué requisitos necesitó para la creación de su Centro?

Los requisitos que se solicitan, son los básicos para la creación de cualquier negocio privado, como son los permisos de funcionamiento en el Municipio, en el Cuerpo de Bomberos y el RUC en el SRI. Por tal razón es pertinente decir que el Centro Académico del Conocimiento no tiene ninguna relación con el Ministerio de Educación del Ecuador, ya que este tipo de empresas no poseen el aval de dicho ministerio. En esta parte es coherente

manifestar que el Gobierno del Ecuador lo que busca más bien es eliminar las empresas de este tipo, ya que pretende que la capacitación salga del mismo colegio en el que se encuentra estudiando el discente.

▪ **¿Cuántos profesores tiene el Centro y que nivel profesional poseen?**

Actualmente existen tres profesores, que imparten las clases, personalmente el área de Matemática, Física, Álgebra, Estadística y Química, a la vez que se tiene otro maestro para las mismas asignaturas y otro profesor del idioma Inglés.

▪ **¿Cuál es el mercado objetivo de su actividad?**

Los estudiantes desde 8vo. Año de Educación Básica hasta tercero de Bachillerato, en lo referente a la nivelación de las diferentes materias como son: Matemática, Física y Química; es pertinente manifestar que a esto se añade la capacitación en la lógica verbal, abstracta y matemática.

▪ **¿Cuáles son las falencias más importantes que usted ha detectado en sus estudiantes en referencia a su aprendizaje?**

Es pertinente manifestar que la falencia más importante que se ha logrado detectar en los estudiantes que asisten al CAC, es la falta de razonamiento lógico y su aplicación en las diferentes asignaturas, especialmente en la Matemática, razón por la cual se genera situaciones de difícil aprendizaje y bajo rendimiento, lo cual se ve reflejado en las notas de las diferentes materias, en los boletines de reporte que los padres de familia reciben en los colegios en donde estudian sus hijos cada mes. A esto se añade la falta de técnicas de estudio, por parte de los alumnos en referencia a la utilización incorrecta de las tecnologías de comunicación e información, puesto que los dispositivos tecnológicos como las tablet, teléfonos inteligentes y

la internet son algo bueno para el proceso enseñanza – aprendizaje, a pesar de este elemento de juicio, los estudiantes hacen mal uso de ello.

▪ **¿Cuáles son los precios promedio con los que operan?**

El precio por hora es fluctuante, debido a que la complejidad del tema a desarrollarse también lo es; para los niveles básicos y de bachillerato generalmente es de \$ 4 por hora.

▪ **¿A cuántos estudiantes de Bachillerato atienden en promedio mensualmente?**

En el Centro Académico del Conocimiento, se atiende a unos 60 estudiantes de bachillerato promedio, existe la variación en la temporada de exámenes, en donde algunos estudiantes buscan llenar los vacíos; por tal razón, se puede hablar de que el número de discentes asciende a unos 100.

▪ **¿Posee usted algún tipo de convenio con instituciones?**

Los convenios con instituciones es positivo para toda empresa, por este criterio se ha creído conveniente realizar convenios con instituciones como La Casa de la Cultura Ecuatoriana o el Municipio de Ibarra para la realización de cursos masivos de capacitación a los estudiantes de Ibarra en lo referente a las evaluaciones del SENESCYT.

▪ **¿Cuál fue la inversión que realizó para la creación del Centro?**

La inversión inicial que realicé fue de \$ 5.000 aproximadamente, en equipo de computación, muebles, material bibliográfico, entre otros gastos necesarios para la puesta en marcha del negocio.

- **Comentario**

La entrevista realizada permitió conocer lo que implica gestionar este tipo de Centros; es decir, cómo empezó a funcionar, indicando lineamientos básicos para iniciar este tipo de negocios; como fue creciendo y posicionándose dentro del mercado. Se debe buscar alternativas que ayuden a la eficiencia y eficacia del negocio, satisfaciendo las necesidades de los clientes y sobrepasando sus expectativas, acoplándose a los requerimientos de una sociedad cambiante.

1.5.3 Aspecto educativo

Según el Ministerio de Educación, Ibarra posee 232 establecimientos educativos sean fiscales, de comunidades religiosas o de personas naturales, en los niveles inicial, educación básica, bachillerato, artesanal profesor primario y alfabetización profesor primario.

Al enfocarnos en las casas de estudios solo con Bachillerato tenemos que 42 se encuentran en la zona Urbana y 8 en la zona rural, en los cuales para el año lectivo 2013 - 2014, se tiene un estimado de 10.322 estudiantes en Bachillerato (1ro. a 3ro).

Hace pocos años los estudiantes que pasaban de 10mo. Año de Educación Básica a 1ro de Bachillerato podían escoger la especialidad entre: químico biólogo, físico matemático, contabilidad, informática, sociales, entre otras especialidades técnicas; ahora, en cumplimiento a la sexta transitoria de la Ley Orgánica de Educación Intercultural (L.O.E.I.), el Ministerio de Educación ha dispuesto la aplicación progresiva del Bachillerato General Unificado (B.G.U.) para todos los establecimientos educativos con régimen de sierra, a partir del año lectivo 2011-2012 y para el régimen costa a partir del año 2012 – 2013.

1.5.4. Identificación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos

Como parte del análisis del entorno y luego de haber determinado varias características de la población en donde funcionará el proyecto, a continuación se presentan los indicadores: aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, que constituyen el área de influencia que tendrá el nuevo proyecto:

- **Aliados**

- Bajo nivel académico de los estudiantes.
- Amplia oferta laboral calificada para trabajar en el Centro.
- Identificación de la ventaja competitiva.
- Infraestructura Adecuada.

- **Oponentes**

- Baja imagen institucional por ser una nueva institución.
- Tiempo limitado de los docentes.
- La existencia de otros Centros de Nivelación, dirigidos a niños, jóvenes y adultos.
- No existe un aval por parte del Ministerio de Educación para la creación de este tipo de centros.

- **Oportunidades**

- Bachillerato General Unificado, implantado por el Gobierno.
- Ubicación estratégica del Centro.
- Nuevas tecnologías.
- Posibilidad de convenios con instituciones educativas.

- **Riesgos**

- Los estudiantes prefieren la diversión y no el estudio.
- Uso inadecuado de las nuevas tecnologías de la comunicación.
- Cambios en leyes, métodos, reformas curriculares.

- Posibilidad de que el centro no cubra las expectativas de los estudiantes.

1.6. Determinación de la oportunidad de inversión

Luego de haber realizado el diagnóstico situacional se concluye que en el cantón Ibarra existen condiciones favorables para la apertura de un Centro de Apoyo Pedagógico, en cuanto a la necesidad de mejoramiento académico de los estudiantes que atraviesan el ciclo de bachillerato.

Siendo necesario que los estudiantes no solo sean espectadores del proceso de enseñanza -aprendizaje, sino que sean entes participativos, proactivos y críticos en la construcción de su propio conocimiento, con la guía de docentes generadores de aprendizaje.

Con un centro de apoyo pedagógico en la ciudad de Ibarra, será posible conseguir que los estudiantes puedan llenar los vacíos académicos que dejan los maestros de aula y se preparen de mejor manera para evaluaciones internas o externas como es el caso del Examen Nacional para la Educación Superior (ENES); reconozcan sus debilidades en el aprendizaje y busquen soluciones que le favorezcan y beneficien no solo en lo académico, sino también en lo personal, ya que la seguridad de tener las herramientas indicadas en el momento adecuado es fundamental para el crecimiento de la autoestima.

Por lo antes expuesto se posibilita la implementación del proyecto con el siguiente tema:
“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE APOYO PEDAGÓGICO A NIVEL DE BACHILLERATO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. EMPRESA

El criterio de, (MADRID, 2009), en relación la empresa se basa en que emprender un negocio ha sido siempre algo apasionante, peligroso y arriesgado, nunca ha sido lo más apropiado en ningún lugar y en ninguna industria. El concepto empresa viene de la palabra emprender y esto quiere decir comenzar y desarrollar un plan que requiere dedicación y esfuerzo, por tanto debe contar con el recurso humano principalmente que pertinentemente son las personas que laboran en ella y buscan su desarrollo, recursos financieros que corresponde al dinero, los ahorros y el crédito; por otra parte, está los recursos técnicos y otros más. Es pertinente manifestar que un factor clave es el empresario, el cual se basa en la libre empresa, tierra, trabajo, capital y función empresarial ubicada en la actividad de una persona de llevar a término una nueva empresa.

Para, (MADERA, 2011). *“La palabra empresa proviene del latín “emprender” que significa iniciar alguna actividad con algún cierto riesgo implícito”* P.1

Es necesario manifestar que mediante el criterio de los autores, se puede observar que la empresa constituye en elemento de la sociedad actual, en donde se reúnen varios factores como son: humanos, materiales, financieros y más; lo cual se enfoca en el concepto de emprender como filosofía básica; la empresa hoy en día constituye un concepto acorde a la nueva era, en donde se la entiende como una unidad económica –social basada en capital, trabajo coordinado en función de sustentar las necesidades del ser humano. Hay que entender que el juicio de valor en referencia al tema por parte de la investigadora se contextualiza en el

enfoque de que las empresas brindan a más de productos, otros elementos como los servicios los cuales mejoran el nivel de vida de las personas.

2.1.1 La Empresa y su importancia

(ANAYA, 2011). *“En primer término la empresa asume la necesidad de tener que dar un servicio lo más completo posible en términos de disponibilidad del producto y rapidez de entregas, ya que de lo contrario perdería parte de su mercado”* p.18.

Para el criterio de, (CORREA, DÉNIZ, & PALAZUELOS, 2009). *“La mayoría de las empresas existentes son micro empresas y pequeñas empresas las cuales son muy importantes desde el punto de vista del empleo y consiguientemente de la generación de ingreso para amplios segmentos de la población”* p.201.

Según el criterio de los autores, es oportuno manifestar que las empresas tienen su nivel de importancia en toda comunidad, ya que generan trabajo a las personas y por consecuencia sustento económico para sus hogares, este criterio es necesario a la hora de la creación de una empresa, pues esta debe sustentar de manera eficiente la economía de los pueblos.

2.1.2 Tipos de empresas

Sobre el tema, (PEREZ, 2009), manifiesta que,

La finalidad principal de una empresa es proporcionar a sus clientes los productos o servicios que estos necesitan. Puede ser un bien intangible como por ejemplo la limpieza de un edificio o una auditoría contable, o un bien tangible como por ejemplo un automóvil, un televisor o un armario. Hay empresas que producen ellas mismas los bienes que comercializan y otras que los adquieren de terceros. Desde esta perspectiva en este sistema se diferencian tres tipos de empresa: empresas de servicios, empresas comerciales y empresas industriales, todas ellas para

llevar a cabo el proceso operativo que les permite servir a sus clientes y obtener los ingresos que le dan sentido a su actividad. P.75.

Para el entendimiento del autor citado, la empresa se divide en tres tipos que son: de servicios, comerciales e industriales. Es conveniente manifestar que las empresas y su división corresponden a su carácter global en su amplio contexto.

2.1.3 Servicios

Según el criterio de, (PASANED, 2011), en referencia a los servicios manifiesta que, los servicios como característica principal poseen cuatro elementos básicos haciendo referencia a que no se puede inventariar el servicio, requiere más esfuerzos para describirlos o explicarlos y más aun no se puede entrever las fluctuaciones de la demanda, además es de fácil imitación por la competencia y su costo es cuestionable. Por otro lado la Heterogeneidad de clientes y proveedores, depende casi exclusivamente de la intención de las personas. Por ello resulta difícil asegurar un servicio de calidad sostenida. Los bienes se producen y luego se consumen. Los servicios se venden, luego se producen y se consumen simultáneamente e incluso intercambian la experiencia de servicio influyendo en ellos mutuamente, incluido el prestador de servicio, que es parte fundamental o pieza clave de la experiencia de servicio. Por último la condición de no perecedero es pieza clave en el desarrollo de planes de marketing y estimaciones, pues esta condición de no poder ser almacenado, revendido, devuelto dificulta de sobre manera su estimación, dificultando y haciendo más acuciosos a los expertos del marketing en la planeación estratégica y creativa para su desempeño.

2.1.4 La Empresa de servicios

(DECONCEPTOS, s.f). “Se denominan empresas de servicios a aquellas que tienen por función brindar una actividad que las personas necesitan para la satisfacción de sus necesidades (de recreación, de capacitación, de medicina, de asesoramiento, de construcción, de turismo,

de televisión por cable, de organización de una fiesta, de luz, gas etcétera) a cambio de un precio. Pueden ser públicas o privadas.”

Partiendo del criterio de servicio como actividad o beneficio, las empresas que se dedican a brindar un servicio corresponden aquellas que lo hacen de manera muchas veces intangible, pues el servicio no se lo puede ver; simplemente se lo aprecia en beneficio del cliente y por tal razón por medio de un trabajo genera recursos económicos a la entidad y a las personas vinculadas a él.

Es prudente manifestar que una empresa debe contener cuatro características esenciales del servicio que son intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad y naturaleza perecedera, esto será útil a la hora del entendimiento del concepto de empresa de servicios. Consecuentemente el criterio de la investigadora, encaja explícitamente con este criterio y realza la importancia de las empresas de servicios como sustento del trabajo.

2.2 Estudio de factibilidad

(EDNAMAR, 2010). “Los componentes de este estudio profundizan la investigación por medio de tres análisis, los cuales son la base en el que se apoyan los inversionistas para tomar una decisión”. También para, (ARIZA, 2010). Es el “Análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión y si se procede su estudio, desarrollo o implementación”.

Es claro entonces que un estudio bien determinado, posee aspectos relevantes para las empresas, consecuentemente presentará resultados con el fin que las personas indicadas establezcan su criterio para la ejecución de proyectos decisivos en bien de la empresa. Uno de sus usos principales, es que ayuda a determinar que parte de la población comprará cierto producto, este puede basarse en el género, raza, nacionalidad, edad y más.

▪ **Objetivos del estudio de factibilidad**

Es importante anotar que según (EDNAMAR, 2010), los objetivos en referencia al estudio de factibilidad pueden ser:

- ✓ *Eliminación de errores y mayor precisión en los procesos.*
- ✓ *Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de recursos no necesarios.*
- ✓ *Integración de todas las áreas y subsistemas de la empresa.*
- ✓ *Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.*
- ✓ *Aceleración en la recopilación de datos.*
- ✓ *Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de tareas.*
- ✓ *Automatización óptima de procedimientos manuales.*

▪ **Análisis del estudio de factibilidad**

Los aspectos o análisis de un buen estudio de factibilidad según (ARIZA, 2010), son:

- *Análisis de Mercado.*
- *Análisis Técnico.*
- *Análisis Organizacional.*
- *Estudio Financiero.*

2.2.1 Mercado

Para el criterio de, (MURCIA, PIRAQUIVE, MEDELLÍN , & ORTEGA, 2009), el mercado, “es un sistema de libre mercado, un mercado es el sitio físico o no, sitio virtual, en donde encontramos compradores (demandantes y consumidores de bienes y servicios) y vendedores

(oferentes, productores de bienes y servicios, que interactúan entre ellos a través de comunicar sus múltiples necesidades y de dar respuestas efectivas para solucionarlas.” p.43.

Para el artículo expresado en, (THOMPSON, 2009), sobre el mercado se puede manifestar que,

El concepto de mercado enfoca a este último como "todo lugar, físico o virtual (como el caso del internet), donde existe por un lado, la presencia de compradores con necesidades o deseos específicos por satisfacer, dinero para gastar y disposición para participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo. Y por otro lado, la de vendedores que pretenden satisfacer esas necesidades o deseos mediante un producto o servicio. Por tanto, el mercado es el lugar donde se producen transferencias de títulos de propiedad".

Por lo anterior citado, es bueno saber que el mercado es una forma bilateral de realizar acciones en bien tanto del consumidor como del que ofrece su producto, lo interesante es que todo esto ocurre por la satisfacción de las necesidades innatas del hombre. Esta planificación representada no es fruto de algún organizador, ya que para Adam Smith lo tomó como la mano invisible en donde las necesidades, producción y precios en su interacción es lo que se debe conocer con el nombre de mercado.

1 Mercado meta

Según, (SANTANDER, 2007), *“El significado de Mercado Meta se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar un segmento de mercado, la población o grupo de consumidores a los cuales se requiere llegar.”*

Es pertinente realizar un juicio de valor en referencia al mercado meta, definitivamente dentro del proceso de estudio, constituye ser una parte medular del mismo y representa ese segmento que se desea posicionar.

2 Mercado del competidor

Se debe determinar el tamaño del mercado en que se mueve la competencia y cuál es su participación en el total, así como también su alcance actual y potencial, esto indica si el competidor está enfocado a los mercados locales, regionales o nacionales; es más, inclusive internacionales, en relación con los otros competidores, también es bueno determinar el número de competidores en un mercado y su magnitud dentro de él. Algunas empresas poseen un grado de integración vertical debido a su grado de autosuficiencia. Es importante preguntarse si es fácil o difícil entrar o salir del mercado, pues hay que entender que hay economías de escala, pues es pertinente saber que otros competidores piensen más de una vez, antes de entrar al mercado.

Se debe determinar el tamaño del mercado en el que se mueve la competencia y cuál es su participación en total, así como su alcance actual y potencial para poder entender al consumidor en el mercado y consecuentemente a la competencia. Por el motivo expresado, es menester también determinar el número de competidores y su participación en las actividades que realizan en el mercado.

3 Mercado de consumo

(CARRERO, 2009). El mercado de consumo es una realidad que viven diariamente cada una de las personas que asisten a diferentes lugares con la finalidad de satisfacer algunas necesidades, la mayor necesidad que el hombre presenta, es la de satisfacer su ansia de alimentarse, por ser esta su principal fuente de subsistencia; es por ello, que asiste frecuentemente a lugares donde puede consumir, sin dejar de lado que los servicios también son considerados en este contexto, ya que de una u otra manera el hombre va a sitios en busca de su satisfacción de necesidades.

Es lógico manifestar que los mercados de consumo según la cita anterior son lugares donde el hombre acude por la satisfacción de sus necesidades, sean estas de productos o servicios; por tanto, es fácil entender que los mercados de consumo están presentes a todo nivel.

4 Factores que influyen en el consumidor

El criterio de los seis factores que influyen en el consumidor a la hora de realizar una adquisición de servicios o productos, (VARGAS, 2013), *se refiere a la observación y estudio de los procesos mentales y psicológicos que suceden en la mente de un comprador cuando éste elige un servicio y no otro, con la finalidad de comprender el motivo por el que sucede de esa manera.*

- **Cultura**

Es el modo de vida de una comunidad o grupo con el fin de encajar en un grupo cultural, un consumidor debe seguir las normas culturales que se encuentran formalmente manifiestas y aquellas que son tácitas, por lo que las siguientes aseveraciones son tomadas del criterio de Vargas:

- **Estilo de vida**

El estilo de vida de cada persona, generalmente es determinado por su cantidad de ingresos monetarios. Si un sujeto tiene ingresos altos, se espera que mantenga un estilo de vida relativamente determinado. La influencia del estilo de vida en el comportamiento del consumidor determina sin mediación el hecho de que si la persona tiene menores ingresos que otras, no tendrá acceso a ciertos productos y servicios que se encuentran por encima de su escala socioeconómica.

- **Motivación**

Esta es la variable que impulsa a una persona a considerar una necesidad más importante que otra. En congruencia con ello, la necesidad más importante exige ser satisfecha en primer lugar, la motivación es una dinámica compleja alimentada por diferentes necesidades de naturaleza fisiológica, biológica y social.

- **Personalidad**

La personalidad es un conjunto de variables que están profundamente engastados en la mente de una persona. La personalidad difiere de persona a persona, ciertos casos de forma notable y también se ve influenciada por factores externos como el lugar en que se encuentra la persona o la hora del día.

- **Edad**

Este factor influye en el comportamiento de los consumidores de una manera bastante directa. Las necesidades psicológicas de las personas en diferentes grupos etarios difieren unas de otras, motivo que explica los cambios en el comportamiento del consumidor con el paso del tiempo. Es interesante observar que en la vejez las necesidades de los consumidores suelen volver a una naturaleza más básica.

- **Percepción**

La percepción es la opinión popular prevaleciente acerca de un producto o servicio en un momento determinado. Por ser emotivo, es que las percepciones son susceptibles a cambiar con el tiempo, al ser un constructo mental fuertemente subjetivo, los consumidores pueden tener la misma necesidad, pero comprar marcas totalmente distintas debido a su sistema

perceptual. Estos factores participan en el proceso de moldear la percepción y sistema de creencias y actitudes de las personas referidas a las marcas.

5 El consumidor

“Un consumidor es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades y deseos que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado” (OVALLE, 2013).

(DICCIONARIO, 2013), manifiesta sobre el consumidor,

Para muchos teóricos económicos, incentivar el consumo de los individuos que componen una sociedad es un elemento fundamental para dinamizar la economía. De tal modo, se permite que se generen nuevas divisas que serán luego reinvertidas en la producción y estableciendo un importante círculo de compra-venta necesario para todo sistema económico.

Lo importante es determinar que el concepto consumidor, hace referencia no solo a personas sino a instituciones o grupos, que reúnen condiciones necesarias para realizar las transacciones dadas.

6 Estudio de mercado

Según, (MURCIA, PIRAQUIVE, MEDELLÍN , & ORTEGA, 2009). Los factores que hacen en la actualidad sea atractivo son:

- *El tamaño del mercado, no solo desde el punto de vista del número de consumidores sino de su poder de compra, y los rendimientos que este mercado puede arrojar.*

- *El crecimiento y tendencia positiva de los mercados, es posible que un mercado se estanque o deje de crecer; es importante entender lo que constituye las industrias o mercados crecientes y promisorios y que se presentan como buenas oportunidades.*
- *Los competidores directos e indirectos, para ver qué tan fácil es salirse, los posibles productos sustitutos y su competitividad.*
- *El nivel de riesgo del mercado, igualmente es un factor importante por considerar.*
- *Por último, que tan cíclico es el mercado, pues algunos productos sólo responden en épocas o estaciones determinadas, y en algunas ocasiones es sólo una moda pasajera.*

(EDNAMAR, 2010). “Tiene como finalidad determinar si existe o no una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de ejecución”. Lo importante es asegurar la mayor cantidad de inversionistas con base en un mercado sólido y sustentable que permita recuperar el capital de forma segura, mediante ventas factibles con un flujo correcto de caja. Es importante acotar otra cita para su mejor entendimiento.

De lo anterior mencionado, se puede deducir que el estudio de mercado es muy importante a la hora de determinar, qué tan factible es el producto en el mercado que se desea lanzar y todos los aspectos determinantes que este posee. El estudio de mercado, es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

7 Tipos de estudio de mercado

El estudio de mercado puede realizarse de dos maneras que son: el estudio primario y el secundario.

✓ **Estudio de mercado primario**

El estudio de mercado primario se lo realiza mediante “encuestas, investigaciones en terreno, entrevistas u observaciones llevadas a cabo o adaptadas específicamente al producto” (ADMIN, s.f).

Este tipo de estudio determina situaciones como, qué está pasando en el mercado, tendencias, características de los competidores, aspectos relevantes de los consumidores en referencia al producto que se desea poner al mercado o de otros ya existentes, además si dicho producto o servicio satisface sus necesidades y más.

✓ **Estudio de mercado secundario**

(VINAROS, 2013). El mercado secundario confiere mayor liquidez a los inversionistas y es la base para que el mercado primario resulte atractivo finalmente, el mercado secundario tiene muchas más funciones y actividad que el primario, siendo este el que verdaderamente atrae al grueso de los inversionistas, por haber mayores oportunidades de ingresar al mercado de este nivel.

Corresponde a la utilización por parte de la empresa de fuentes de información de otros estudios realizados en referencia a cierto producto que puede ya existir o que se pretende lanzar al mercado, es cierto que son estudios indirectos, ya que no se lo ha realizado en forma primaria, sin embargo es válido aunque no tan confiable, pero resulta ser barato y accesible.

8 Aspectos del estudio de mercado

Los aspectos mínimos requeridos para un correcto estudio de mercado son: el consumidor, la tasa de demanda, la competencia y las ofertas, el producto del mercado y del proyecto y por último la comercialización del producto.

✓ Mercado objetivo

“Es un conjunto de clientes bien definido, cuyas necesidades planea satisfacer la empresa” (MALDONADO, s.f).

Para el caso en particular de exportaciones de camarones ahumados a estados Unidos, el mercado ideal es la población de los Ángeles California, cuyas necesidades por adquirir este producto es primordial. No importa si el mercado es satisfecho o insatisfecho, lo importante es que la exportación esté de acuerdo a las necesidades de su clientela.

9 La demanda

Es coherente el criterio sobre la demanda por parte de, (ROSALES, 2010), la cual manifiesta que, *“la Demanda son las distintas cantidades alternativas de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar a los diferentes precios manteniendo todos los demás determinantes constantes en un tiempo determinado”*p.104.

En tanto que para, (EDNAMAR, 2010), la Demanda *“Es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población o compradores, con poder adquisitivo suficiente para obtener un determinado producto que satisfaga dicha necesidad”*.

Dentro del mercado la demanda juega un papel muy importante, ya que son las personas las que adquieren productos, es cierto que estos productos deben tener ciertas características atractivas para el consumidor, por tal motivo la demanda se comporta de diferente manera y en referencia a la oferta. Por lo citado, se puede elevar el juicio en referencia que la demanda tiene en cuenta siempre la variable precio, es decir, para entrar firmemente en un mercado se debe necesariamente hacerlo basados en un buen precio del producto.

- **Análisis de la demanda**

Para el pensamiento de, (BACA, 2013). “El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda” p. 28.

(ROSALES, 2010). Es importante también tener en cuenta la ley de la demanda que manifiesta que *“La cantidad de un bien varía en relación inversa al precio, manteniendo invariables los otros determinantes” p 27.*

Es coherente manifestar que para el correspondiente análisis de la demanda es necesario utilizar herramientas de mercado que dicho de otra forma sería la investigación de campo. El consumo nacional aparente que en otras palabras es la cantidad de consumo de determinado servicio que el mercado requiere, por lo citado por los autores y en criterio de la autora, es pertinente manifestar que es fácil conocer cuál es el monto y el comportamiento de la demanda; es decir, las preferencias y gustos del cliente. Cuando existe deficiencia de la estadística lo cual es muy frecuente, la investigación de campo queda como el único recurso para la cuantificación de la demanda, lo cual es pertinente y coherente bajo el criterio de la investigación y el desarrollo del trabajo.

- **Demanda insatisfecha**

Para, (BACA, 2013), la demanda insatisfecha, *“es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo” p.57.*

Es preciso manifestar que el criterio obtenido del autor citado en referencia a la demanda insatisfecha, es coherente con el juicio de valor de la investigadora, en referencia que, el público no accedió por cualquier motivo al servicio o producto; razón por la cual en cualquier momento puede ser determinada. Se sabe de muchas personas que a partir de que no es posible calcular la demanda insatisfecha, infieren que no tiene existencia y por tanto el estudio del nuevo proyecto debe detenerse. Es importante decir que para la mayoría de productos y más aún servicios, no se cuenta con suficientes datos de oferta y demanda, un estudio de mercado bien realizado debe dar una clara idea del riesgo en el cual incurriría un nuevo servicio, para penetrar de la mejor manera en el mercado.

- **Demanda insatisfecha no clara**

(BACA, 2013). Cuando se intenta cuantificar el mercado potencial basado en estadísticas la situación es que se puede tener una situación llevada a cabo en una gráfica donde existe una tendencia separada entre la demanda y la oferta llamada demanda insatisfecha, si a este proceso se le proyecta hacia el futuro llamada demanda potencial insatisfecha y pertinentemente es difícil cuantificarla en el mercado.

En cualquier mercado existen miles de servicios o productos que las empresas pueden ofertar; por tal razón, es imposible reunir y publicar estadísticas explícitas para cada servicio, por lo que generalmente los servicios son agrupados por sus características y por tanto se intenta clarificar la demanda.

- **Demanda satisfecha**

(García, s.f). El consumidor se encuentra satisfecho cuando el producto que adquiere es lo que él esperaba, tanto en calidad como en cantidad y buen precio, es por eso que las

personas se sienten estables dentro de un buen mercado; por lo tanto, es pertinente manifestar que “lo producido es exactamente lo que el mercado requiere”.

La demanda satisfecha, es precisamente lo contrario de la insatisfecha, este segmento de mercado está copado y prácticamente no corresponde la parte que se quiere posicionar.

- **Demanda saturada**

La demanda saturada suele presentarse en mercados donde el producto es relativamente bajo en cuestión de comercialización frente a los consumidores, por eso no puede soportar mayor producción del bien en el mercado.

10 La oferta

Para, (MURCIA, PIRAQUIVE, MEDELLÍN , & ORTEGA, 2009), en referencia al tema manifiesta que,

La función de la oferta se puede equiparar con alguna ley de Newton, que dice que toda acción le corresponde una reacción, pues exactamente igual ocurre con la función de la oferta, para toda demanda se tiene una oferta y la oferta de productos está siempre sujeta a las variables. La oferta se da por la capacidad de la empresa para proveer estos bienes y servicios en virtud de que los demandantes puedan pagar por los costos y las ganancias que esperan obtener los oferentes y que es fruto de prestar este trabajo o servicio. En consecuencia la oferta depende igualmente de muchas variables dentro de las que se consideran los precios de las materias primas, las condiciones climáticas, los cambios tecnológicos y otros factores que influyen en los costos de producción. Al igual que la demanda, la oferta se la explica desde el punto de vista de los precios, manteniendo todas las demás variables constantes. La función de la oferta busca explicar que a unos precios establecidos en el mercado las cantidades por producir y ofrecer responderían en concordancia con una escalada o baja en los precios. P.52.

La persona que anuncia una oferta, está informando sus intenciones de entregar un objeto o de concretar una acción, en general a cambio de algo o al menos, con el propósito de que el otro lo acepte; es importante que cuando se habla de oferta se entiende que tiene relación con un precio rebajado. (EDNAR, 2010) *“En los proyectos de inversión se tiene que indicar, con quién se va a competir, cual es la capacidad de producción, a qué precio venden, en base a quien compiten”*.

Por lo tanto, la oferta hace referencia a la exposición de mercancías en función de la venta, mediante un período de tiempo y un precio. Por todo lo anteriormente mencionado, se puede manifestar que los bienes, productos y servicios presentes o expuestos al público en el mercado es una oferta. El equilibrio del mercado es posible gracias a que alguien tiene un bien o servicio que puede ser útil para otro individuo y a su vez, el otro puede ofrecerle algo que le sirve a través del intercambio parejo.

- **Curva de la oferta**

La curva de la oferta, está dada por el precio en función de la cantidad en donde la gráfica no es una recta.

- **Factores que influyen en la oferta**

(LEE, s.f). “La interacción entre la oferta y la demanda es el principal determinante del precio. Cuando la demanda de un producto o servicio aumenta, sus precios aumentan y viceversa, todo lo demás sigue siendo igual. A medida que aumenta la oferta, el precio de un producto disminuye y viceversa”.

Por tanto, existen varios factores que influyen en la oferta como el precio y los caracteres de la demanda; es decir, si es satisfecha o insatisfecha. El precio es un factor determinante, así como también la parte tecnológica y las expectativas.

✓ **El producto**

(COPYRIGHT, 2009). *“El producto debe responder a las necesidades de los consumidores y no a las preferencias de los ejecutivos y técnicos de la empresa”.*

(WORDPRESS, 2013). *“Producto es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer aquello que necesita o que desea un consumidor. En este sentido, el producto trasciende su propia condición física e incluye lo que el consumidor percibe en el momento de la compra (atributos simbólicos, psicológicos)”.*

Por lo anteriormente manifestado, es pertinente el juicio de valor en referencia que el producto es un elemento necesario dentro del mercado, ya que sin él no existiría Oferta ni Demanda.

✓ **Precio**

(THEFREEDICTIONARY, 2013). *“El precio es la expresión del valor de cambio de una mercancía, expresado en unidades monetarias. El precio está en función de la oferta y la demanda: aumenta en correlación con el aumento de la demanda y la disminución de la oferta y viceversa. Pero también depende de factores monetarios en virtud de su poder adquisitivo.”.*

El precio es un elemento muy importante dentro del proceso de una transacción, la demanda se ve atraída por el precio cuando es tentador, mientras que la oferta designa precios efectivos para lograr ventas masivas de productos.

✓ Precio y mercado

(MEDINA, s.f). *“Establecer un mismo precio para todos los compradores es una idea relativamente moderna que surgió con el desarrollo de las ventas al detalle a gran escala al final del siglo XIX.”*

El precio de un producto es verdaderamente importante dentro de un mercado, ya que si no existe un comprador o vendedor muy influyente, el precio es todo imponiéndose inclusive a las demás variables. (TORRES, 2013). *“Si en la mayoría de los mercados hay competencia sana, los productos tienden a considerar el precio dado por el mercado”.*

Es obvio manifestar que la demanda reclama precios bajos o cómodos a la hora de adquirir sus productos, también es claro que los ofertantes mediante la comercialización de productos de calidad pueden elevar los precios. Consecuentemente las organizaciones con o sin fines de lucro imponen precios en el mercado, durante casi toda la historia, los precios se fijaron por negociaciones entre quienes compran y quienes venden.

El precio se lo mira bilateralmente, pues para el comprador es muy diferente que para el vendedor, el primero pretende por lo general abaratar el producto y el segundo, si no existen factores ajenos a la transacción persigue incrementarlo.

2.2.2 Estudio técnico

Para, el criterio de, (ARIZA, 2010), manifiesta que el estudio técnico *“tiene por objeto promover información para cuantificar el monto de las inversiones y costo de las operaciones pertinentes en esta área”* p.15.

Entonces es fácil concluir que en el estudio técnico se define aspectos como: dónde ubicar la empresa o las instalaciones del proyecto, el lugar dónde obtener los materiales o materia prima, qué máquinas y procesos usar, análisis de tecnologías existentes, personal necesario para llevar a cabo el proyecto. En consecuencia un estudio técnico sirve para realizar un análisis del proceso de producción, de un bien o la presentación del servicio. Es importante dar una explicación del producto o servicio que se va a brindar, además la parte técnica es muy importante para la realización del proyecto, pues genera sustentabilidad del servicio.

1 Partes del estudio técnico

También es pertinente decir que para, (ARIZA, 2010), las partes del estudio técnico son:

- *Análisis de la Localización del Proyecto.*
- *Análisis del tamaño óptimo del proyecto.*
- *Análisis de la disponibilidad y costo de suministros.*
- *Identificación y descripción del proceso.*
- *Determinación del talento humano y jurídico.*

2.2.3 Estudio financiero

Para (FERNANDO, 2009), el Estudio Financiero,

Constituye la técnica matemático – financiera y analítica, a través de la se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión. También se puede citar que Es el proceso en el desarrollo de un plan

de negocio donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, es decir que el dinero invertido le va a entregar un rendimiento esperado.

Es decir, el estudio financiero enfoca la rentabilidad de la inversión que se va a realizar, es importante manifestar que cuando existe un mercado potencial, es preciso llevarlo a cabo; además, cuando el campo tecnológico es factible, por tal motivo antes de emprender un negocio o inversión toda persona debe poner en marcha un estudio detallado de las variables inherentes.

1 La TIR

Para, (DÍAZ, 2010). *“La tasa interna de retorno, es la rentabilidad de una empresa o de un proyecto de inversión. Matemáticamente, es la tasa de interés que iguala a cero el valor presente neto”* p.105.

Es pertinente el criterio de, (ENCICLOPEDIA, s.f), en donde sobre la tasa interna de retorno manifiesta,

La tasa interna de retorno de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión igual a cero. En términos más específicos, la TIR de la inversión es la tasa de interés a la que el valor actual neto de los costos (los flujos de caja negativos) de la inversión es igual al valor presente neto de los beneficios (flujos positivos de efectivo) de la inversión. Las tasas internas de retorno se utilizan habitualmente para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos. Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto. Suponiendo que todos los demás factores iguales entre los diferentes proyectos, el proyecto de mayor TIR probablemente sería considerado el primer y mejor realizado.

Es claro entonces que La TIR, es un elemento de suma importancia a la hora de verificar la factibilidad para la creación de una empresa, pues detalla su rentabilidad que el negocio puede generar e igualando a cero el valor presente y es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones.

2 Valor Actual (VAN)

(BRUN, ELVIRA, & PUIG, 2009). “El VAN es una técnica de evaluación de inversiones que lo que hace es poner un listón a la inversión analizada, este listón es una tasa de actualización. Es decir, el valor actual neto de una inversión es el valor actualizado de todos los rendimientos esperados, Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado”, por tanto,

- Si el VAN de un proyecto es positivo, el proyecto crea valor.
- Si el VAN de un proyecto es negativo, el proyecto destruye valor.
- Si el VAN de un proyecto es cero, el proyecto no crea ni destruye valor.

Es justo manifestar y según el criterio del autor citado que el VAN también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. Lo importante es realizar la actualización mediante una tasa, los flujos de caja futuros para determinar su estado en el tiempo inicial en relación con los futuros. Por lo anterior anotado, es fácil manifestar que cuando el VAN es mayor que cero, la inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida, por el contrario si es menor que cero produciría pérdidas y si es igual a cero no produciría ni pérdidas ni ganancias.

3 TMAR

Es importante el criterio de, (TERRAZAS, 2013), sobre el tema en referencia al TMAR y manifiesta que,

Para formarse, toda empresa debe realizar una inversión inicial. El capital que forma esta inversión puede provenir de varias fuentes: sólo de personas físicas (inversionistas), de éstas con personas morales (otras empresas), de inversionistas e instituciones de crédito (bancos) o de una mezcla de inversionistas, personas morales y bancos. Como sea que haya sido la aportación de capitales, cada uno de ellos tendrá un costo asociado al capital que aporte, y la nueva empresa así formada tendrá un costo de capital propio. Antes de invertir, una persona siempre tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, llamada tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR). La referencia firme es el índice inflacionario. Sin embargo, cuando un inversionista arriesga su dinero, para él no es atractivo mantener el poder adquisitivo de su inversión, sino que ésta tenga un crecimiento real; es decir, le interesa un rendimiento que haga crecer su dinero más allá de haber compensado los efectos de la inflación.

Es coherente manifestar que el riesgo puede obtenerse de las acciones de empresas que cumplen con casi las mismas funciones o de estudio de mercado similares, lo cual confirma la idea del mercado que se desea entrar como meta, siempre los capitales que se necesitan para formar una empresa debe calcularse la TMAR de dicha entidad, como un promedio ponderado de las aportaciones exigidas en forma individual. En consecuencia, se dice que un premio al riesgo representa la tasa de crecimiento del dinero, después de tomar en cuenta los efectos inflacionarios, por tanto a mayor riesgo, mayor será la tasa de rendimiento y también cuando los capitales están basados en el concepto de mezcla, debe calcularse la TMAR como promedio ponderado, estos criterios de la investigadora están basados en la cita expuesta y por tanto constituyen conjeturas personales de indagación.

4 Flujo de caja

La elaboración de un estado de flujo de caja de acuerdo con las normativas estandarizadas, permite a la organización hacer que (BURBANO & Ruiz , 2011), “*su información se entienda, analice, proyecte y compare de una manera universal dentro de las normas de la contabilidad existente*” p.262.

Para, (CET, 2010). “*El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado.*”

Basándose en el criterio de los autores citados, se podría manifestar que el flujo de caja, es la acumulación neta de activos líquidos en un período determinado y por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. Es prioritario manifestar que este tipo de acción se lo realiza en un determinado tiempo y mediante este, se puede visualizar de forma clara que tanta solidez posee una empresa; es decir, con cuánto dinero cuenta la empresa en función de la correcta toma de decisiones.

- **Flujo de caja proyectado**

Sobre el flujo de caja proyectado, (NAITO, 2010), manifiesta que es un, “*documento que muestra la proyección de ingresos y egresos de efectivo durante un período*” p.20.

Por lo mencionado en la cita se puede acotar, que el flujo de caja proyectada permite tener una visualización integral de los ingresos, egresos y saldos de la empresa; además que ayuda a verificar si las políticas de pagos corresponden a un nivel efectivo, tomar en cuenta las partes del período donde el saldo sea negativo y la optimización de los recursos financieros de la empresa en caso de ser el saldo positivo.

5 Punto de equilibrio

El criterio de (LÓPEZ F. , 2009), en referencia al tema manifiesta. *“Todo empresario debe saber cuál es la cifra de ventas anuales que ha de conseguir para no tener pérdidas o para empezar a obtener beneficios. A esa cifra se le conoce como punto de equilibrio”* p.223.

(BACA, 2013), establece *“el punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”* p.171.

Según el criterio de los autores y corroborando con el juicio de valor de la investigadora, se puede manifestar que el punto de equilibrio permite tener una visión clara, para establecer el lugar en el cual la empresa no obtiene ganancias ni pérdidas. El uso de este indicador, es frecuente al momento de tomar decisiones dentro de la empresa.

2.3 Centro de apoyo pedagógico

El Centro de apoyo pedagógico es, un espacio en donde los estudiantes pueden asistir a diario o con la frecuencia que desee, pues cuentan con docentes actualizados, instalaciones e infraestructura adecuada para la enseñanza de las diferentes asignaturas, este tipo de empresas hacen referencia a la forma de enseñanza y muchas de ellas poseen tecnología de punta lo que ni los mismos colegios e instituciones educativas poseen, para impartir su enseñanza se basan, en el concepto constructivista del aprendizaje, en función de las profundas necesidades de los discentes de la región o localidad. El trabajo desplegado se refleja en la consecución de cursos de nivelación y capacitación de diversa índole.

2.3.1 Factibilidad de los centros de ayuda pedagógica

(LÓPEZ C. , s.f). El mejoramiento de la educación es una labor conjunta entre las instituciones educativas, el gobierno y la comunidad en general, educar no es una tarea fácil y aprender tampoco lo es; por tanto, el aprendizaje necesita de un ambiente apropiado, de personas expertas y con vocación al servicio, para que de esta manera se fortalezca el conocimiento, es claro que los centros de ayuda en las materias principalmente de Matemática, Física y Química, están en el orden de factibilidad en función de trabajos realizados anteriormente, ya que la necesidad está en relación del grado de complejidad de las mismas.

2.3.2. Bachillerato general unificado

Según el criterio de (MINISTERIO, 2014),

“El BGU es el nuevo programa de estudios creado por el Ministerio de Educación (MinEduc) con el propósito de ofrecer un mejor servicio educativo para todos los jóvenes que hayan aprobado la Educación General Básica (EGB). El BGU tiene como triple objetivo preparar a los estudiantes: (a) para la vida y la participación en una sociedad democrática, (b) para el mundo laboral o del emprendimiento, y (c) para continuar con sus estudios universitarios.

El Bachillerato General Unificado, es el nuevo programa creado por el Ministerio de Educación con el objetivo de que los estudiantes mejoren su aprendizaje y se les multipliquen las opciones al momento de seleccionar la carrera universitaria.

2.3.3 Pedagogía

Según el Diccionario de Pedagogía y Psicología del Grupo Cultural (2008) establece:

La pedagogía tiene por objeto el aspecto sistemático de la actividad humana conductora de las acciones educativas y de formación. Como toda actividad humana, tiene sus principios y sus

métodos; define una función humana, describe una conducta específica, socialmente construida, principalmente en la escuela y en las instituciones formadoras. La pedagogía participa en los cambios y evoluciones a las que estamos asistiendo; sin embargo, la pedagogía tiene también su propia historia y su propia cultura: la de las prácticas, la de las maneras de pensar y la sus propios modelos. Ella contribuye a la profesionalización del oficio del profesor.

Es bueno manifestar que la pedagogía, es de vital importancia a la hora de utilizarla en las aulas de clase, pues es el maestro el que debe utilizar conocimientos pedagógicos, para realizar un buen proceso de enseñanza – aprendizaje con la finalidad del beneficio del estudiante.

2.3.4 Lógica

Según, (GOLDSTEIN, 2008). “De la lógica se dice a veces que es la ciencia del razonamiento, pero esta afirmación puede inducir a error. La lógica no es en absoluto la investigación empírica de los procesos que efectúan los humanos a razonar, ni tampoco los resultados de tales procesos. La lógica es una ciencia normativa –nos dice lo que debe ser no cómo nosotros lo hacemos” p.16-17.

Por tanto, la lógica es importante en todo proceso de aprendizaje y constituye la base del razonamiento y en las aulas de clase constituye un factor determinante para el proceso enseñanza – aprendizaje.

2.3.5 Objetivo de la nivelación académica

Según, (SENESCYT, 2012) en el proyecto educativo – curricular del curso de nivelación del Sistema Nacional de Nivelación y Admisión (SNNA). “Optimizar las capacidades de aprendizaje de los aspirantes al ingreso a las Instituciones de Educación Superior desarrollando habilidades, destrezas, competencias y desempeños necesarios, para que asuman el conocimiento disciplinar,

tecnológico, profesional y humanístico de forma responsable y exitosa, desde el ejercicio del derecho a una educación de calidad y en igualdad de oportunidades educativas.”

La nivelación académica, consiste en ubicar a los estudiantes en un mismo nivel de conocimientos, para lograr la igualdad de oportunidades; en el Centro de apoyo pedagógico se conseguirá nivelar a los estudiantes en las materias que más lo necesitan como son: matemática, física, química e inglés. Para alcanzar esto, se debe analizar la diferencia entre el punto en que se encuentra el estudiante y los objetivos finales que se desea lograr.

2.3.6 Técnicas de estudio

Para (EQUIPOUVM, 2011) en su documento sobre las técnicas de estudio manifiesta que:

- *¿Qué son?*

Las técnicas de estudio son un conjunto de herramientas, fundamentalmente lógicas, que ayudan a mejorar el rendimiento y facilitan el proceso de memorización y estudio.

- *¿Para qué sirven?*

Para facilitarle al estudiante el hecho de estudiar logrando comprender y memorizar conceptos que utilizará posteriormente en su vida cotidiana.

- *Beneficios de utilizar las técnicas de estudio*

El uso habitual de dichas estrategias permite al estudiante no experimentado aprovechar mejor sus recursos intelectuales y, por lo tanto, mejorar sus resultados académicos.

Entre las técnicas más utilizadas tenemos: resumen, síntesis, mapas conceptuales, cuadros sinópticos, mentefactos, entre otros, que nos ayudan con la comprensión de los conceptos y a estudiar de una manera más ordenada.

CAPÍTULO III

3 ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Introducción

El presente capítulo, tiene gran relevancia en el desarrollo del proyecto, debido a que se enfoca en el estudio de variables que ayudan a describir el servicio que se desea lanzar al mercado; tales como, la oferta y demanda, que servirán para determinar la demanda insatisfecha, con el fin de analizar la factibilidad de creación de un centro de apoyo pedagógico a nivel de bachillerato.

3.2 Objetivos del estudio de mercado

➤ General

Conocer las condiciones de mercado para los servicios referentes a la nivelación de conocimientos dirigidos a estudiantes de Bachillerato, previo al inicio de sus estudios superiores.

➤ Específicos

- Conocer los gustos y preferencias de la población objetivo.
- Determinar el nivel de aceptación del Centro de Apoyo Pedagógico y los servicios que pretende ofertar.
- Analizar la oferta existente de este tipo de centros de aprendizaje y su influencia dentro de la ciudad de Ibarra.

3.3 Matriz de variables de mercado

Tabla N°10:

Matriz de variables de mercado.

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO
Conocer los gustos y preferencias de la población objetivo.	Socio – Cultural.	Gustos Preferencias.	Primaria. Primaria.	Encuesta. Encuesta.	Clientes Potenciales. Clientes Potenciales.
Determinar el nivel de aceptación del Centro de Apoyo Pedagógico y los servicios que pretende ofertar.	Demanda.	Nivel Aceptación. Precio. Tiempo. Servicio.	Primaria. Primaria. Primaria. Primaria.	Encuesta. Encuesta. Encuesta. Encuesta.	Clientes Potenciales. Clientes Potenciales. Clientes Potenciales. Clientes Potenciales.
Analizar la oferta existente de este tipo de centros de aprendizaje y su influencia dentro de la Ciudad de Ibarra.	Oferta.	Servicio. Capacidad Productiva. Frecuencia de Asistencia. Precio	Primaria. Primaria. Primaria. Primaria	Encuesta. Encuesta. Encuesta. Encuesta	Centros de Aprendizaje. Centros de Aprendizaje. Centros de Aprendizaje. Centros de Aprendizaje.

Elaborado por: la autora.

Año: 2014

3.4 Identificación del servicio

El servicio de apoyo pedagógico, está encaminado hacia los estudiantes de la ciudad de Ibarra que cursan el bachillerato; los cuales conforman el segmento de mercado del presente proyecto.

Los servicios principales que el Centro de Apoyo Pedagógico, desea ofertar dentro del mercado son:

Tabla N° 11:

Portafolio de servicios.

CENTRO DE APOYO PEDAGÓGICO	
Preuniversitario	Preparación para el ENES: Se dictarán cursos sobre los temas que aborda el ENES, como son: aptitud verbal y numérica y el razonamiento abstracto; que son temas en los que los estudiantes también necesitan refuerzos y se les brindará la asistencia necesaria. <ul style="list-style-type: none"> ➤ Lógica Matemática. ➤ Lógica Verbal. ➤ Lógica Abstracta.
Nivelaciones	Cursos que afiancen conocimientos impartidos en las instituciones educativas; para llenar los vacíos académicos que dejan sus maestros de aula y se los pueda preparar de una mejor manera para sus evaluaciones internas: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Matemática. ➤ Física. ➤ Química. ➤ Inglés.
Técnicas de estudio	Se impulsarán clases de las distintas técnicas de estudio que conllevará al estudiante a administrar mejor su tiempo si las aplican.

Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

El portafolio de servicios que se pretende ofertar, sirve como apoyo para que los estudiantes de nivel bachillerato afiancen los conocimientos recibidos en los establecimientos educativos, de manera que mejoren su nivel académico tanto interno como externo.

Para poder brindar este tipo de servicio, el centro contará con profesionales capacitados, que guíen de manera eficiente el proceso integral de enseñanza – aprendizaje, dando como resultado entes participativos, proactivos y críticos en la construcción de su propio conocimiento.

3.4.1 Características del servicio

▪ Profesionalidad

Es la posesión de la habilidad y destreza requerida para la ejecución del servicio, en este caso el centro de apoyo pedagógico contará con personal capacitado para compartir sus conocimientos de forma que los estudiantes no solo sean receptivos al aprendizaje sino también propositivos y cuestionadores.

▪ Capacidad de respuesta

Es la disposición para ayudar a los estudiantes y proveerlos de un servicio eficiente, de forma fiable y cuidadosa, con cortesía, consideración, respeto y amabilidad por parte de todo el personal que labora en el centro, con el fin de responder a sus expectativas.

▪ Comunicación

Mantener la comunicación en doble vía; es decir, que los estudiantes expresen sus necesidades, requerimientos y expectativas; mientras que el personal, realice el esfuerzo de escuchar, comprender y accionar de la mejor manera para llegar a un entendimiento.

▪ Calidad del servicio

Hace hincapié a la calidad del servicio que se va a brindar a los estudiantes, de acuerdo a las exigencias del entorno en las que se desenvuelven.

- **Satisfacción para el cliente**

La satisfacción al cliente reside en brindar un buen servicio de calidad, amabilidad, precios accesibles, responsabilidad y trato cordial; teniendo en cuenta que el cliente siempre tiene la razón, buscando alternativas que sobrepasen sus expectativas.

- **Responsabilidad**

Cumplimiento de las actividades de manera eficiente, poniendo cuidado a los compromisos contraídos, en el tiempo establecido.

3.5 Mercado

3.5.1 Mercado objetivo

El mercado objetivo al cual se van a dirigir los servicios ofertados por el Centro de Apoyo Pedagógico, abarcan los 10.322 estudiantes en Bachillerato, de 42 colegios que se encuentran en la zona urbana y 8 colegios de la zona rural de la Ciudad de Ibarra; en donde se realizó una prueba piloto a 10 estudiantes; la misma que indicó que la mayoría de personas encuestadas están interesadas en utilizar el servicio ofertado; ya que les parece interesante, y les permitiría mejorar su rendimiento académico.

3.5.2 Segmento de mercado

El estudio de factibilidad, dirige sus servicios a clientes que buscan mejorar su nivel académico, que vivan o residan en la ciudad de Ibarra, por lo cual a continuación se presenta criterios empleados para determinar el segmento de mercado:

- **Gustos preferenciales**

Las personas, en la actualidad se preocupan por mejorar su nivel académico, para tener mejores oportunidades en el futuro, optar por una carrera universitaria y así mejorar la calidad de vida. La educación es uno de los factores preponderantes para que una sociedad cambiante avance, por lo cual, identificar nuevas ideas de negocio que aporten a este sector es muy importante, ya que el conocimiento impartido en las aulas es en una forma general; entonces, las personas buscan centros o instituciones que afiancen dichos conocimientos.

- **Niveles de ingreso y posición geográfica**

Los parámetros que se utilizó para determinar el segmento de mercado al cual se va a centrar el servicio de Apoyo Pedagógico son los siguientes:

Tabla N° 12:

Parámetros de segmentación

Criterios de Segmentación	Segmento de Mercado
<u>Geográfica:</u> Región Provincia Ciudad	Sierra. Imbabura. Ibarra.
<u>Demográfica:</u> Unidad de medición Nivel de Ingresos Edad	Estudiantes- sección bachillerato. Medio alto y alto. 14- 18 años.
<u>Sociales</u> Estilo de vida	Personas interesadas en la educación especializada.
<u>Conductuales</u> Beneficios deseados Motivos de compra	Mejorar el nivel académico. Bajo rendimiento académico, consolidar conocimientos.

Elaborado por: la autora.
 Año: 2014.

Para la segmentación se tomaron en cuenta parámetros, para definir al mercado meta al cual se dirigirá el Centro de Apoyo Pedagógico según determinadas características, definiendo así que; son estudiantes de 14 a 18 años que cursan los niveles de bachillerato de los colegios de la Ciudad de Ibarra; los cuales están interesados en mejorar su nivel académico; motivados por su bajo rendimiento y afianzar los conocimientos recibidos en aulas de clase; la información anteriormente mencionada, muestra las especificaciones del mercado al cual se va a dirigir el proyecto, para poder satisfacer las necesidades del mismo.

3.6 Identificación de la población y tamaño de la muestra

La población o universo, motivo de estudio y análisis fueron los estudiantes de bachillerato de los colegios de la ciudad de Ibarra, considerados posibles clientes del servicio de Apoyo Pedagógico y los oferentes de este tipo de servicios de educación que desarrollan sus actividades económicas dentro de la ciudad, los cuales representan la competencia.

3.6.1 Muestra de la población

Según información proporcionada por la Dirección Distrital de Educación de la Ciudad de Ibarra, existen 50 colegios distribuidos 42 en la zona urbana y 8 colegios en la zona rural de la ciudad, en los cuales se instruyen a 10.322 estudiantes de bachillerato, conformando así el universo poblacional del presente estudio de factibilidad, siendo también la población de posibles clientes, dentro de la ciudad de Ibarra.

3.6.2 Cálculo del tamaño de la muestra

Para determinar el cálculo del tamaño de la muestra, se utilizó la siguiente fórmula:

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

En donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = 10.322 estudiantes de bachillerato

$Z=1,96$ para un nivel de confianza del 95%

$e= 0,05$ que es el error muestral del 5%

$S^2= 0,25$ el valor de la varianza constante

Aplicando la fórmula el tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,25 * 10.322}{0,05^2(10.322 - 1) + 1,96^2 * 0,25}$$

$$n = \frac{3,84 * 0,25 * 10.322}{0,0025(10.321) + 3,84 * 0,25}$$

$$n = \frac{9.909,12}{25,81 + 0,96}$$

$$n = \frac{9.909,12}{26,77}$$

$$n = 370 \text{ Encuestas}$$

Para el desarrollo del estudio de mercado, se tomó como objeto de investigación a 370 estudiantes de Bachillerato de colegios pertenecientes a la ciudad de Ibarra, tanto de la zona urbana como de la zona rural; los cuales son la muestra representativa del universo poblacional. Las encuestas se distribuyeron de la siguiente manera:

Tabla N° 13:***Distribución de las encuestas realizadas en la ciudad de Ibarra.***

DISTRIBUCIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN LA PROVINCIA DE IMBABURA			
Zona	N° de Estudiantes	%	N° de Encuestas
Urbana	8.670	84%	311
Rural	1.652	16%	59
TOTAL	10.322	100%	370

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

3.7 Procesamiento de datos y análisis de la información

Las encuestas realizadas fueron dirigidas a los padres de familia de los estudiantes de bachillerato de los colegios de la ciudad de Ibarra, ya que se consideró que los padres tienen el poder de decisión sobre la educación de sus hijos, los aspectos que se consideraron fueron: aceptación del servicio de Apoyo Pedagógico, servicios de mayor demanda, frecuencia de utilización del servicio. También se realizó encuestas a oferentes de servicios de enseñanza y nivelación como son los Preuniversitarios y más.

3.7.1 Encuestas realizadas a los padres de familia de los estudiantes de bachillerato de los colegios de la ciudad de Ibarra.

La encuesta, fue dirigida a 370 padres de familia de los estudiantes de bachillerato de los colegios de la ciudad de Ibarra, posibles clientes del servicio de Apoyo Pedagógico. Esta encuesta se realizó en los colegios de la zona urbana y rural de la ciudad de Ibarra, actividad de la cual se pudo obtener relevante información para el desarrollo del proyecto, ya que se pudo determinar cuan necesaria es la creación de este tipo de centros en la ciudad.

1. ¿Sabe usted los beneficios que brinda un centro de apoyo pedagógico?

Tabla N° 14:

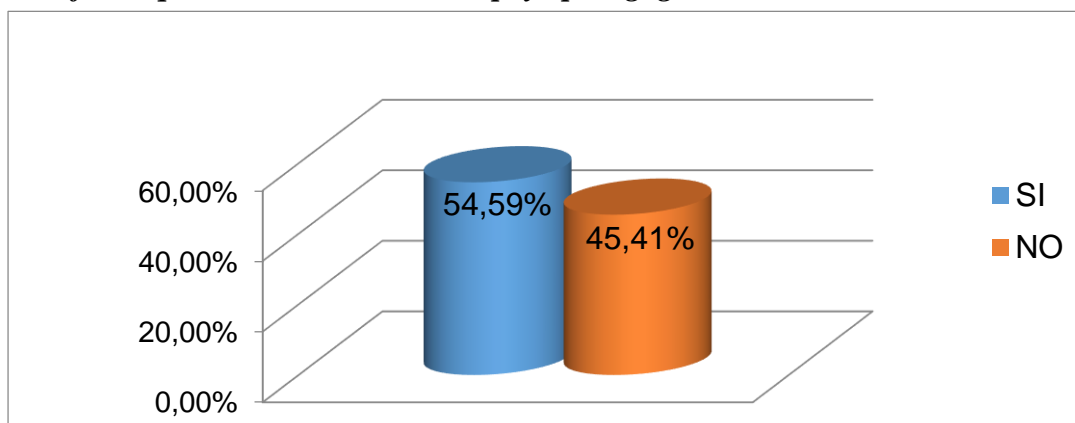
Beneficios que brinda un centro de apoyo pedagógico

Variable	Fr	%
SI	202	54,59%
NO	168	45,41%
TOTAL	370	100,00%

Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

Gráfico N° 5:

Beneficios que brinda un centro de apoyo pedagógico.



Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

Análisis e Interpretación del Gráfico

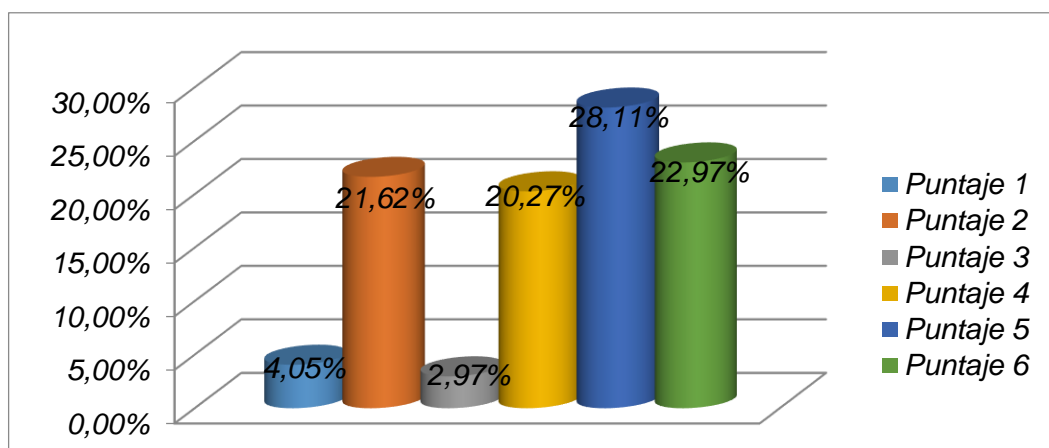
El 54,59% de las personas tiene conocimiento acerca de los beneficios que brinda un centro de apoyo pedagógico, porcentaje que tiene mayor preponderancia; sin embargo, parte de la población desconoce de los beneficios que brindan este tipo de centros, por lo cual es aconsejable que este tipo de servicios tengan mayor difusión en la comunidad Ibarreña.

En una escala del 1 al 6, donde 6 es "muy interesante" y 1 es "nada interesante" ¿Considera interesante e importante la creación de un Centro de Apoyo Pedagógico en la Ciudad de Ibarra?

Tabla N° 15:**Importancia de crear un centro de apoyo pedagógico**

Variable	Fr	%
Puntaje 1	15	4,05%
Puntaje 2	80	21,62%
Puntaje 3	11	2,97%
Puntaje 4	75	20,27%
Puntaje 5	104	28,11%
Puntaje 6	85	22,97%
TOTAL	370	100,00%

Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

Gráfico N° 6:**Importancia de crear un centro de apoyo pedagógico**

Elaborado por: la autora.
Año: 2014

Análisis e Interpretación del Gráfico

Gran parte de la población encuestada manifestó, que es importante e interesante poner en práctica este tipo de iniciativas, como es la creación de este tipo de centros que sean un apoyo a la enseñanza brindada en los centros de educación secundaria.

3. ¿Cuál de los siguientes aspectos le atraen del servicio que presta un Centro Académico?

Tabla N° 16:

Aspectos relevantes del servicio

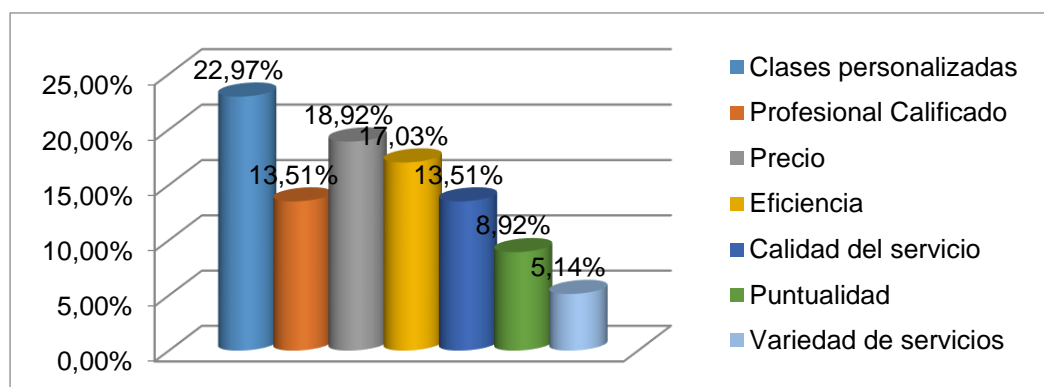
Variable	Frecuencia	%
Clases personalizadas	85	22,97%
Profesional Calificado	50	13,51%
Precio	70	18,92%
Eficiencia	63	17,03%
Calidad del servicio	50	13,51%
Puntualidad	33	8,92%
Variedad de servicios	19	5,14%
TOTAL	370	100,00%

Elaborado por: la autora.

Año: 2014

Gráfico N° 7:

Aspectos relevantes del servicio.



Elaborado por: La Autora.

Año: 2014.

Análisis e Interpretación del Gráfico

El aspecto que mayor preponderancia tiene es las clases personalizadas, aspecto que hay que tomarlo en cuenta al momento de ofertar el servicio, el 22,97% de los padres encuestados respondieron que la atención personalizada es un factor indispensable, para que este tipo de servicios cumpla con sus requerimientos y expectativas en la educación de sus hijos ya que de esta manera se podrá conocer las falacias de estudio de cada cliente potencial, y así poder atender sus necesidades de manera ágil y efectiva.

4. ¿Le interesaría a usted contratar los servicios de un Centro de Apoyo Pedagógico para elevar el nivel académico de sus hijos?

Tabla N° 17:

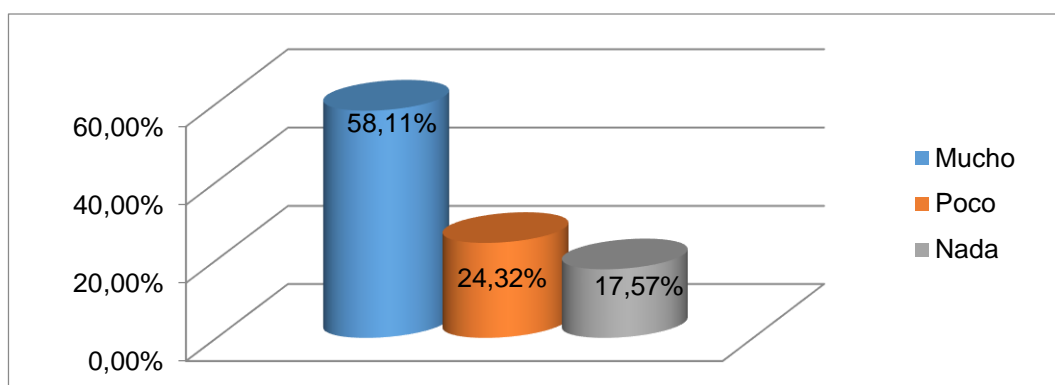
Interés por contratar los servicios de un centro de apoyo pedagógico.

Variable	Fr	%
Mucho	215	58,11%
Poco	90	24,32%
Nada	65	17,57%
TOTAL	370	100,00%

Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

Gráfico N° 8:

Interés por contratar los servicios de un centro de apoyo pedagógico.



Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

Análisis e Interpretación del Gráfico

Si existe interés por gran parte de la población, ya que en la actualidad, la educación, ha pasado por una etapa de transición; implantado algunos sistemas o requerimientos que los estudiantes en los últimos años han tenido que cumplir y acoplarse; por lo cual, los padres se interesan por afianzar los conocimientos de sus hijos, ya sea por bajo rendimiento o por brindarles mejores oportunidades como la de una carrera universitaria, una menor parte, opina que no es necesario este tipo de centros que con la enseñanza que se imparte en el colegio es suficiente.

5. ¿Cuál modalidad de servicio, preferiría que sus hijos seleccionen?

Tabla N° 18:

Modalidad de utilización del servicio.

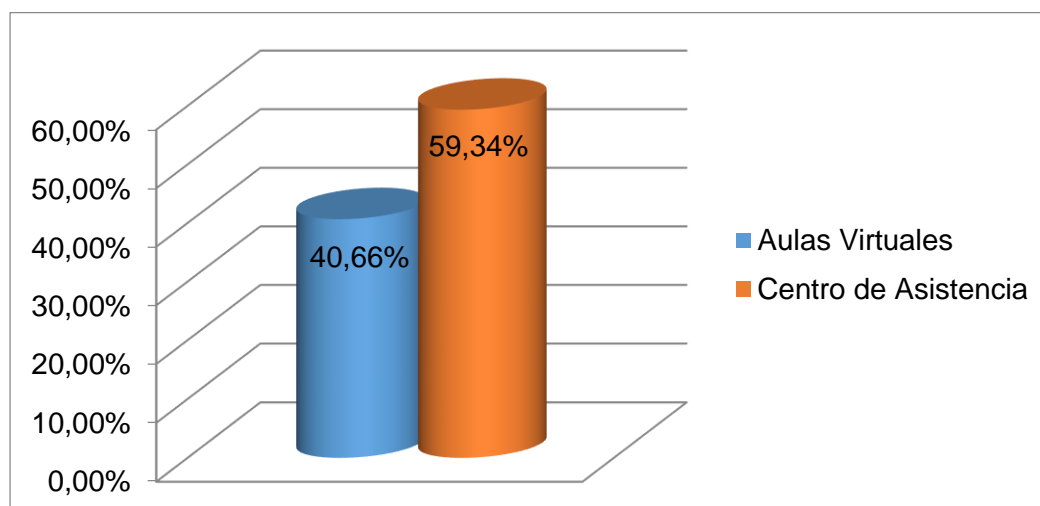
Variable	Fr	%
Aulas Virtuales	124	40,66%
Centro de Asistencia	181	59,34%
TOTAL	305	100,00%

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Gráfico N° 9:

Forma de utilización del servicio.



Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Análisis e Interpretación del Gráfico

El 59,34% de las personas encuestadas que están dispuestos a adquirir el servicio de Apoyo pedagógico para sus hijos, opinan que prefieren que sus hijos asistan a la institución, ya que de esta manera la atención será personalizada y se dará más importancia a los aspectos que cada alumno tenga que reforzar; en cuanto a las aulas virtuales, mencionaron que es un aspecto innovador, el cual se lo puede utilizar como complemento de las clases impartidas en la institución.

6. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre este servicio?

Tabla N° 19:

Medio de promoción del servicio.

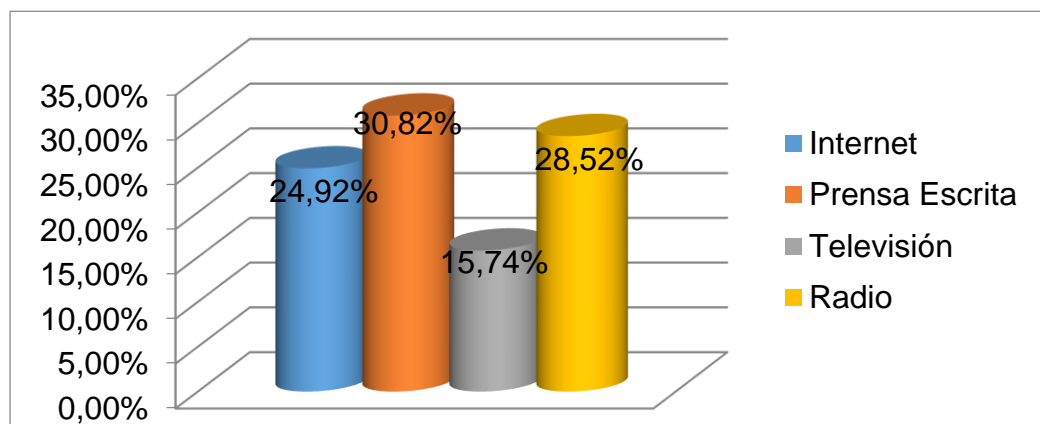
Variable	Fr	%
Internet	76	24,92%
Prensa Escrita	94	30,82%
Televisión	48	15,74%
Radio	87	28,52%
Total	305	100,00%

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Gráfico N° 10:

Medio de promoción del servicio.



Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Análisis e Interpretación del Gráfico

Los medios por los cuales se debería promocionar los servicios de Apoyo pedagógico son: las emisoras radiales, la prensa escrita e internet, por su costo y su accesibilidad al mercado objetivo.

7. ¿Cuál de los siguientes servicios a ofertar le gustaría a usted contratar para mejorar el nivel académico de su hijo?

Tabla N° 20:

Servicios a ofertar.

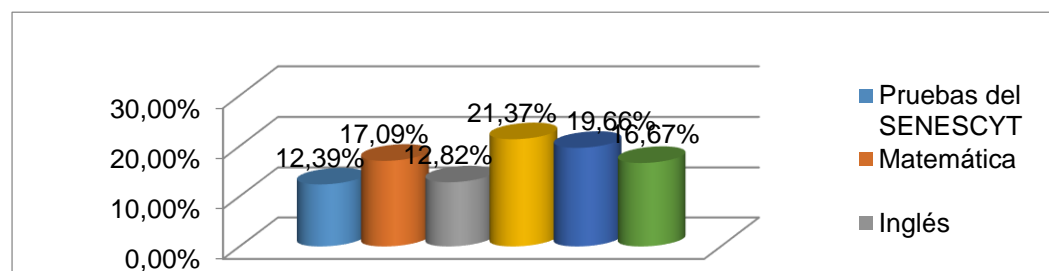
Variable	Fr	%
Pruebas del SENESCYT	145	12,39%
Matemática	200	17,09%
Inglés	150	12,82%
Física	250	21,37%
Química	230	19,66%
Métodos de Estudio	195	16,67%
Respuestas Totales	1.170	100,00%

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Gráfico N° 11:

Servicios a ofertar.



Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Análisis e Interpretación del Gráfico

El portafolio de servicios que se puso en consideración en la encuesta atrajo la atención del mercado potencial, escogiendo los padres de familia las diversas opciones, para las pruebas del SENESCYT de la sección preuniversitario el 12,29% de la población encuestada que está dispuesta a contratar los servicios del centro de apoyo; esta opción dirigida específicamente a los terceros de bachillerato de los colegios, también se pudo notar que los estudiantes tienen falencias en su mayor porcentaje en la materia de física y lo que más les llamo la atención son técnicas de estudio que tuvo una acogida del 16,67%, ya que se ayudará a los estudiantes a desarrollar sus destrezas de aprendizaje.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el Servicio de Apoyo Pedagógico?

Tabla N° 21:

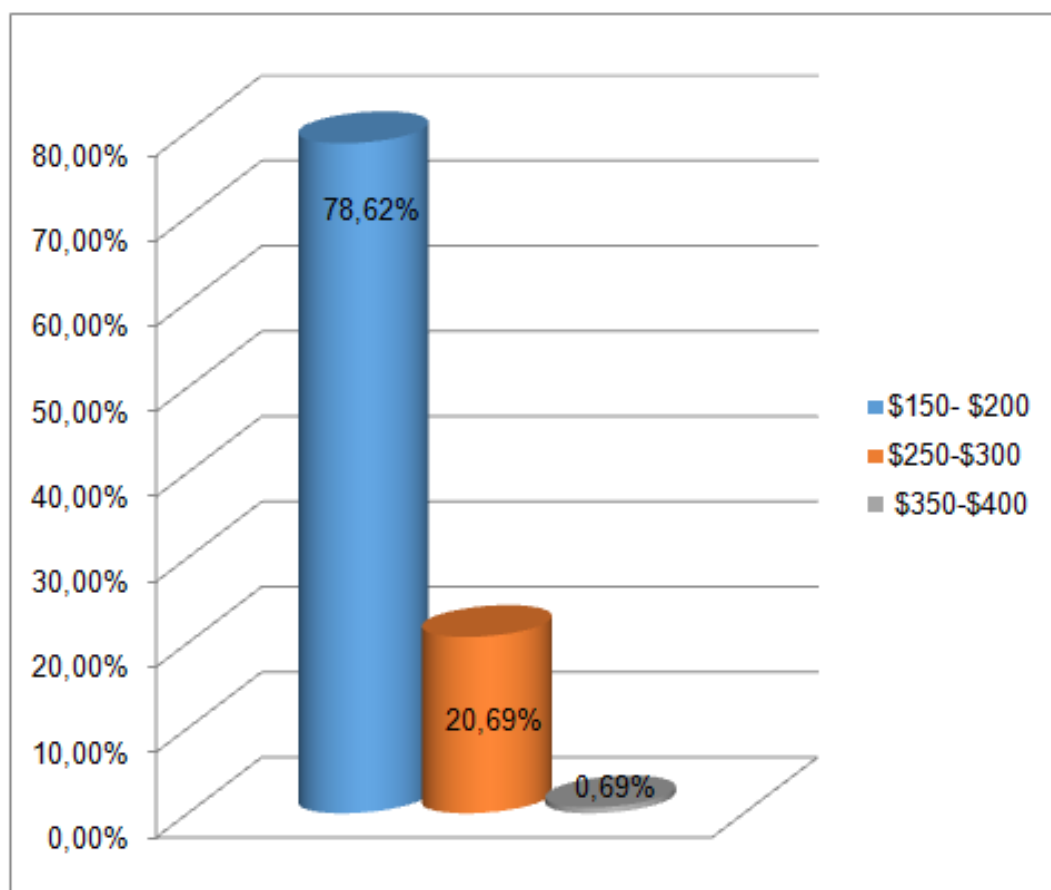
Precio de los servicios (Preuniversitario)

Variable	Fr	%
\$150- \$200	114	78,62%
\$250-\$300	30	20,69%
\$350-\$400	1	0,69%
Total	145	100,00%

Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

Gráfico N° 12:

Precio del servicio (Preuniversitario)



Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

Tabla N° 22:

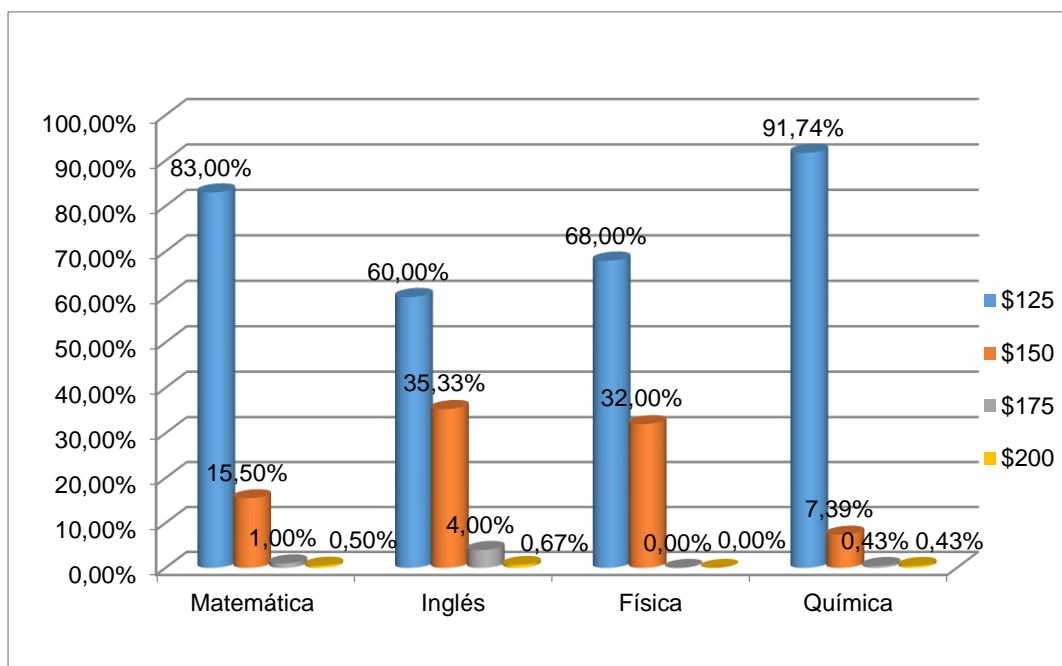
Precio de los servicios (Nivelaciones)

Materia	Matemática		Inglés		Física		Química	
	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%
\$125	166	83,00%	90	60,00%	170	68,00%	211	91,74%
\$150	31	15,50%	53	35,33%	80	32,00%	17	7,39%
\$175	2	1,00%	6	4,00%	0	0,00%	1	0,43%
\$200	1	0,50%	1	0,67%	0	0,00%	1	0,43%
TOTAL	200	100,00%	150	100,00%	250	100,00%	230	100,00%

Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

Gráfico N° 13:

Precio del servicio (Nivelaciones)



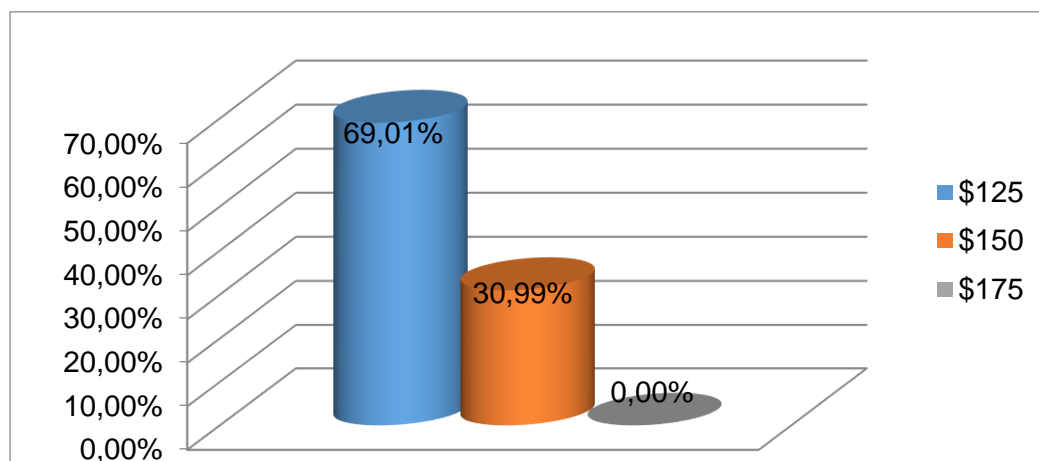
Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

Tabla N° 23:**Precio de los servicios (Técnicas de Estudio)**

Variable	Fr	%
\$125	166	85,13%
\$150	29	14,87%
\$175	0	0,00%
TOTAL	195	100,00%

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Gráfico N° 14:**Precio de los servicios (Técnicas de Estudio)**

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Análisis e Interpretación del Gráfico

El precio de los servicios a ofertar, que la mayor parte de la población encuestada está en posibilidades de pagar en el caso de preuniversitario sería de 150 a 200 dólares, nivelaciones a 125 por materia y en el caso de técnicas de estudio el precio es de 125 dólares por curso.

9. ¿En qué horario podrían sus hijos asistir al Centro de Apoyo Pedagógico?

Tabla N° 24:

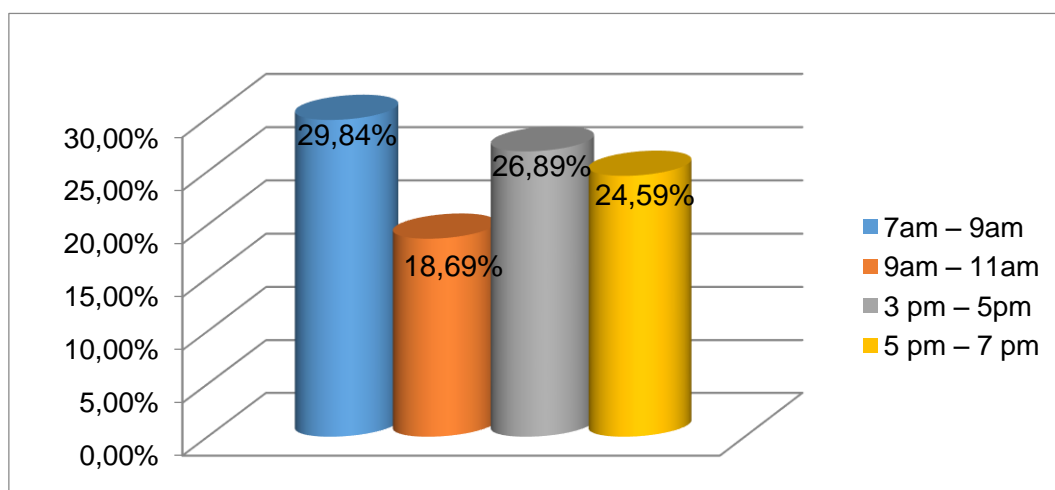
Horario

Variable	Fr	%
7am – 9am	91	29,84%
9am – 11am	57	18,69%
3 pm – 5pm	82	26,89%
5 pm – 7 pm	75	24,59%
Total	305	100,00%

Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

Gráfico N° 15:

Horario



Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

Análisis e Interpretación del Gráfico

En base a la encuesta realizada, se puede observar que de 7 a 9 de la mañana y de 3 a 5 de la tarde, son posiblemente los horarios con mayor afluencia de estudiantes al Centro de Apoyo Pedagógico.

10. ¿Cuántas veces a la semana desearía usted que sus hijos asistan al Centro de Apoyo Pedagógico?

Tabla N° 25:

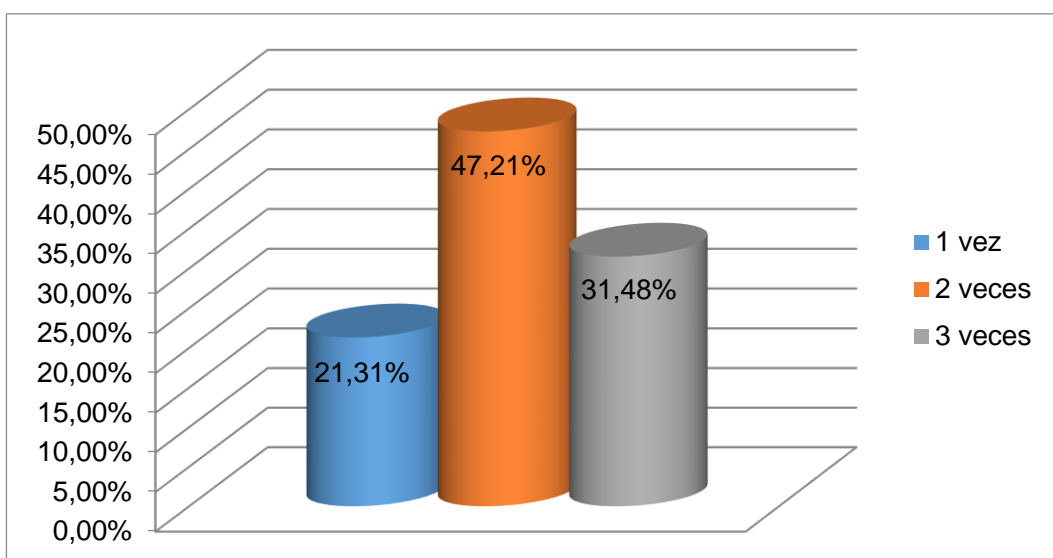
Frecuencia de asistencia

Variable	Fr	%
1 vez	65	21,31%
2 veces	144	47,21%
3 veces	96	31,48%
Total	305	100,00%

Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

Gráfico N° 16:

Frecuencia de asistencia



Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

Análisis e Interpretación del Gráfico

La frecuencia de asistencia se podría definir en 2 a 3 veces a la semana dependerá de la capacidad instalada del Centro de Apoyo Pedagógico, y de la disponibilidad de tiempo del mercado objetivo.

11. ¿Dónde considera usted que debería ubicarse las instalaciones de un Centro de Apoyo Pedagógico?

Tabla N° 26:

Ubicación estratégica

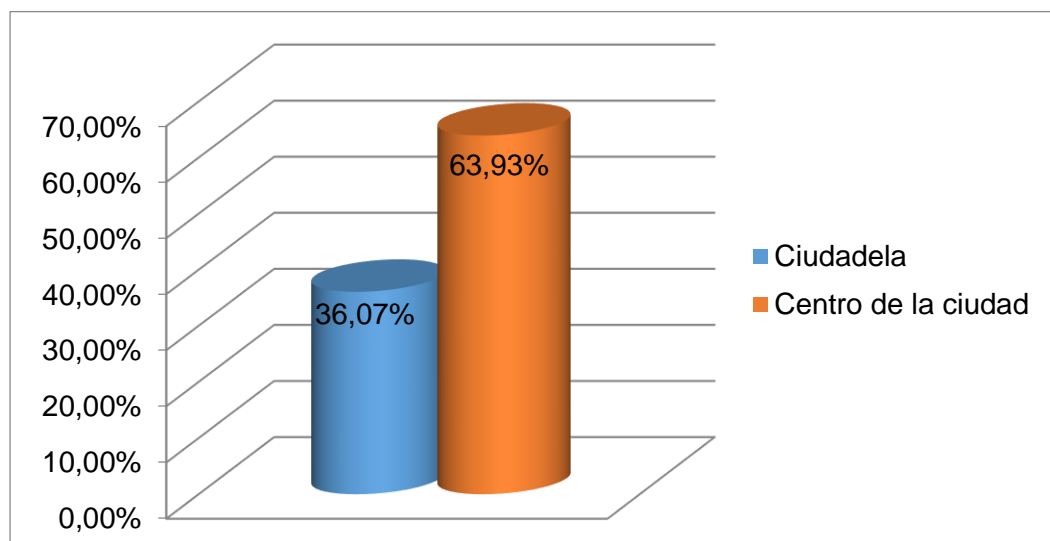
Variable	Fr	%
Ciudadela	110	36,07%
Centro de la ciudad	195	63,93%
Total	305	100,00%

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Gráfico N° 17:

Ubicación estratégica



Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Análisis e Interpretación del Gráfico

La mayoría de personas encuestadas, mencionaron que el centro de la ciudad es un buen sitio, para que se ubique el centro de apoyo pedagógico, ya que es más accesible.

3.7.2 Encuesta dirigida a los proveedores de servicios de enseñanza

La encuesta, fue dirigida a 12 empresas proveedoras de servicios de enseñanza y nivelación, ubicadas en la ciudad de Ibarra, tales como Preuniversitarios, institutos de inglés, centros de nivelación y enseñanza. Esta encuesta analizó el nivel de influencia de este tipo de empresas dentro del mercado; es decir, lo que se oferta, capacidad instalada y productiva, manejo de precios.

1. ¿Qué tipo de servicios de enseñanza oferta?

Tabla N° 27:

Cartera de servicios

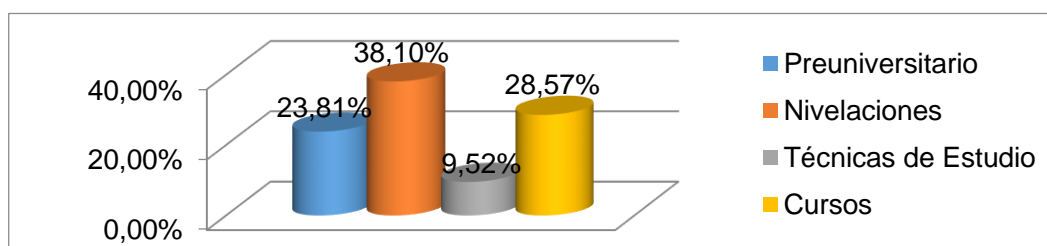
Variable	Fr	%
Preuniversitario	5	23,81%
Nivelaciones	8	38,10%
Técnicas de Estudio	2	9,52%
Cursos	6	28,57%
Respuestas Totales	21	100,00%

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Gráfico N° 18:

Cartera de servicios



Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Análisis e Interpretación del Gráfico

A través de la encuesta se determinó que la mayoría de empresas, ofertan las nivelaciones y cursos como principales servicios, lo que menos se oferta en el mercado son técnicas de estudio, servicio el cual se podría dar mayor promoción y obtener un nuevo nicho de mercado.

2. ¿Cuántos estudiantes en promedio asisten actualmente a su centro de estudios?

Tabla N° 28:

Capacidad productiva

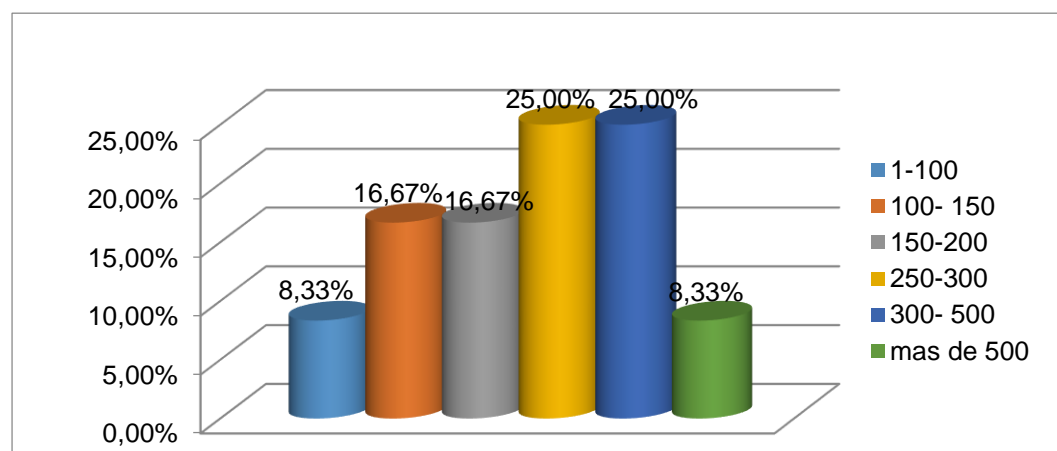
VARIABLE	Fr	%
1-100	1	8,33%
100- 150	2	16,67%
150-200	2	16,67%
250-300	3	25,00%
300- 500	3	25,00%
más de 500	1	8,33%
TOTAL	12	100,00%

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Gráfico N° 19:

Capacidad productiva del servicio



Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Análisis e Interpretación del Gráfico

La capacidad productiva de la mayoría de empresas encuestadas, oscila de 250 a 500 estudiantes, un dato base para determinar estrategias oportunas, para obtener mayor productividad del proyecto dentro de este tipo de mercado.

3. ¿Cuántas veces por semana asisten los estudiantes a su centro de estudios?

Tabla N° 29:

Frecuencia de asistencia

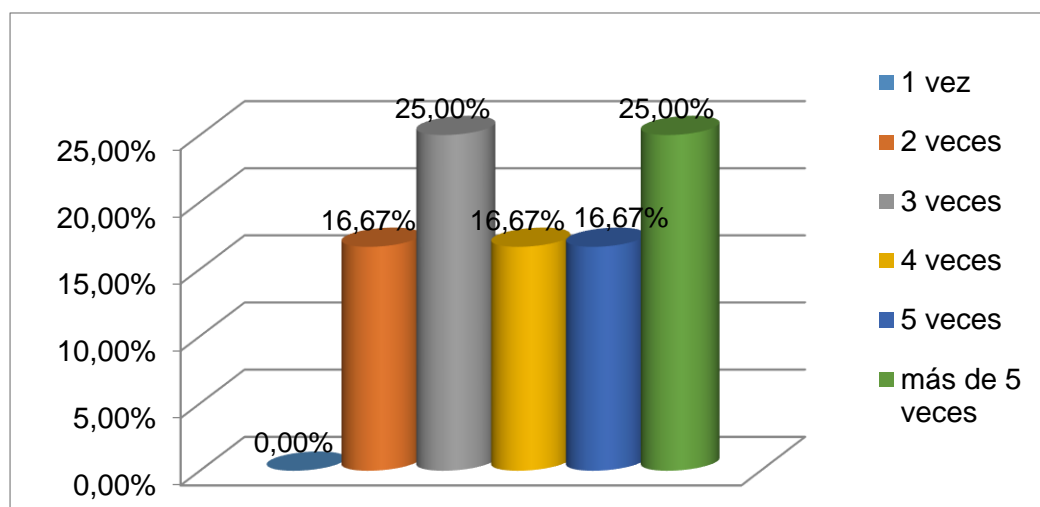
Variable	Fr	%
1 vez	0	0,00%
2 veces	2	16,67%
3 veces	3	25,00%
4 veces	2	16,67%
5 veces	2	16,67%
más de 5 veces	3	25,00%
TOTAL	12	100,00%

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Gráfico N° 20:

Frecuencia de asistencia



Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Análisis e Interpretación del Gráfico

La mayor frecuencia de asistencia está en 3 veces a la semana y más de 5 veces; de lo que se infiere que algunas de las empresas; para captar mayor cantidad de clientes y obtener mayor productividad de su centro; su horario de atención es de lunes a sábado o domingo.

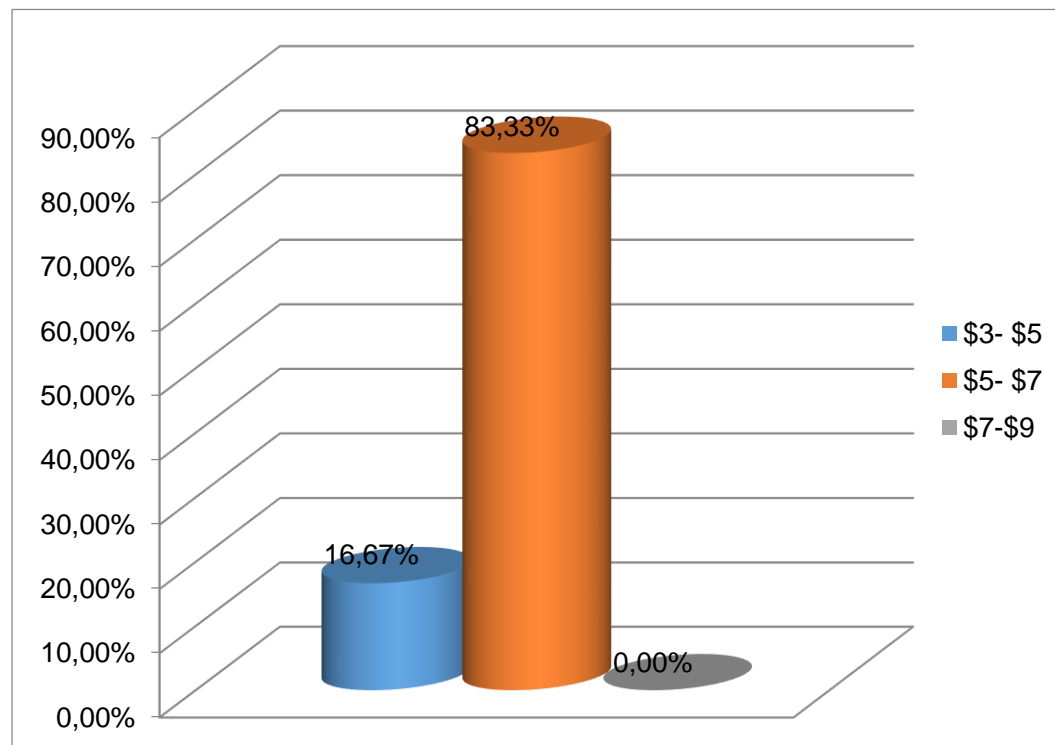
4. ¿Cuál es el precio promedio de sus servicios?

Tabla N° 30:**Precio hora servicio**

Variable	Fr	%
\$3- \$5	2	16,67%
\$5- \$7	10	83,33%
\$7-\$9	0	0,00%
Total	12	100,00%

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Gráfico N° 21:**Precio hora**

Elaborado por: la autora.

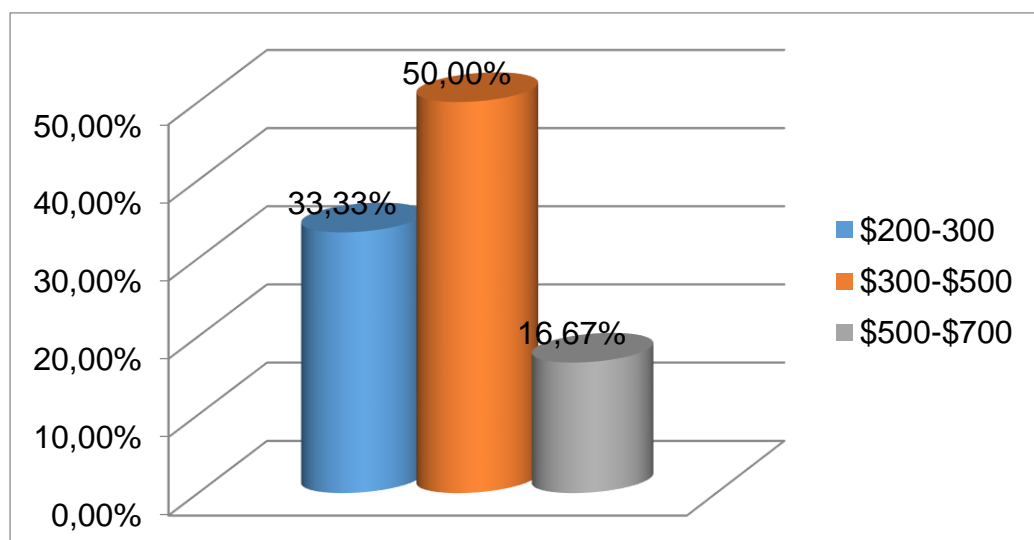
Año: 2014.

Tabla N° 31:**Precio curso servicio**

Variable	Fr	%
\$200-300	4	33,33%
\$300-\$500	6	50,00%
\$500-\$700	2	16,67%
Total	12	100,00%

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Gráfico N° 22:**Precio curso**

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Análisis e Interpretación del Gráfico

Los precios que manejan la mayoría de empresas que desarrollan sus actividades de enseñanza y nivelación en la ciudad de Ibarra; es en el caso de horas oscila entre 5 a 7 dólares y en el caso de los cursos el precio oscila de 300 a 500 dólares.

3.8. Análisis de la demanda

La Educación en los últimos años, ha experimentado grandes cambios tanto en la metodología de calificaciones como en la forma de enseñanza; por lo cual, los estudiantes han optado por buscar ayuda extra para afianzar los conocimientos impartidos en los centros de enseñanza. En la ciudad de Ibarra, existen 42 colegios que se encuentran en la zona Urbana y 8 en la zona rural, los cuales tienen 10.322 estudiantes en Bachillerato, representando así el universo poblacional.

Tomando en cuenta las encuestas dirigidas a los padres de familia de la ciudad de Ibarra, dio como resultado que el 82,43% (conformado de las respuestas de muy interesado: 58,11% y poco interesado: 24,32%) de interés en la contratación del servicio.

Los 10.322 estudiantes por 82,43% de personas interesadas; es igual a 8.508 estudiantes dispuestos a adquirir los servicios de apoyo pedagógico en la Ciudad de Ibarra.

3.8.1 Demanda proyectada

El apoyo del gobierno al sector educativo, ha permitido que se incremente la demanda en centros de enseñanza tanto públicos como privados, esto se puede observar, en los datos históricos proporcionados por la Dirección Distrital de Educación de Ibarra:

Tabla N° 32:

Series históricas sector educativo en Ibarra

AÑO	N° de Estudiantes	Tasa de Crecimiento
2009-2010	9.050	3,34%
2010-2011	9.330	
2011-2012	9.559	
2012-2013	10.010	
2013-2014	10.322	

Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

Basándose en los datos mostrados anteriormente, se procede proyectar la demanda para cinco años del servicio de apoyo pedagógico que brinda el Centro de Apoyo Pedagógico, para segmento estudiantes de bachillerato, en base a la siguiente fórmula:

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

En donde:

M = Número de Estudiantes a Futuro.

Co = Número Actual de Estudiantes.

i = Tasa de Crecimiento.

n = Año Proyectado.

Para establecer la demanda del servicio de enseñanza y nivelación del mercado objetivo, se tomó en cuenta los siguientes datos:

PARÁMETROS	VALOR
Demanda.	8.508 Estudiantes de Bachillerato
Tasa anual de crecimiento estudiantil de la ciudad de Ibarra.	0,0334
Tiempo de demanda a proyectar.	5 años

Reemplazando en la fórmula se tiene:

Año 2015: $M = 8.508 (1+0,0334)^1$

$M = 8.508 (1,0334)$

M = 8.793

Año 2016: $M = 8.508 (1+0,0334)^2$

$M = 8.508 (1,067916)$

M = 9.087

Año 2017: $M=8.508 (1+0,0334)^3$

M= 8.508 (1,103584)

M= 9.390

Año 2018: $M= 8.508 (1+0,0334)^4$

M =8.508 (1,140444)

M= 9.704

Año 2019: $M= 8.508 (1+0,0334)^5$

M= 8.508 (1,178534)

M= 10.029

Tabla N° 33:

Demanda proyectada segmento hogares.

AÑO	DEMANDA PROYECTADA
2015	8.793
2016	9.087
2017	9.390
2018	9.704
2019	10.029

Fuente: Investigación de campo.

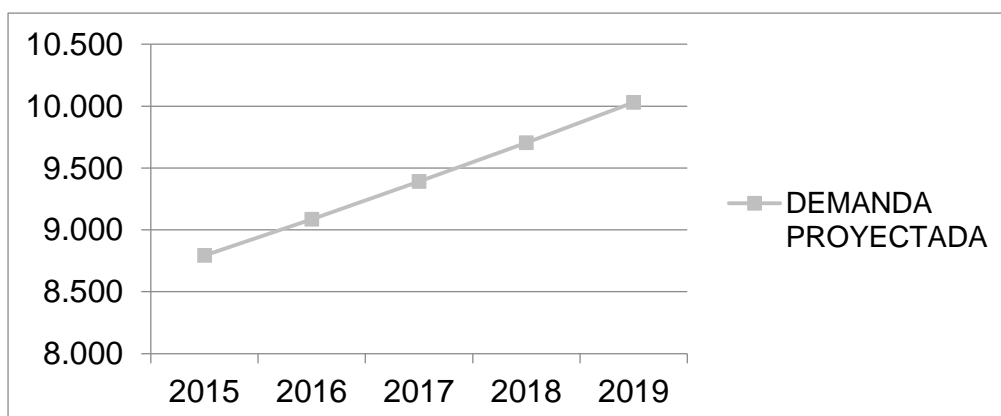
Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

De acuerdo a la proyección de la demanda realizada, del servicio de Apoyo Pedagógico para el mercado objetivo, se puede observar gráficamente lo siguiente:

Gráfico N° 23:

Demanda proyectada.



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

3.9. Análisis de la oferta

En el análisis de la oferta se determinó la cantidad de empresas que ofrecen servicios de enseñanza y nivelación en la ciudad de Ibarra, en los últimos años la presencia de este tipo de empresas dentro del mercado se ha incrementado de manera sorprendente, pero aún existe demanda a satisfacer; por lo que, constituye un mercado en crecimiento, para empresas existentes y para empresas nuevas en el mercado.

3.9.1 Oferta actual

El catastro de actividades económicas de la ciudad de Ibarra, muestra que existen varias personas dedicadas a actividades de enseñanza y nivelación, pero 12 empresas conforman la principal competencia del centro de apoyo pedagógico.

Las principales empresas dedicadas a actividades de enseñanza y nivelación en la ciudad de Ibarra son:

Tabla N° 34:**Empresas dedicadas a actividades de enseñanza y nivelación en la ciudad de Ibarra**

Nombre De La Institución	Dirección
Centro Académico del Conocimiento	Olmedo 0774 y Oviedo
Centro de Enseñanza	Bolívar 12-053 y O Mosquera
Centro de Nivelación	Av. Ricardo Sánchez y Rocafuerte
Preuniversitario Fourier	J F Bonilla 19-15
Preuniversitario Senes	Mejía Quiroga Paul Vinicio
Preuniversitario Einstein Hawking	Calle Sucre
Preuniversitario Leonhard P. Euler	Colegio Hermano Miguel La Salle Calles Bolívar y Velasco
Charlotte E Ilven	Bartolomé García 03-013
School One Institute	Luis Fernando Villamar 01-021 y José Joaquín Olmedo
Illinois English School	Calixto Miranda y Suárez 05-104 y Juan Francisco Bonilla
Wall Street English	Bolívar - Edificio Way
Superlearning	Av. Mariano Acosta

Fuente: Municipio de Ibarra

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

3.9.2 Proyección oferta

Existen 8.508 estudiantes de bachillerato, que están dispuestos a adquirir el servicio de apoyo pedagógico en la ciudad de Ibarra, esto multiplicado por el 44,66% captado por la competencia es igual a 3.800 estudiantes que asisten a centros de enseñanza y nivelación.

Para proyectar la oferta de los próximos 5 años, en el segmento de mercado, tomamos como dato base la tasa de crecimiento empresarial, obtenida a través de series históricas de

actividades económicas pertenecientes a la ciudad de Ibarra, teniendo así un porcentaje de crecimiento del 3,03%.

Tabla N° 35:

Series históricas de actividades económicas en Ibarra

AÑO	# de Actividades Económicas tipo Servicios en Ibarra	Tasa de Crecimiento	
2010	2.700		3,03%
2011	2.868	0,0622	
2012	2.750	-0,0411	
2013	2.976	0,0822	
2014	3.120	0,0484	
Total Tasa de Crecimiento		0,1516	

Fuente: Municipio de Ibarra

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

La proyección de la oferta se realizó con la siguiente fórmula:

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

En donde:

M = Oferta Futura.

Co = Oferta Actual.

i = Tasa de Crecimiento.

n = Año Proyectado.

Para establecer la oferta del servicio de Apoyo Pedagógico, en el segmento de mercado se tomó en cuenta los siguientes datos:

PARÁMETROS	VALOR
Oferta	3.800
Tasa anual de crecimiento empresarial de Ibarra.	0,0303
Tiempo de oferta a proyectar,	5 años

Reemplazando en la fórmula se tiene:

$$\text{Año 2015: } M = 3.800(1+0,0303)^1$$

$$M = 3.800(1,0303)$$

$$M = \mathbf{3.915}$$

$$\text{Año 2016: } M = 3.800(1+0,0303)^2$$

$$M = 3.800(1,0616)$$

$$M = \mathbf{4.034}$$

$$\text{Año 2017: } M = 3.800(1+0,0303)^3$$

$$M = 3.800(1,0938)$$

$$M = \mathbf{4.156}$$

$$\text{Año 2018: } M = 3.800(1+0,0303)^4$$

$$M = 3.800(1,2481)$$

$$M = \mathbf{4.282}$$

$$\text{Año 2019 } M = 3.800(1+0,0303)^5$$

$$M = 3.800(1,1611)$$

$$M = \mathbf{4.412}$$

Tabla N° 36:

Oferta proyectada

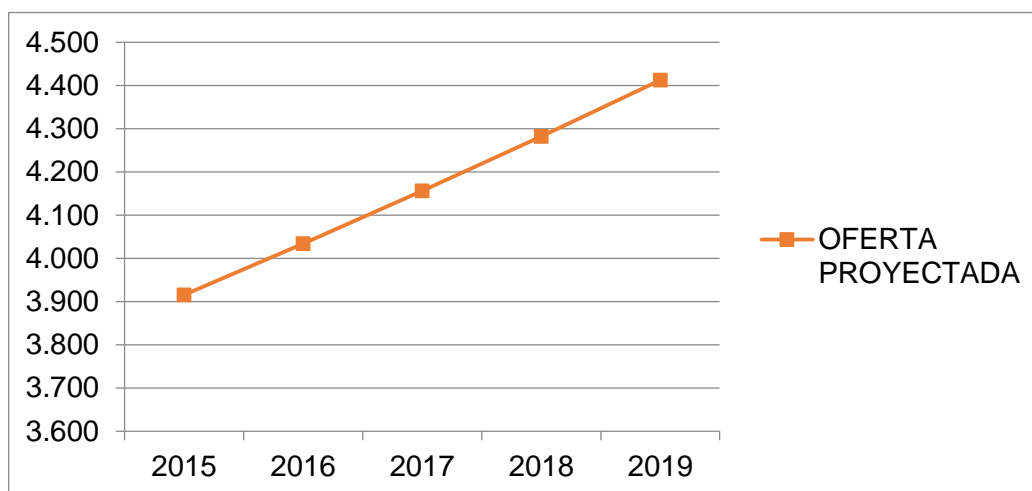
AÑO	OFERTA PROYECTADA
2015	3.915
2016	4.034
2017	4.156
2018	4.282
2019	4.412

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

De acuerdo a los resultados obtenidos de la proyección de la oferta, se puede observar gráficamente lo siguiente:

Gráfico N° 24:**Oferta proyectada**

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

3.10. Demanda potencial a satisfacer

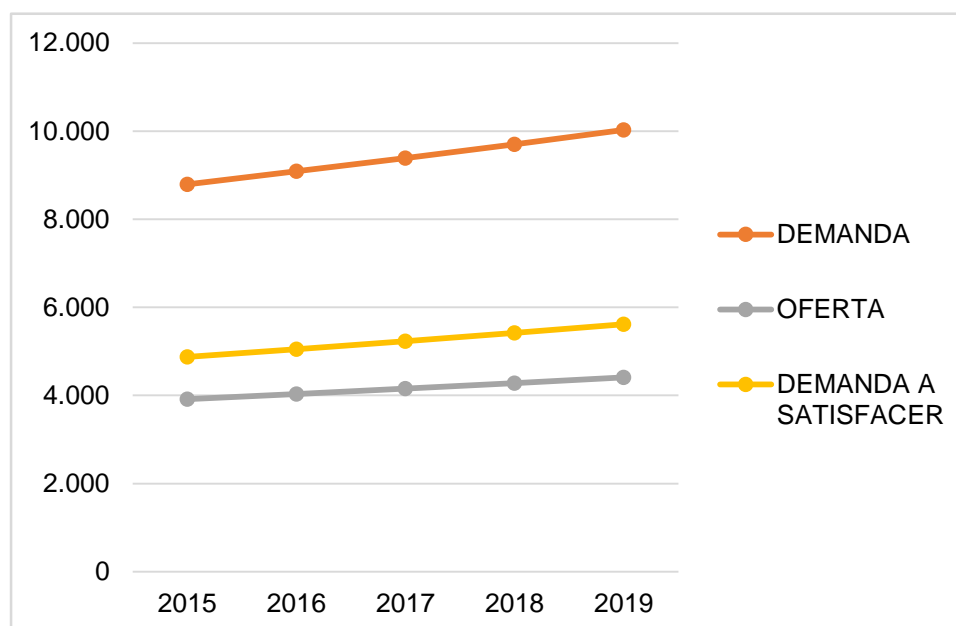
Una vez establecida la oferta y la demanda proyectada, se identificó que existe demanda potencial a satisfacer. Los datos proyectados de oferta y demanda son la base para determinar dicha demanda, teniendo así:

Tabla N° 37:**Demanda potencial por satisfacer**

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA A SATISFACER	PORCENTAJE QUE ABSORBE EL SERVICIO	MERCADO A CAPTAR
2015	8.793	3.915	4.878	26,65%	1.300
2016	9.087	4.034	5.053		1.347
2017	9.390	4.156	5.234		1.395
2018	9.704	4.282	5.422		1.445
2019	10.029	4.412	5.616		1.497

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Gráfico N° 25:***Demanda potencial a satisfacer.***

Elaborado por: la autora.
 Año: 2014.

La oferta del servicio de Apoyo Pedagógico, abastecerá en promedio al 26,65% de la demanda potencial a satisfacer, tomando en cuenta la capacidad instalada del proyecto.

3.10.1 Precio

Los precios de los servicios de Apoyo Pedagógico, se establecieron en base al estudio de mercado realizado a los padres de familia de estudiantes de Bachillerato de la ciudad de Ibarra, por lo que se determinó cobrar 125 dólares en el caso de nivelación por materia, 200 dólares por los cursos preuniversitarios y 125 dólares por cursos de Técnicas de Estudio.

3.10.2 Proyección sueldos

Se tomó como referencia la tasa de crecimiento de sueldos y salarios, ya que este es el factor principal para fijar el precio y costo del servicio de Apoyo Pedagógico.

Tabla N° 38:**Series históricas de sueldos y salarios.**

Año	Sueldo Básico	Tasa de Crecimiento
2010	240,00	9,10%
2011	264,00	
2012	292,00	
2013	318,00	
2014	340,00	
2015	370,94	

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Tabla N° 39:**Proyección precio servicio nivelaciones por materia**

AÑO	PRECIO SERVICIO NIVELACIONES
2015	125,00
2016	136,37
2017	148,78
2018	162,32
2019	177,08

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Tabla N° 40:**Proyección precio servicio preuniversitario**

AÑO	PRECIO SERVICIO PREUNIVERSITARIO
2015	200,00
2016	218,20
2017	238,05
2018	259,71
2019	283,33

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Tabla N° 41:**Proyección precio servicio técnicas de estudio**

AÑO	PRECIO SERVICIO TÉCNICAS DE ESTUDIO
2015	125,00
2016	136,37
2017	148,78
2018	162,32
2019	177,08

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

3.11 Estrategias de mercado

Se analizó, las principales estrategias que se consideró importantes para la implementación del presente proyecto:

3.11.1 El logotipo

El logotipo, representa las iniciales del Centro de Apoyo Pedagógico Galileo, su estructura elíptica se refiere al proceso de enseñanza cíclica con una metodología netamente empresarial basada en la tecnología.



3.11.2. El isotipo

El Isotipo, representa el nombre del Centro de Apoyo Pedagógico, en siglas lo cual servirá para el posicionamiento del nombre de la empresa.



CAPPG

3.11.3 El lema

Conocimiento, lógica y capacitación al servicio de la ciudadanía.

3.11.4 Estrategias de promoción

- Descuento del 5% en el precio, comparado con el de la competencia.
- Ofertar paquetes promocionales de servicio.
- Poner anuncios en emisoras radiales, prensa local e Internet.
- Crear Video Marketing, que promocióne al Centro de Apoyo Pedagógico y los Servicios que oferte.
- Crear una Página Web llamativa e interactiva.

3.11.5 Estrategias de servicio

- Llevar un control permanente en lo referente a la prestación de servicios de Apoyo Pedagógico, permitiendo así satisfacer necesidades de los clientes y sobrepasar sus expectativas.

- Capacitar al talento humano sobre atención al cliente y temas operativos del servicio.
- Ofrecer servicios complementarios que garanticen la fidelización de los clientes.
- Medir el nivel de satisfacción de los clientes, a través de la realización de encuestas periódicas y permanentes, para de esta manera satisfacer de manera ágil y efectiva las necesidades de los mismos.

3.11.6 Estrategia de diferenciación

- Brindar valor agregado en los servicios, a través de la calidad, buena presentación del servicio y del personal que lo ofrece; obteniendo mayor posicionamiento en un mercado competitivo.
- Ampliar el portafolio de servicios y mercado objetivo, con ventaja competitiva.

3.11.7 Estrategias para la plaza o distribución

- Ofrecer los servicios vía Internet, a través de las aulas virtuales y pagina web del Centro de Apoyo Pedagógico.
- Tener siempre disponible un Mapa de ubicación impreso y en la web empresarial.
- Establecer Alianzas Estrategias con centros educativos para colocar los servicios ofertados.

3.12 Conclusiones del estudio

El estudio de mercado realizado en la ciudad de Ibarra a través de investigación directa y mediante encuestas realizadas a los padres de familia y a proveedores de servicios de enseñanza y nivelación; permitió concluir lo siguiente:

- Se identificó la necesidad que tiene el mercado objetivo hacia el servicio de Apoyo Pedagógico en la ciudad de Ibarra.

- Se demostró la aceptación e interés de este tipo de servicios dentro de la ciudad de Ibarra.
- Se estableció el portafolio de servicios, sus características específicas y diferenciación del servicio que se pretende ofertar al mercado objetivo.
- Se identificó a las empresas oferentes del servicio educativo y apoyo pedagógico su influencia en este tipo de mercado.
- Se determinó la existencia de la demanda por satisfacer de este tipo de servicios y las condiciones adecuadas, para desarrollar el presente estudio de factibilidad dentro de la ciudad de Ibarra.
- Se definió estrategias, para un mercado en crecimiento, que ayuden a satisfacer las necesidades y sobrepasen las expectativas del servicio, fascinando de esta manera a los clientes potenciales del servicio de Apoyo Pedagógico.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se determinó a través de la capacidad productiva del servicio de Apoyo Pedagógico, el nivel de inversión en capital de trabajo, inversiones fijas y diferidas, durante el período de vida útil del proyecto.

4.1.1. Factores determinantes del tamaño del proyecto

1 El mercado

El Centro de Apoyo Pedagógico, tiene capacidad para abastecer con el servicio ofertado al 26,65% de la población objetivo.

Tabla N° 42:

Capacidad productiva del servicio.

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA A SATISFACER	PORCENTAJE QUE ABSORBE EL SERVICIO	MERCADO A CAPTAR
2015	8.793	3.915	4.878	26,65%	1.300
2016	9.087	4.034	5.053		1.347
2017	9.390	4.156	5.234		1.395
2018	9.704	4.282	5.422		1.445
2019	10.029	4.412	5.616		1.497

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

2 Financiamiento

Para financiar el proyecto, se toma en cuenta dos modalidades; 30% de capital propio y 70% con entidades financieras.

Realizar el análisis a las entidades financieras es muy importante, ya que este tipo de entidades ayudan de manera significativa a la puesta en marcha de los proyectos productivos; para lo cual, se realizó una ficha de observación, identificando la entidad que tiene mejores facilidades para la obtención de los créditos. Las entidades consideradas para el análisis fueron:

Tabla N° 43:

Ficha de observación (Entidades Financieras).

ENTIDAD FINANCIERA	COOP. ATUNTAQUI	BANCO DE FOMENTO	CODESARROLLO	FODEMI
PARÁMETRO				
Monto	8	10	10	9
Interés	4	10	6	8
Plazo	6	10	7	5
Requisitos exigidos	8	4	7	6
TOTAL	26	34	30	28

Fuente: entidades financieras.

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

El Banco de Fomento, es la entidad financiera que ofrece mejores condiciones para realizar un crédito para poner en marcha el presente proyecto; por lo cual, a continuación se detallan datos referentes al Banco seleccionado, para obtener un análisis minucioso del mismo.

Tabla N° 44:**Información de crédito dirigido a PYMES y Empresas.**

	Monto	Tasa de interés	Garantía	Destino	Beneficios
Banco Fomento	Mínimo \$500 Máximo: \$300.000	10% reajutable, Producción Ciclo corto: 11,20% reajutable	Quirografaria, Prendaria ó Hipotecaria.	Capital de trabajo, Activos fijos: Lotes de terrenos en el sector urbano, locales comerciales, maquinaria nueva y usada.	Plazo en función del destino de la inversión hasta 15 años. Forma de pago: mensual, bimestral, trimestral, semestral, anual. Periodo de gracia: en función del destino de la inversión.

Fuente: Banco de Fomento.

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

❖ **Requisitos generales para obtener el crédito**

- Copia legible en blanco y negro o a color de Cédula de Identidad de cliente y garante.
- Copia legible en blanco y negro o a color de la papeleta de votación vigente del cliente y garante.
- Para el caso de personas con capacidades especiales y mayores de 65 años la presentación del certificado de votación es opcional.

- Original o copia de la planilla de servicio básico (con una validez de hasta 60 días), tanto para el cliente como para el garante.
- Copia de RUC o R.I.S.E. del solicitante para montos mayores a \$3.000.
- Plan de Inversión (formato entregado por el B.N.F. para préstamos desde \$20.000 hasta \$100.000).
- Proyecto de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar para préstamos superiores a \$100.000.

❖ **Requisitos de crédito para compra de activos fijos**

- Proforma o cotización de los bienes a adquirir.
- Copia de la declaración de Impuesto a la renta del último año (si estuviera obligado a hacerlo).
- Copia de la declaración de Impuesto al Valor Agregado IVA del último año (si estuviera obligado a hacerlo).
- En caso de poseer bienes inmuebles y/o vehículo presentar un documento que certifique la tenencia del mismo.
- Título de Propiedad o Contrato de arrendamiento del lugar de la inversión, cuando éste sea diferente al domicilio.

❖ **Para el caso de garantía hipotecaria**

- Certificado de gravámenes del Registro de la Propiedad (con una antigüedad no mayor a 90 días).
- Copia del recibo de impuesto predial del último año.

3 Muebles y materiales

Los Muebles que se utilizara para que el Centro de Apoyo Pedagógico pueda funcionar correctamente son;

- Área Operativa: contará con 5 aulas las cuales tendrán 20 pupitres (mesa y silla), un escritorio con archivador y silla en cada aula, en el caso de los materiales para la operatividad efectiva del proyecto se utilizara 5 pizarrones de tiza liquida, marcadores de tiza liquida, borradores, hojas, carpetas y demás materiales, para su normal funcionamiento.
- Área Administrativa: se instalará 4 escritorios con archivador cada uno con sus respectivas sillas tipo gerente y tipo secretaria, sillas y sillones de espera, archivadores, mesa para cafetera y revistas, basureros y papeleras; en el caso de los materiales que se utilizaran en el área administrativa están: esferos, agendas, clips, grapadoras, grapas, clips, porta clips, perforadora, correctores, reglas, notas adhesivas, entre otras.

Las adquisiciones se las realizará tomando en cuenta tanto las necesidades del proyecto, áreas que tenga el Centro de Apoyo Pedagógico.

4 Equipos de computación

El proyecto dispondrá en lo concerniente a equipos de computación lo siguiente:

- Área Operativa: 1 computador portátil y proyector, por cada aula.
- Área Administrativa: 2 computadoras de escritorio y 2 portátiles, 2 impresoras.

5 Equipo de oficina

Los equipos destinados para implementar en el proyecto se determinaron de la siguiente manera; un televisor, 3 pares de parlantes, una cafetera, 1 calculadora.

6 Talento humano

En la provincia de Imbabura, según el último censo de población realizado por el I.N.E.C., el índice de desempleo en la provincia es del 5,1%, dato referencia para la presencia de oferta laboral calificada; por lo cual el proyecto contara con los siguientes colaboradores: 1 Director, 1 secretaria, 1 contadora, 1 supervisor de docentes, 2 profesores de Matemática, 1 de Inglés, 1 de Lenguaje, 1 de Química y 1 de Física, además de 1 persona dedicada a la limpieza.

4.1.2 Tamaño propuesto

Los principales factores que influyen para determinar el tamaño del proyecto son; la capacidad operativa del servicio y el número de colaboradores que prestarán el servicio de Apoyo Pedagógico, para cubrir la demanda potencial por satisfacer. A continuación se presentan 3 tipos de escenarios:

- a. Cobertura del 15% de la demanda con 4 profesores.
- b. Cobertura del 26,65% de la demanda con 7 profesores.
- c. Cobertura del 45% de la demanda con 8 profesores.

Tabla N°45:

Tamaño propuesto

% DE COBERTURA DE MERCADO POTENCIAL	N° DE ESTUDIANTES CAPTADOS
15%	732
26,65%	1300
45%	2195

Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

4.2 Localización del proyecto

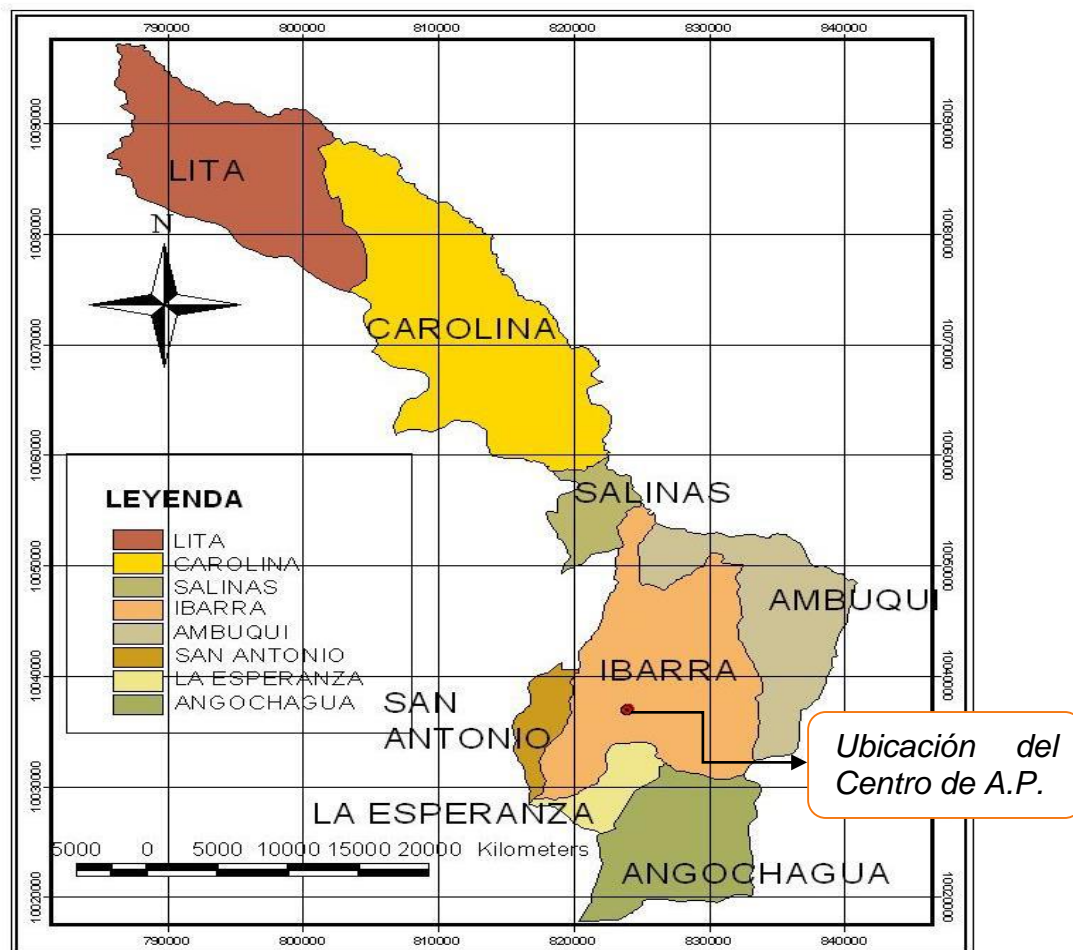
4.2.1 Macro localización del proyecto

El Centro de Apoyo Pedagógico, estará ubicado en la ciudad de Ibarra capital de la provincia de Imbabura; ya que este es el lugar donde se ofertará los servicios de apoyo pedagógico a los estudiantes pertenecientes a la misma.

Ilustración N°1:

Mapa político

MAPA POLÍTICO ADMINISTRATIVO DEL CANTÓN IBARRA



Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra.
Año: 2014.

4.2.2 Micro localización del proyecto

Para determinar la localización específica del Centro de Apoyo Pedagógico, se realizó un análisis a través de métodos cuantitativos y cualitativos, mostrados en la matriz de ponderación y priorización, considerando las siguientes opciones:

- Av. Teodoro Gómez.
- Calle Sucre.
- Av. Mariano Acosta.

1 Ponderación

Tabla N° 46:

Escala de puntuación

NIVEL	VALOR
MUY BUENO	10
	9
BUENO	8
	7
REGULAR	6
	5
MALO	4
	3
PÉSIMO	2
	1

Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

Tabla N° 47:

Matriz de factores puntuada.

N°	FACTORES	POSIBLES LUGARES		
		AV. TEODORO GÓMEZ	CALLE SUCRE	AV. MARIANO ACOSTA
1 GEOGRÁFICOS				
1.1	Disponibilidad de locales	9	5	7
1.2	Servicios básicos (luz, agua, líneas telefónicas)	10	10	10
1.3	Transporte	10	10	10
1.4	Vías de acceso	10	10	10
SUBTOTAL		39	35	37
2 COMERCIALES				
2.1	Ubicación estratégica	8	6	7
2.2	Disponibilidad de mano de obra	10	10	10
2.3	Seguridad	8	7	5
2.4	Flujo de personas	9	7	9
SUBTOTAL		35	30	31
3 SOCIALES				
3.1	Interés de la comunidad	9	8	9
3.2	Creación de fuentes de empleo	10	10	10
3.3	Mejoramiento de la calidad de vida	10	10	10
SUBTOTAL		29	28	29
4 LEGALES				
4.1	Ordenanzas municipales	10	10	10
4.2	Leyes de control	10	10	10
4.3	Permisos (bomberos, salud , funcionamiento)	10	10	10
4.4	Patente municipal	10	10	10
SUBTOTAL		40	40	40
TOTAL FACTORES		143	133	137

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Tabla N° 48:

Matriz de factores priorizada.

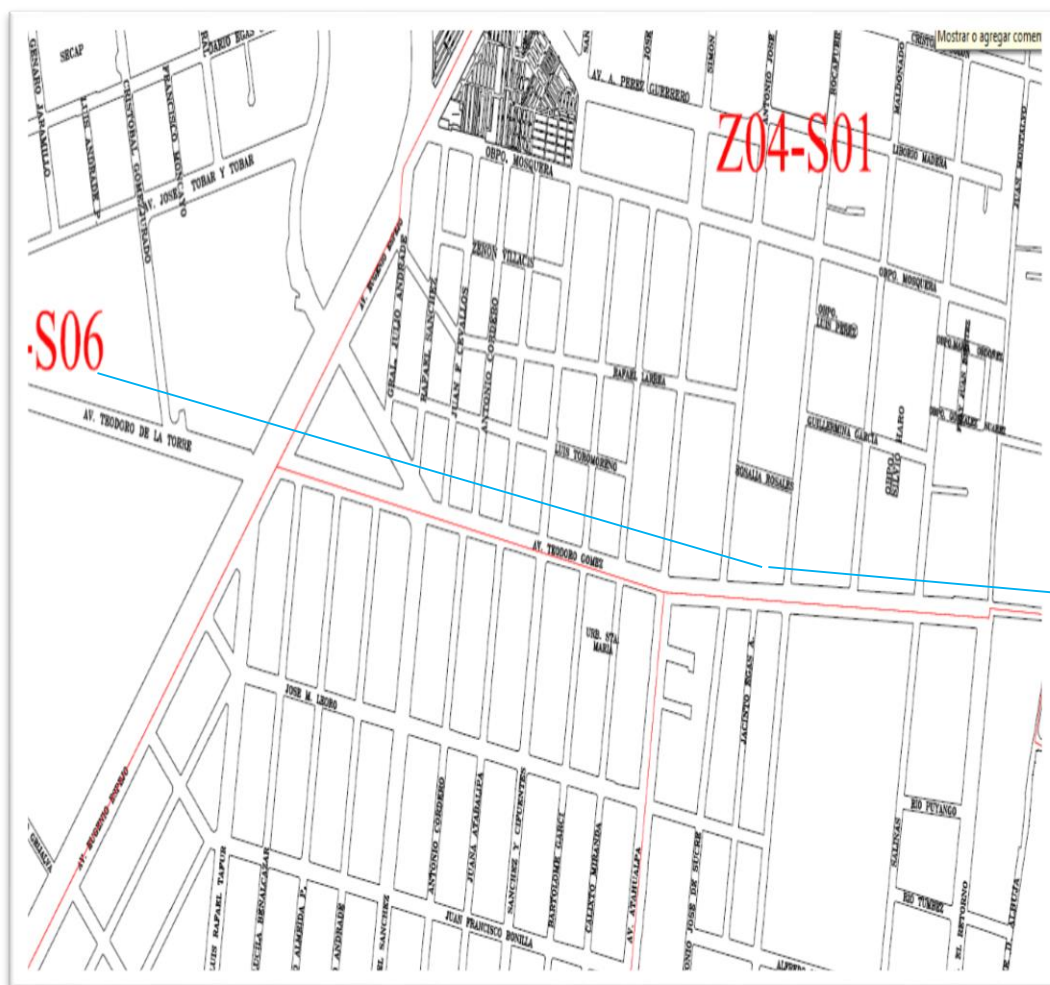
N°	FACTORES	TASA PONDERADA	LUGARES		
			AV. TEODORO GÓMEZ	CALLE SUCRE	AV. MARIANO ACOSTA
1 GEOGRÁFICOS					
1.1	Disponibilidad de locales	10%	0,9	0,5	0,7
1.2	Servicios básicos (luz, agua, líneas telefónicas)	9%	0,9	0,9	0,9
1.3	Transporte	5%	0,5	0,5	0,5
1.4	Vías de acceso	5%	0,5	0,5	0,5
SUBTOTAL		29%	2,8	2,4	2,6
2 COMERCIALES					
2.1	Ubicación estratégica	25%	2	1,5	1,75
2.2	Disponibilidad de mano de obra	5%	0,5	0,5	0,5
2.3	Seguridad	5%	0,4	0,35	0,25
2.4	Flujo de personas	15%	1,35	1,05	1,35
SUBTOTAL		50%	4,25	3,4	3,85
3 SOCIALES					
3.1	Interés de la comunidad	3%	0,27	0,24	0,27

3.2	Creación de fuentes de empleo	4%	0,4	0,4	0,4
3.3	Mejoramiento de la calidad de vida	2%	0,2	0,2	0,2
SUBTOTAL		9%	0,87	0,84	0,87
4 LEGALES					
4.1	Ordenanzas municipales	2%	0,2	0,2	0,2
4.2	Leyes de control	3%	0,3	0,3	0,3
4.3	Permisos (bomberos, salud , funcionamiento)	4%	0,4	0,4	0,4
4.4	Patente municipal	3%	0,3	0,3	0,3
SUBTOTAL		12%	1,2	1,2	1,2
TOTAL FACTORES		100%	9,12	7,84	8,52

Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

El lugar que cumple con las condiciones requeridas para realizar este tipo de actividad económica, es el centro de la ciudad en la Av. Teodoro Gómez de Torre, debido a su ubicación estratégica, afluencia de personas y disponibilidad de locales, atrayendo mayor número de clientes, logrando ser competitivo dentro del mercado en el que se desarrolla.

Ilustración N° 2:
Mapa

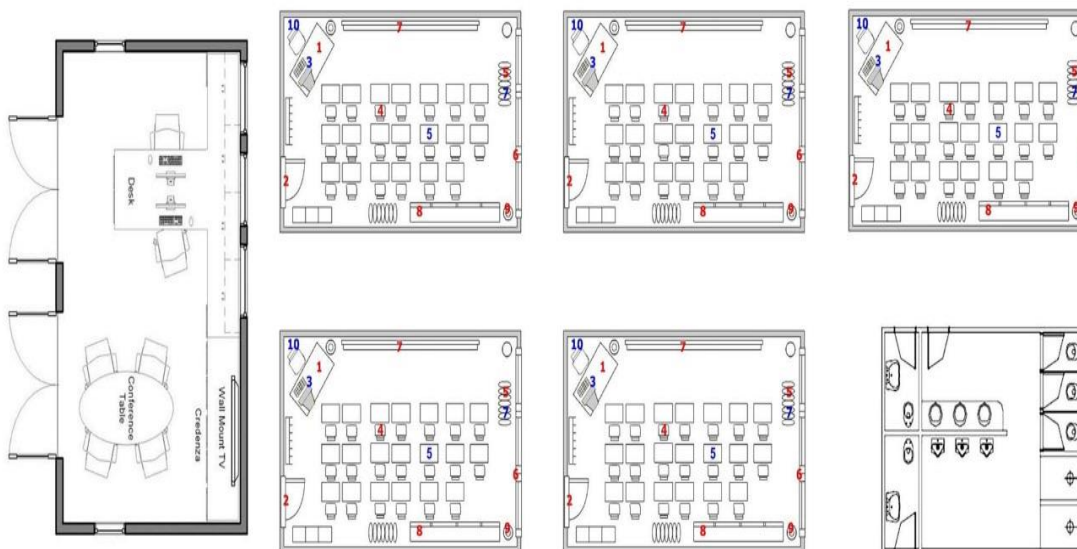


Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra.
Año: 2014.

4.3. Ingeniería del proyecto

Ilustración N° 3:







Ingeniería del proyecto



Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

4.4 Proceso de producción del servicio

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Proceso
	Dentro del proceso
	Espera
	Decisión
	Documento
	Principio – Final

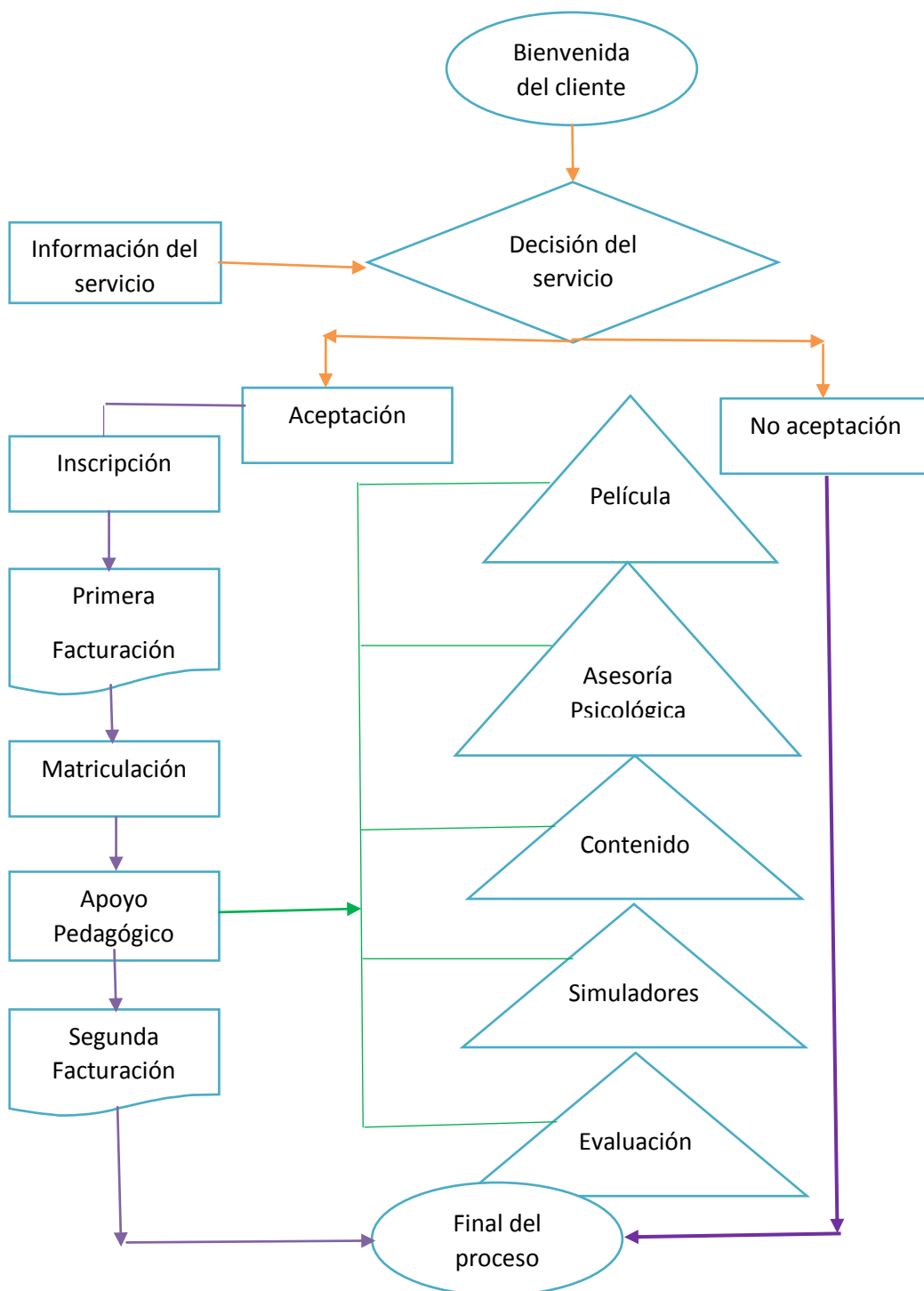
Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

4.4.1. Diagrama del proceso de apoyo pedagógico

Ilustración N° 4:

Diagrama del proceso



Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

1 Detalle del proceso

- **Bienvenida del cliente**

Dentro del proceso, el saludo y bienvenida del cliente es un factor determinante, ya que está basado en las políticas de la empresa en referencia al grado de cultura y educación.

- **Inscripción**

La parte de inscripción, se refiere llenar un documento que manifiesta las cláusulas inherentes a llenar datos primarios informativos del estudiante, con el fin de saber con cuantos discentes se contará al inicio del curso.

- **Primera facturación**

Se refiere a llenar la primera factura o documento, que acredita el pago del cliente referida al 50% del valor total del curso de nivelación.

- **Matriculación**

Es parte del proceso, en el cual el estudiante formalmente reafirma sus datos informativos y pertinentes al curso, pues a partir de este instante el discente forma parte del grupo de trabajo.

- **Apoyo pedagógico**

Es verdaderamente el servicio como tal, pues consta de varias partes relevantes al proceso educativo en referencia a la enseñanza –aprendizaje, se detalla cada parte del proceso:

- **Película.-** Es la transmisión de una película importante del tema psicológico, para dar paso a la buena actitud de aprendizaje.

- **Asesoría psicológica.-** Es la parte donde un profesional en educación incentiva y motiva a los estudiantes sobre la importancia de la capacitación, con el fin de que después, el conocimiento sea recibido de la mejor manera por el elemento humano.
- **Contenido.-** El contenido, es la parte del servicio netamente importante, pues se refiere a la impartición de los temas, en el caso del Preuniversitario, el desarrollo de las tres lógicas tanto verbal como matemática y abstracta y en el caso de las nivelaciones, la temática de las diferentes asignaturas ofertadas.
- **Simuladores.-** La resolución de simuladores es un factor determinante dentro del proceso, pues corresponde a la temática entregada en modelos por parte de SENESCYT hacia los estudiantes del país a través de internet.
- **Evaluación.-** La evaluación de los contenidos y simuladores se verá plasmada y ejecutada en pruebas parecidas a las que el SENESCYT tomará a los estudiantes, se impartirá fotocopias para su ejecución.
- **Segunda facturación**

Se refiere a llenar la segunda factura o documento que acredita el pago del cliente referida al 50% restante.

4.5. Presupuesto técnico

4.5.1. Inversiones fijas

Tabla N° 49:

Presupuesto (Inversión Fija)

ACTIVOS	MEDIDA	CANT.	V.U.	VALOR TOTAL
MUEBLES DE OFICINA				12.995,00
Estación de Trabajo	un	4	500,00	2.000,00
Silla Giratoria	un	3	100,00	300,00
Silla Visita	un	15	50,00	750,00
Silla de Espera	un	2	250,00	500,00
Sillón Ejecutivo	un	1	200,00	200,00
Pupitres (mesa y silla)	par	100	75,00	7.500,00
Anaquelel Mixto	un	1	200,00	200,00
Archivador	un	2	175,00	350,00
Revistero	un	1	30,00	30,00
Papeleras Metálicas	un	4	20,00	80,00
Mesa para Cafetera y Botellón	un	1	150,00	150,00
Escritorio	un	5	175,00	875,00
Basurero Metálico	un	4	15,00	60,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN				17.400,00
Portátil	un	7	1.200,00	8.400,00
Computadora de escritorio	un	2	600,00	1.200,00
Proyector	un	5	1.500,00	7.500,00
Impresora	un	2	150,00	300,00
EQUIPO DE OFICINA				480,00
Teléfono Inalámbrico	un	1	105,00	105,00
Parlantes Computadora	par	3	15,00	45,00
Televisor	un	1	250,00	250,00
Calculadora	un	2	15,00	30,00
Cafetera	un	1	50,00	50,00
TOTAL				30.875,00

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

4.5.2. Inversiones diferidas

Tabla N° 50:

Presupuesto (Inversión Diferida)

CONCEPTO	VALOR
Estudios Pre operacionales	1.500,00
Gastos de Constitución	1.000,00
TOTAL	2.500,00

Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

4.5.3. Capital de trabajo

Los valores se estimaron para un periodo de 4 meses, tiempo en el cual el centro posea un nivel de estabilidad en este tipo de mercado.

Tabla N° 51:

Presupuesto (Capital de Trabajo)

DETALLE	CANT.	MEDIDA	V.U.	VALOR TOTAL
MATERIALES DE OFICINA				1.007,75
Perforadora	4	Un	5,00	20,00
Grapadora	4	Un	5,00	20,00
Saca grapas	4	Un	0,50	2,00
Grapas	3	Caja	0,95	2,85
Clips (Cajas)	4	Caja	0,25	1,00
Porta clips	4	Un	0,70	2,80
Resma de hojas	15	paquete	4,00	60,00
Pizarras de tiza Liquida	5	Un	100,00	500,00
Marcadores tiza Liquida	10	cajas	6,00	60,00
Carpetas	250	Un	0,25	62,50
Archiveros	50	Un	3,25	162,50
Agendas	11	Un	5,00	55,00
Notas adhesivas	2	paquete	3,00	6,00
Minas	2	Caja	2,50	5,00

Portaminas	1	Caja	25,00	25,00	
Pegamento en barra	2	Un	0,50	1,00	
Esfero	2	Caja	5,00	10,00	
Borrador	1	Caja	2,10	2,10	
Corrector	1	Caja	10,00	10,00	
MATERIALES DE ASEO					204,00
Papel higiénico	4	un	3,00	12,00	
Dispensador de papel higiénico	2	un	10,00	20,00	
Jabón líquido	2	un	3,00	6,00	
Dispensador de jabón líquido	2	un	10,00	20,00	
Toalla	3	un	3,00	9,00	
Pastillas W.C.	12	un	2,50	30,00	
Desinfectante	6	gal	4,50	27,00	
Trapeador	2	un	1,50	3,00	
Escoba	2	un	1,50	3,00	
Franela	2	mt	3,00	6,00	
Cepillo de baño	6	un	1,00	6,00	
Basurero baño	2	un	5,00	10,00	
Basurero plástico	5	un	10,00	50,00	
fundas de basura	4	un	0,50	2,00	
SERVICIOS BÁSICOS					2.200,00
Energía eléctrica				1.000,00	
Agua potable				800,00	
Teléfono				300,00	
Internet				100,00	
ARRIENDO					12.000,00
INDUMENTARIA DEL PERSONAL					26,00
Camiseta con logo institucional	4	un	6,50	26,00	
PUBLICIDAD					3.500,00

SUELDOS Y SALARIOS					21.600,00
Director	1	Persona	1.000,00	4.000,00	
Contador(a)	1	Persona	550,00	2.200,00	
Secretaria (o)	1	Persona	450,00	1.800,00	
Supervisor de Docentes	1	Persona	700,00	2.800,00	
Docentes	6	Persona	450,00	10.800,00	
Personal de Servicios Generales	1	Persona	400,00	1.600,00	
TOTAL					40.537,75

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

4.5.4. Inversión total del proyecto

Tabla N° 52:

Resumen de la inversión

DETALLE	VALOR
INVERSIONES FIJAS.	30.875,00
INVERSIONES DIFERIDAS	2.500,00
CAPITAL DE TRABAJO	40.537,75
TOTAL	73.912,75

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

CAPÍTULO V

5 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

5.1 Estado de situación financiera

Tabla N° 53:

Estado de situación financiera

"CENTRO DE APOYO PEDAGÓGICO GALILEO"			
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
AL 1° DE ENERO DEL 2015 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015			
ACTIVOS		PASIVOS	51.738,93
ACTIVO CORRIENTE	40.537,75	PASIVOS A LARGO PLAZO	
Bancos	40.537,75	Préstamo por pagar	51.738,93
ACTIVO FIJOS	30.875,00	PATRIMONIO	22.173,83
Muebles de		Capital Propio	22.173,83
Oficina	12.995,00		
Equipo de			
Computación	17.400,00		
Equipo de Oficina	480,00	TOTAL PASIVOS Y	
ACTIVO DIFERIDO	2.500,00	PATRIMONIO	73.912,75
Estudios Pre	1.500,00		
Operativos			
Gastos de	1.000,00		
Constitución			
TOTAL ACTIVOS	73.912,75		

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

5.2. Determinación de ingresos proyectados

Los ingresos proyectados, se determinaron tomando en cuenta el número de estudiantes que el “Centro de Apoyo Pedagógico Galileo”, tiene la capacidad de captar dentro de los 5

años de vida útil del proyecto, según el portafolio de servicios que el centro pretende ofertar al mercado; otro factor indispensable que hay que tomar en cuenta para proyectar los ingresos es el precio de los servicios; mostrados en las siguientes tablas:

Tabla N° 54:

Proyección de ingresos (Preuniversitario)

Año	Mercado a Captar	% Preuniversitario	N° de Estudiantes	Precio Curso	Ingresos Proyectados
2015	1.300	12,39%	161	200,00	32.219,02
2016	1.347		167	218,20	36.412,53
2017	1.395		173	238,05	41.151,33
2018	1.445		179	259,71	46.506,25
2019	1.497		185	283,33	52.557,32

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Tabla N° 55:

Proyección de ingresos (Nivelaciones - Matemática)

Materia		Matemática			
Año	Mercado a Captar	% Nivelación Matemática	N° de Estudiantes	Precio Curso	Ingresos Proyectados
2015	1.300	17,09%	222	125,00	27.775,02
2016	1.347		230	136,37	31.390,11
2017	1.395		238	148,78	35.475,28
2018	1.445		247	162,32	40.091,59
2019	1.497		256	177,08	45.308,03

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Tabla N° 56:**Proyección de ingresos (Nivelaciones – Inglés)**

Materia		Inglés			
Año	Mercado a Captar	% Nivelación Inglés	N° de Estudiantes	Precio Curso	Ingresos Proyectados
2015	1.300	12,82%	167	125,00	20.831,26
2016	1.347		173	136,37	23.542,59
2017	1.395		179	148,78	26.606,46
2018	1.445		185	162,32	30.068,69
2019	1.497		192	177,08	33.981,02

Elaborado por: la autora.

Año: 2014

Tabla N° 57:**Proyección de ingresos (Nivelaciones – Física)**

Materia		Física			
Año	Mercado a Captar	% Nivelación Física	N° de Estudiantes	Precio Curso	Ingresos Proyectados
2015	1.300	21,37%	278	125,00	34.718,77
2016	1.347		288	136,37	39.237,64
2017	1.395		298	148,78	44.344,11
2018	1.445		309	162,32	50.114,49
2019	1.497		320	177,08	56.635,04

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Tabla N° 58:**Proyección de ingresos (Nivelaciones – Química)**

Materia		Química			
Año	Mercado a Captar	% Nivelación Química	N° de Estudiantes	Precio Curso	Ingresos Proyectados
2015	1.300	19,66%	256	125,00	31.941,27
2016	1.347		265	136,37	36.098,63
2017	1.395		274	148,78	40.796,58
2018	1.445		284	162,32	46.105,33
2019	1.497		294	177,08	52.104,24

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Tabla N° 59:**Proyección de ingresos (Técnicas de Estudio)**

Año	Mercado a Captar	% Técnicas de Estudio	N° de Estudiantes	Precio Curso	Ingresos Proyectados
2015	1.300	16,67%	217	125,00	27.080,64
2016	1.347		224	136,37	30.605,36
2017	1.395		232	148,78	34.588,40
2018	1.445		241	162,32	39.089,30
2019	1.497		294	177,08	44.175,33

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Tabla N° 60:**Resumen de ingresos**

Año	Ingresos Proyectados
2015	174.565,97
2016	197.286,87
2017	222.962,16
2018	251.975,65
2019	284.760,97

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

5.3 Determinación de los egresos proyectados**5.3.1 Gastos operativos****1 Proyección de sueldos personal docente**

Para proyectar los sueldos del personal que trabaja en el área operativa hay que considerar la siguiente información; el número de docentes con los que contará el “Centro de Apoyo Pedagógico Galileo”; es de 6 docentes que trabajarán a medio tiempo, y 1 Supervisor Docente que será contratado a tiempo completo, para que dicte clases y supervise a los

docentes; además considerar el pago de beneficios de ley; los sueldos se proyectarán tomando en cuenta la tasa de crecimiento del sueldo básico ecuatoriano; y el número de trabajadores se proyectará con la tasa de crecimiento de oferta y demanda del proyecto siendo esta del (0,0319).

Tabla N° 61:

Series históricas sueldos y salarios

Año	Sueldo	Tasa de Crecimiento
2010	240,00	9,10%
2011	264,00	
2012	292,00	
2013	318,00	
2014	340,00	

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Tabla N° 62:

Resumen de remuneraciones área operativa

REMUNERACIONES					
Cargo	2015	2016	2017	2018	2019
Supervisor - Docentes	700,00	833,17	908,97	991,67	1.081,89
12 meses					
Subtotal Sueldo					
Supervisor Docente	8.400,00	9.998,00	10.907,62	11.900,00	12.982,67
Docentes	450,00	535,61	584,34	637,50	695,50
Número de Docentes	6	6	7	7	7
Sueldo Docentes	2.700,00	3.421,79	3.852,11	4.336,54	4.881,89
12 meses					
Subtotal Sueldo					
Docentes	32.400,00	41.061,50	46.225,29	52.038,47	58.582,71
VALOR ANUAL	40.800,00	51.059,50	57.132,91	63.938,47	71.565,37

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Tabla N° 63:**Resumen de beneficios sociales área operativa**

BENEFICIOS SOCIALES	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
Sueldos y Salarios	40.800,00	51.059,50	57.132,91	63.938,47	71.565,37
Aporte Patronal	4.957,20	6.203,73	6.941,65	7.768,52	8.695,19
Fondos de Reserva		4.253,26	4.759,17	5.326,07	5.961,40
13° Remuneración	3.400,00	4.254,96	4.761,08	5.328,21	5.963,78
14° Remuneración	340,00	340,00	340,00	340,00	340,00
# de Trabajadores	7	7	8	8	8
Total 14° Remuneración	2.380,00	2.512,13	2.581,37	2.652,82	2.726,55
TOTAL ÁREA OPERATIVA	51.537,20	68.283,57	76.176,18	85.014,10	94.912,29

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

2 Depreciación activos fijos área operativa

Los activos fijos que se utilizan en el área operativa son el 66,37% de los muebles de oficina, el 77,59% de los Equipos de Computación y el 9,38% de equipo de oficina.

Tabla N° 64:**Depreciación activos fijos (Área Operativa)**

DEPRECIACIÓN			
ACTIVO	COSTO INICIAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Muebles de Oficina	8.625,00	10	862,50
Equipo de Computación	13.500,00	3	4.500,00
Equipo de Oficina	45,00	10	4,50
TOTAL DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS ÁREA OPERATIVA			5.362,50

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

5.4 Gastos administrativos

5.4.1 Sueldos y beneficios sociales personal administrativo

El personal administrativo que conforma el centro de Apoyo Pedagógico, está conformado por 1 Director(a), 1 contador(a), 1 secretaria(o), y como personal de apoyo a todas las áreas que conforman el centro, 1 persona de servicios generales; la tasa de crecimiento que se tomó en cuenta para proyectar los sueldos del personal administrativo; es la tasa de crecimiento de sueldos básico ecuatoriano siendo esta del 9,10%.

Tabla N° 65:

Proyección sueldos personal administrativo

REMUNERACIONES						
CARGO	# Trabajadores	2015	2016	2017	2018	2019
Director	1,00	1.000,00	1.090,98	1.190,24	1.298,53	1.416,67
Contador(a)	1,00	550,00	600,04	654,63	714,19	779,17
Secretaria(o)	1,00	450,00	490,94	535,61	584,34	637,50
Personal de Servicios Generales	1,00	400,00	436,39	476,10	519,41	566,67
TOTAL MENSUAL	4,00	2.400,00	2.618,35	2.856,57	3.116,46	3.400,00
<i>12 meses</i>						
VALOR ANUAL		28.800,00	31.420,23	34.278,86	37.397,56	40.800,00

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Tabla N° 66:**Proyección beneficios sociales personal administrativo**

BENEFICIOS SOCIALES	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2018
Sueldos y Salarios	28.800,00	31.420,23	34.278,86	37.397,56	40.800,00
Aporte Patronal	3.499,20	3.817,56	4.164,88	4.543,80	4.957,20
Fondos de Reserva		2.617,31	2.855,43	3.115,22	3.398,64
13° Remuneración	2.400,00	2.618,35	2.856,57	3.116,46	3.400,00
14° Remuneración	325,38	362,57	404,01	450,19	501,64
4 trabajadores					
Total 14° Remuneración	1.301,50	1.450,26	1.616,03	1.800,74	2.006,57
TOTAL	36.000,70	41.923,71	45.771,77	49.973,78	54.562,41

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

5.4.2 Depreciación activos fijos área administrativa

En el caso de los activos pertenecientes al área administrativa del centro, ocupan el 33,63 % de Muebles de Oficina, el 22,41% de equipo de computación y el 90,63% de Equipo de oficina; por lo tanto, la depreciación que corresponde al área administrativa es la siguiente:

Tabla N° 67:**Depreciación activos fijos área administrativa**

DEPRECIACIÓN			
ACTIVO	COSTO INICIAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Muebles de Oficina	4.370,00	10	437,00
Equipo de Computación	3.900,00	3	1.300,00
Equipo de Oficina	435,00	10	43,50
TOTAL DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS ÁREA ADMINISTRATIVA			1.780,50

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

5.4.3. Resumen de egresos

Tabla N° 68:

Egresos proyectados

DETALLE	2015	2016	2017	2018	2019
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos Personal Administrativo	36.000,70	41.923,71	45.771,77	49.973,78	54.562,41
Servicios Básicos	6.600,00	6.600,00	6.600,00	6.600,00	6.600,00
Depreciación	1.780,50	1.780,50	1.780,50	2.113,83	2.113,83
Útiles de Oficina	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Arriendo	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
Amortización de Diferidos	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Materiales de Aseo	816,00	816,00	816,00	816,00	816,00
Reposición Indumentaria	26,00	26,00	26,00	26,00	26,00
Total Gastos Administrativos	77.523,20	83.446,21	87.294,27	91.829,62	96.418,24
GASTOS DE VENTAS					
Salarios Personal Docente	51.537,20	68.283,57	76.176,18	85.014,10	94.912,29
Depreciación	5.362,50	5.362,50	5.362,50	6.562,50	6.562,50
Publicidad	10.500,00	10.500,00	10.500,00	10.500,00	10.500,00
Subtotal Gastos De Ventas	67.399,70	84.146,07	92.038,68	102.076,60	111.974,79
Imprevistos	6.739,97	8.414,61	9.203,87	10.207,66	11.197,48
Total Gastos De Ventas	74.139,67	92.560,68	101.242,55	112.284,26	123.172,27
Gastos Financieros	5.383,42	4.740,24	3.340,84	2.135,54	788,09
Total Gastos Operacionales	157.046,29	180.747,13	191.877,66	206.249,42	220.378,60

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

5.5. Tabla de amortización

Tabla N° 69:

Amortización datos

INSTITUCIÓN FINANCIERA: Banco de Fomento			
MONTO EN USD	51.738,93		
TASA DE INTERÉS	11,20%	T. EFECTIVA	11,7932%
PLAZO	5 años		
GRACIA	0 años		
MONEDA	Dólares		
AMORTIZACIÓN CADA	30 días		
Número de períodos	60 para amortizar capital		

Tabla N° 70:

Amortización

N	SALDO	INTERÉS	CAPITAL	DIVIDENDO
0	51.738,93			
1	51.091,72	482,90	647,20	1.130,10
2	50.438,48	476,86	653,24	1.130,10
3	49.779,15	470,76	659,34	1.130,10
4	49.113,65	464,61	665,49	1.130,10
5	48.441,95	458,39	671,70	1.130,10
6	47.763,98	452,12	677,97	1.130,10
7	47.079,68	445,80	684,30	1.130,10

8	46.388,99	439,41	690,69	1.130,10			
9	45.691,86	432,96	697,13	1.130,10			
10	44.988,22	426,46	703,64	1.130,10			
11	44.278,01	419,89	710,21	1.130,10			
12	43.561,18	413,26	716,84	1.130,10	5.383,42	8.177,75	13.561,16
13	42.837,65	406,57	723,53	1.130,10			
14	42.107,37	399,82	730,28	1.130,10			
15	41.370,28	393,00	737,09	1.130,10			
16	40.626,30	386,12	743,97	1.130,10			
17	39.875,39	379,18	750,92	1.130,10			
18	39.117,46	372,17	757,93	1.130,10			
19	38.352,46	365,10	765,00	1.130,10			
20	37.580,32	357,96	772,14	1.130,10			
21	36.800,97	350,75	779,35	1.130,10			
22	36.014,35	343,48	786,62	1.130,10			
23	35.220,39	336,13	793,96	1.130,10			
24	34.419,01	328,72	801,37	1.130,10	4.740,24	9.951,02	14.691,26
25	33.610,16	321,24	808,85	1.130,10			
26	32.793,76	313,69	816,40	1.130,10			
27	31.969,73	306,08	824,02	1.130,10			
28	31.138,02	298,38	831,71	1.130,10			
29	30.298,55	290,62	839,48	1.130,10			
30	29.451,24	282,79	847,31	1.130,10			
31	28.596,02	274,88	855,22	1.130,10			
32	27.732,82	266,90	863,20	1.130,10			
33	26.861,56	258,84	871,26	1.130,10			
34	25.982,17	250,71	879,39	1.130,10			
35	25.094,57	242,50	887,60	1.130,10			
36	24.198,69	234,22	895,88	1.130,10	3.340,84	10.220,32	13.561,16
37	23.294,45	225,85	904,24	1.130,10			
38	22.381,77	217,41	912,68	1.130,10			
39	21.460,57	208,90	921,20	1.130,10			
40	20.530,77	200,30	929,80	1.130,10			
41	19.592,29	191,62	938,48	1.130,10			

42	18.645,06	182,86	947,24	1.130,10			
43	17.688,98	174,02	956,08	1.130,10			
44	16.723,98	165,10	965,00	1.130,10			
45	15.749,97	156,09	974,01	1.130,10			
46	14.766,88	147,00	983,10	1.130,10			
47	13.774,60	137,82	992,27	1.130,10			
48	12.773,07	128,56	1.001,53	1.130,10	2.135,54	11.425,62	13.561,16
49	11.762,19	119,22	1.010,88	1.130,10			
50	10.741,87	109,78	1.020,32	1.130,10			
51	9.712,03	100,26	1.029,84	1.130,10			
52	8.672,58	90,65	1.039,45	1.130,10			
53	7.623,43	80,94	1.049,15	1.130,10			
54	6.564,48	71,15	1.058,95	1.130,10			
55	5.495,65	61,27	1.068,83	1.130,10			
56	4.416,85	51,29	1.078,80	1.130,10			
57	3.327,98	41,22	1.088,87	1.130,10			
58	2.228,94	31,06	1.099,04	1.130,10			
59	1.119,65	20,80	1.109,29	1.130,10			
60	0,00	10,45	1.119,65	1.130,10	788,09	12.773,07	13.561,16

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

5.6. Estado de resultado proyectado

Tabla N° 71:

Estado de resultados

Detalle	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos Operacionales					
Ingresos por Servicios (Preuniversitario)	32.219,02	36.412,53	41.151,33	46.506,25	52.557,32
Ingresos por Servicios (Nivelaciones – Matemática)	27.775,02	31.390,11	35.475,28	40.091,59	45.308,03
Ingresos por Servicios (Nivelaciones - Inglés)	20.831,26	23.542,59	26.606,46	30.068,69	33.981,02
Ingresos por Servicios (Nivelaciones - Física)	34.718,77	39.237,64	44.344,11	50.114,49	56.635,04
Ingresos por Servicios (Nivelaciones - Química)	31.941,27	36.098,63	40.796,58	46.105,33	52.104,24
Subtotal Ingresos (Nivelaciones)	115.266,31	130.268,98	147.222,43	166.380,10	188.028,33
Ingresos Por Servicios (Técnicas de Estudio)	27.080,64	30.605,36	34.588,40	39.089,30	44.175,33
Total Ingresos Operacionales	174.565,97	197.286,87	222.962,16	251.975,65	284.760,97
Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	77.523,20	83.446,21	87.294,27	91.829,62	96.418,24
Gastos de Ventas	74.139,67	92.560,68	101.242,55	112.284,26	123.172,27
Gastos Financieros	5.383,42	4.740,24	3.340,84	2.135,54	788,09
Total Gastos Operacionales	157.046,29	180.747,13	191.877,66	206.249,42	220.378,60
Utilidad Operacional	17.519,68	16.539,74	31.084,50	45.726,24	64.382,37
(-)15% Participación Trabajadores	2.627,95	2.480,96	4.662,67	6.858,94	9.657,36
Utilidad Antes De Impuestos	14.891,73	14.058,77	26.421,82	38.867,30	54.725,02
Impuesto A La Renta	1.489,17	1.405,88	3.170,62	4.664,08	8.208,75
Utilidad o Pérdida Neta	13.402,56	12.652,90	23.251,21	34.203,22	46.516,26

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

5.7. Flujo de caja

Tabla N° 72:

Flujo de caja

AÑO	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD NETA		13.402,56	12.652,90	23.251,21	34.203,22	46.516,26
DEPRECIACIÓN		7.143,00	7.143,00	7.143,00	8.676,33	8.676,33
Amortización de Diferidos		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
INVERSIONES	73.912,75	0,00	0,00	0,00	4.600,00	0,00
FLUJO DE CAJA NETO	(73.912,75)	21.045,56	20.295,90	30.894,21	38.779,56	55.692,60

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

5.8. Evaluación financiera

5.8.1 Costo de oportunidad

El costo de Oportunidad, determina si la inversión del presente proyecto es atractiva.

Tabla N° 73:

Costo de oportunidad

CONCEPTO	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	22.173,83	30	4,98	149,40
Inversión Financiada	51.738,93	70	8,21	574,70
TOTAL	73.912,75			724,10

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

$$\text{Costo de Oportunidad} = \frac{\text{Total Valor Ponderado}}{100}$$

$\text{Costo de Oportunidad} = \frac{724,10}{100}$
--

Costo de Oportunidad = 7,24%

El 7,24% debe rendir el proyecto como rentabilidad mínima en condiciones óptimas.

5.9 Valor actual neto (VAN)

5.9.1 Determinación de la tasa de rendimiento medio

$T R M = CO + inf + rp$

T R M = Tasa de Rendimiento Medio

C O= Costo de Oportunidad

inf= Inflación

rp= riesgo país

$T R M = 7,24\% + 3,41\% + 5,5\%$

$T R M = 16,15\%$ Rentabilidad mínima del proyecto en condiciones normales.

5.9.2 Cálculo del VAN

El flujo de caja se actualizará con la tasa de rendimiento medio, lo cual permitirá el cálculo del VAN.

$$VAN = -I + \frac{FE1}{1+i} + \frac{FE2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FEn}{(1+i)^n}$$

Tabla N° 74:

Cálculo del VAN

AÑO	FLUJO DE CAJA NETO	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO (16,15%)
2015	21.045,56	18.119,29
2016	20.295,90	15.044,23
2017	30.894,21	19.716,03
2018	38.779,56	21.307,18
2019	55.692,60	26.345,19
TOTAL		100.531,92

Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

$VAN = \Sigma$ de los Flujos de Caja Actualizados – Inversión

$$VAN = 100.531,92 - 73.912,75$$

$$VAN = \$ 26.619,17$$

El Valor Actual Neto del proyecto es de **26.619,17 dólares** valor positivo mayor a cero; por lo tanto, respalda la rentabilidad del proyecto.

5.10. Tasa interna de retorno (T.I.R.)

$T.I.R. = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts}$
--

Tabla N°75:

TIR

AÑO	FLUJO DE CAJA NETO	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO (16,15%)	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO (30%)
2015	21.045,56	18.119,29	16.188,89
2016	20.295,90	15.044,23	12.009,41
2017	30.894,21	19.716,03	14.062,00
2018	38.779,56	21.307,18	13.577,80
2019	55.692,60	26.345,19	14.999,64
VAN		26.619,17	-3.075,02

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

$$\text{T.I.R.} = 16,15 + (30 - 16,15) \frac{26.619,17}{26.619,17 - (-3.075,02)}$$

$$\text{T.I.R.} = 16,15 + (13,85) \frac{26.619,17}{29.694,19}$$

$$\text{T.I.R.} = 30 * 0,8964$$

$$\text{T.I.R.} = 26,89\%$$

La Tasa Interna de Retorno del proyecto es 26,89%; valor que supera la tasa de descuento; por lo tanto, el proyecto resulta atractivo para invertir ya que posee condiciones de rentabilidad.

5.11. Costo – beneficio

Tabla N° 76:

Costo beneficio

AÑO	FLUJO DE CAJA NETO	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO (16,15%)
2014	21.045,56	18.119,29
2015	20.295,90	15.044,23
2016	30.894,21	19.716,03
2017	38.779,56	21.307,18
2018	55.692,60	26.345,19
TOTAL		100.531,92

Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

$$B/C = \frac{\Sigma \text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$B/C = \frac{100.531,92}{73.912,75}$$

B/C = 1,36 por cada dólar invertido gana 0,36 centavos.

5.12. Período de recuperación de la inversión

Tabla N°77:

Período de recuperación

AÑO	FLUJO DE CAJA NETO	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO	FLUJO DE CAJA ACUMULADO
2015	21.045,56	18.119,29	18.119,29
2016	20.295,90	15.044,23	33.163,52
2017	30.894,21	19.716,03	52.879,55
2018	38.779,56	21.307,18	74.186,73
2019	55.692,60	26.345,19	100.531,92

Elaborado por: la autora.
Año: 2014.

$$PRI = a + (I_i - FE_c)$$

FE_d

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

I_i = Inversión Inicial

FE_c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

FE_d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

$$PRI = 3 + \frac{21.033,20}{21.307,18}$$

$$PRI = 3,98$$

La inversión inicial del proyecto, se recuperará en 3 años, 11 meses; es decir, que el negocio es rentable.

5.13 Punto de equilibrio

La fórmula que se utilizó para el cálculo del punto de equilibrio es la siguiente:

$$Pv \cdot Q = GF + GV$$

GF = Gastos Fijos

P.V. = Precio Venta

G.V. = Gastos Variables

Cursos de Nivelación y Técnicas de Estudio

$$125,00 \cdot Q = 157.046,29$$

$$Q = \frac{157.046,29}{125,00}$$

Q = 1.256 estudiantes

Preuniversitario:

$$200,00 \cdot Q = 157.046,29$$

$$Q = \frac{157.046,29}{200,00}$$

Q = 785 estudiantes

El punto de Equilibrio, indica que el centro en el caso de Cursos de Nivelación y Técnicas de Estudio necesita captar 1.256 estudiantes por cada servicio y para el servicio de Preuniversitario necesita captar a 785 estudiantes; para comenzar a recuperar los activos fijos y gastos fijos.

CAPÍTULO VI

6 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1 La empresa

6.1.1 Nombre o razón social

El nombre del Centro de Apoyo Pedagógico, tuvo algunas connotaciones importantes y fue determinado de acuerdo a la más profunda realidad educativa y las actividades a las que se dedicará, por tal razón es de carácter original, atractivo, llamativo y sobre todo impactará en la gente.

“CENTRO DE APOYO PEDAGÓGICO GALILEO”

6.1.2 Conformación jurídica

El Centro de Apoyo Pedagógico Galileo “CAPG”, se constituye como una persona natural dedicada a actividades educativas en referencia a nivelaciones, capacitaciones, apoyados en técnicas de estudio eficientes; enfocados en el desarrollo de la lógica como medio efectivo de aprendizaje, ejerciendo derechos y obligaciones de acuerdo con la ley.

1 Permisos municipales

Los permisos municipales necesarios para el funcionamiento del Centro, son tomados de la página web del Ilustre Municipio de Ibarra, registrados en la Dirección Financiera en el área de Servicio de Rentas Municipales, de los cuales los pertinentes, se detallan a continuación:

- **Inscripción en el registro de actividades económicas para personas naturales**

Requisitos

- Copia del RUC.
- Copia de la cédula y certificado de votación.
- Nombre completo del dueño de casa donde funciona la actividad económica, este requisito es usado para identificar el predio donde funciona la actividad económica.

- **Pago de patente municipal personas naturales**

Requisitos

- Copia de la declaración de Impuesto a la Renta para quienes estén obligados a declarar.
- Copia de la declaración de impuesto al IVA de hasta 3 meses anteriores para quienes sus ingresos no superan la fracción básica del pago de impuesto.
- Copia del RUC para quienes se acogen al RISE.

- **Obligaciones tributarias posteriores al registro de la actividad**

Requisitos

- Realizar mensualmente la declaración del IVA.
- Realizar la declaración del Impuesto a la Renta si sus ingresos superan la fracción básica.
- Declarar y pagar cada año el impuesto a la patente municipal con la presentación de la Declaración de IVA de hasta 3 meses anteriores, o la declaración del Impuesto a la Renta en caso de estar obligado.

- Informar en esta oficina si la actividad cambia de domicilio, cambia de propietario o se liquida, la falta de información ocasiona que tenga que pagar el impuesto a la patente hasta cuando informe la liquidación o cierre de la actividad económica.

- **Permiso del cuerpo de bomberos**

- **Permiso de funcionamiento**

Es un documento que avala el funcionamiento de los centros comerciales, locales de comida, pequeños negocios, industrias, centros de tolerancia, bares y discotecas, entre otros, luego de haber realizado la inspección debida, garantizando el funcionamiento, verificando todas las medidas de seguridad.

- **Registro Único del Contribuyente (RUC)**

- Requisitos para la Inscripción de Personas Naturales.
- Identificación del contribuyente (C.I. y certificado de votación, original y copia).
- Original y copia de un documento que indique la dirección del lugar en el que realizará la actividad, pueden estar o no a su nombre.

6.1.3 La misión

Formar estudiantes con criterio propio y alto contenido de conocimiento con valores, enfocados en el razonamiento lógico como base de la enseñanza y la correcta capacitación de las diversas áreas de aprendizaje.

6.1.4 La visión

En cinco años, ser una empresa con infraestructura propia y alto nivel administrativo con personal responsable, que posea el espíritu empresarial en beneficio de la entidad y de la ciudadanía de Ibarra.

6.1.5 Políticas

➤ Académicas

- Investigación aplicada y emprendimiento enfocados en la consecución de acciones.
- Desarrollo de investigación con espíritu emprendedor.
- Docentes capacitados permanentemente y profesionales de excelencia.
- Flexibilidad curricular.
- Emprendimiento en la lógica verbal, matemática y abstracta.
- Incentivos académicos para profesores.
- Espacios de confrontación de los estudiantes respecto al emprendimiento.

➤ Servicio

- Efectividad en la divulgación del servicio.
- Servicios a la medida de las necesidades de los clientes y usuarios.
- Eficiencia en procesos administrativos.
- Gestión del conocimiento: documentación, registro del servicio, sistematización de la experiencia del equipo.
- Flexibilidad.
- Política clara sobre emprendimiento.
- Rapidez de respuesta en el desarrollo de los servicios.

- Efectividad del servicio.

➤ **Metodológica**

- Continuidad y constancia en el desarrollo de los procesos de los servicios que brinda el Centro de Apoyo Pedagógico.
- Especialización de los roles y funciones.
- Personalización del servicio.
- Flexibilidad, disposición dinámica.
- Políticas constructivistas de aprendizaje.
- Metodología basada en la tecnología.

6.1.6 Valores

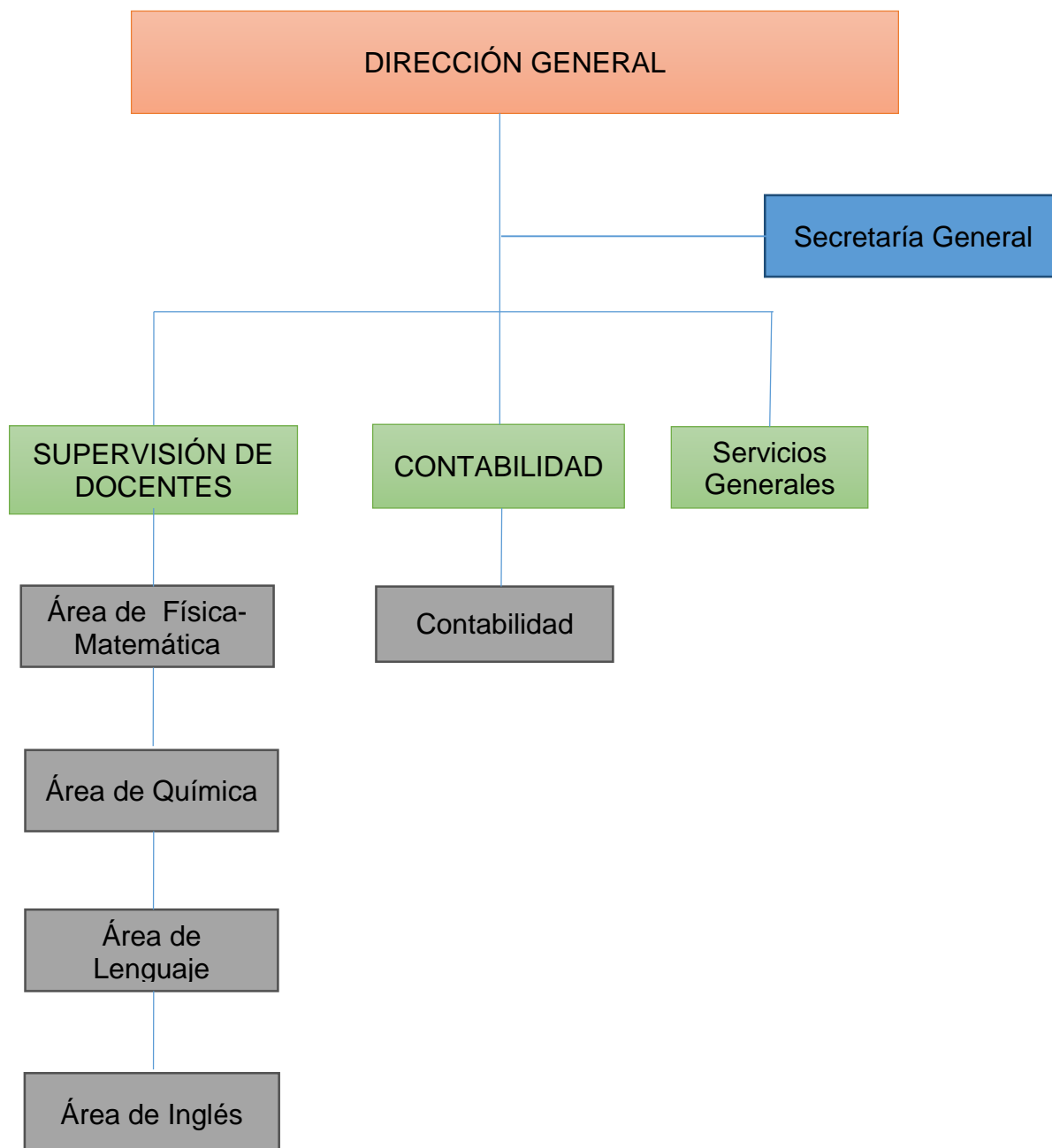
Los principales valores que el Centro de Apoyo Pedagógico Galileo debe tener son:

- Puntualidad.
- Respeto.
- Honestidad.
- Amistad.
- Aprendizaje.
- Justicia y otros más.

6.1.7 Estructura orgánica

Ilustración N° 5:

Estructura orgánica



Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

6.1.8 Orgánico funcional

Tabla N° 78:

Dirección general

ÁREA	Dirección General
PUESTO	Director General
DEPENDENCIAS	Supervisión de Docentes Área Administrativa Secretaría
OBJETIVO	Administrar adecuadamente los recursos y procesos, requeridos para desarrollar las actividades de manera eficiente.
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Administrar eficientemente los recursos institucionales, que permita a sus colaboradores desarrollar efectivamente las tareas y actividades asignadas 2. Responder el funcionamiento e imagen institucional. 3. Definir políticas generales y específicas del Centro de Apoyo Pedagógico. 4. Supervisar las funciones de cada una de las áreas y departamentos que está compuesto el Centro. 5. Velar por el bienestar de los colaboradores. 6. Generar alianzas estratégicas con instituciones del sector educativo. 7. Aprobar presupuestos de los diferentes departamentos o secciones de la empresa. 8. Supervisar el cumplimiento de planes, programas y proyectos institucionales 9. Investigar fuentes de financiación, desarrollando planes a corto, mediano y largo plazo en caso de ser necesario. 10. Buscar nuevos mercados y clientes objetivos. 	

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Tabla N° 79:**Contabilidad**

ÁREA	Contabilidad
PUESTO	Contador
REPORTA A:	Director General
OBJETIVO	Llevar la contabilidad del Centro de Apoyo, de una manera eficiente, registrando todas las actividades monetarias, consolidando la información contable y financiera para la correcta toma de decisiones.
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Presentar balances contables y estados financieros en forma oportuna. 2. Asegurar el cumplimiento de las obligaciones financieras de la institución. 3. Asesorar al Director General en temas de carácter económico y financiero. 4. Cumplir con las obligaciones de carácter tributario, de acuerdo a la normativa laboral vigente. 5. Administrar eficientemente las cuentas por cobrar y por pagar 6. Preparar y presentar informes financieros y otros análisis económicos requeridos por las autoridades. 7. Aplicar el control interno previo y concurrente sobre los compromisos, gastos y desembolsos que realiza la empresa. 8. Mantener un control sobre la actualización de los archivos contables. 9. Realizar conciliaciones bancarias. 10. Mantener el control contable de los inventarios y activos fijos de la empresa. 11. Elaborar roles de pagos. 12. Participar en la elaboración del presupuesto anual. 13. Cotizar la compra de materiales, equipos en condiciones de calidad y precio. 14. Elaborar indicadores financieros. 	

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Tabla N° 80:**Supervisión docente**

ÁREA	Supervisión docente
PUESTO	Supervisor de Docentes
DEPENDENCIAS	Área de Física - Matemática Área de Química Área de Lenguaje Área de Inglés
REPORTA A:	Director General
OBJETIVO	Controlar y supervisar el normal desarrollo de las actividades de docencia y calidad del servicio.
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar el Plan Operativo Anual. 2. Designar a los docentes según el cronograma preestablecido. 3. Supervisar y controlar el cumplimiento de los planes de trabajo de los docentes. 4. Informar al Director sobre la ejecución de las actividades relacionadas con el área académica del Centro de Apoyo Pedagógico. 5. Seguimiento de los requerimientos de los clientes. 6. Promover la incorporación de nuevas propuestas académicas. 7. Fortalecer los procesos académicos, aplicando y evaluando los modelos pedagógicos, fortaleciendo las áreas académicas constituidas. 	

Elaborado por: la autora.

Año: 2013.

Tabla N° 81:**Docente**

ÁREA	Área de Física - Matemática Área de Química Área de Lenguaje Área de Inglés
PUESTO	Docente
REPORTA A:	Supervisor de docentes
OBJETIVO	Ejecutar labores de enseñanza proporcionando una guía efectiva, para mejor comprensión de los estudiantes.
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificar los contenidos que se va a impartir en clase y evaluar el aprendizaje de los estudiantes. 2. Entregar a los estudiantes el plan de trabajo de su asignatura, indicando los objetivos, logros e indicadores, las actividades, las evaluaciones y demás asuntos pertinentes a su clase 3. Estimular la participación, el desarrollo autónomo, la crítica constructiva en el desarrollo del conocimiento, procurando que el estudiante "aprenda a aprender" y articule los conocimientos teórico - prácticos. 4. Participar, de manera activa, en el Plan de Desarrollo Institucional. 5. Manejar las situaciones y los problemas propios de su trabajo, con criterios éticos e imparciales. 6. Entregar informes de avances de actividades, materia y cumplimiento de objetivos. 	

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Tabla N° 82:

Secretaría

ÁREA	Secretaría.
PUESTO	Secretaria.
REPORTA A:	Director General
OBJETIVO	Ejecutar actividades pertinentes al área de secretaría y asistir a todas las áreas precientes al centro, aplicando técnicas secretariales, a fin de lograr un eficaz y eficiente desempeño acorde con los objetivos de la institución.
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Atención al cliente. 2. Recepción de llamadas telefónicas provenientes de clientes o proveedores. 3. Recibe y envía correspondencia. 4. Actualizar la agenda del Director. 5. Tomar mensajes y transmitirlos. 6. Brindar ayuda pertinente a todas las instancias pertenecientes al centro. 7. Mantener actualizado los archivos de la empresa. 8. Llevar actualizados registros de clientes y proveedores. 9. Proporcionar información a clientes potenciales y demás personas interesadas en el servicio de Apoyo pedagógico 	

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

Tabla N° 83:**Servicios generales**

ÁREA	Servicios Generales
PUESTO	Conserje.
OBJETIVO	Ejecutar labores de limpieza y mantenimiento de todas las instalaciones.
FUNCIONES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar diariamente el aseo de todas las instalaciones del centro, a fin de que permitan la realización de las actividades en un ambiente salubre. 2. Optimizar los recursos disponibles en la ejecución de las actividades de aseo, limpieza y mantenimiento. 3. Responsable de hacer firmar a los miembros de la institución, convocatorias, circulares, memorándums, entre otros. 4. Notificar inmediatamente por escrito sobre novedades de daños existentes en el sistema eléctrico, de agua y demás instalaciones. 5. Contribuir en la entrega de mensajes dentro y fuera de la Institución. 	

Elaborado por: la autora.

Año: 2014.

CAPÍTULO VII

7 ESTUDIO DE IMPACTOS

7.1 Análisis de impactos

Para la interpretación de los impactos, se ha creído conveniente la realización de una tabla cuantificada de impactos expresada de la siguiente manera:

Tabla N°84:

Rango de calificación por impacto.

NIVEL DE IMPACTO	
-3	Alto negativo
-2	Medio negativo
-1	Bajo negativo
0	No existe impacto
1	Bajo Positivo
2	Medio Positivo
3	Alto Positivo

Fuente: Texto Proyectos, Tesis y Marco Lógico.

Elaborado por: la autora

Para la determinación del nivel impacto, necesariamente se requiere la utilización de la siguiente ecuación:

$$NI = \frac{\sum}{ni}$$

NI = Nivel de impacto educativo.

\sum = Sumatoria.

ni = Número de indicadores.

7.1.1. Impacto social

Tabla N°85:

Impacto social

Indicador	Niveles						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Nivel de vida de las personas.					X		
Relación con otras empresas.							X
Servicio social a la ciudadanía.							X
Expectativas del proyecto.					X		
Empoderamiento de empleo.						X	
Total					2	2	6

Elaborado por: la autora.

a) Ecuación

$$NI = \frac{\sum}{ni}$$

$$NI = \frac{10}{5}$$

$$NI = 2$$

NI = Impacto medio positivo.

Análisis

- El nivel de vida de las personas depende de varias causas, sin embargo la creación de un Centro de Apoyo Pedagógico aporta de gran manera, elevando la comodidad, ya que el conocimiento y la preparación siempre van en beneficio de las personas subiendo así, a un grado superior la calidad de vida de los individuos y nivel social.
- La relación entre empresas es de vital importancia, ya que un buen servicio, en referencia a los conocimientos entregados por parte de buenos profesionales de una empresa hacia sus estudiantes, genera labor social en beneficio de la comunidad educativa.

- El servicio que brindará el Centro de Apoyo Pedagógico, será directamente proporcional al grado de necesidad de las personas por adquirir un servicio eficaz, en referencia a la adquisición de conocimientos de los estudiantes; por tal motivo, se espera un impacto altamente positivo.
- La expectativa social que generará el proyecto es muy importante, ya que las personas como conglomerado social esperan una empresa que verdaderamente aporte con eficiencia y eficacia en la realización de sus servicios.
- La familia como núcleo de la sociedad es la principal beneficiada con la creación de un Centro Académico que brinde servicios de conocimiento y apoyo pedagógico, las familias como células de la sociedad y por su grado de responsabilidad buscará un sustento para su convivir diario, razón por lo cual encontrará en esta empresa fuentes de empleo.

7.1.2 Impacto ambiental

Tabla N°86:

Impacto ambiental.

Indicador	Niveles							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Contaminación de ruido.								X
Desechos.								X
Polución de sustancias nocivas.						X		
Contaminación del entorno.						X		
Total						4	6	

Elaborado por: la autora.

b) Ecuación

$$NI = \frac{\sum}{ni}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 3$$

NI = Impacto alto positivo.

Análisis

- La propuesta asume siempre un rol en beneficio de la naturaleza y su entorno; en tal virtud, se dice que el ruido enferma, por tal razón, en el proceso de creación y de ejecución del Centro de Apoyo Pedagógico no se espera un nivel ni siquiera mínimo de contaminación de ruido, en consecuencia existe un alto impacto positivo.
- La proposición, por ser de carácter netamente de relación oferta- demanda, generará en el momento de la producción desechos solo en su fase de publicidad, pues se realizará hojas volantes y prácticamente este sería el único tipo de desecho que afectaría a la sociedad como tal, que por supuesto serán degradados por procesos de cuidado y desalojo de basura, por tal motivo se espera un alto impacto positivo.
- La polución de sustancias nocivas no se encuentra dentro de los parámetros de la proposición; por tanto, no generará niveles mínimos de toxicidad, es pertinente mencionar que por excelencia la propuesta es de carácter natural, por lo que se espera un impacto positivo.
- El proyecto de creación de un Centro de Apoyo Pedagógico se encuentra en función del cuidado de la naturaleza; por tal motivo, el principal objetivo es preservar el medio ambiente, el planteamiento es netamente ecológico, en consecuencia no puede salirse de esta realidad y se espera un impacto positivo.

7.1.3 Impacto económico

Tabla N°87:

Impacto económico.

Indicador	Niveles						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Costos adecuados.							X
Generación de empleo.							X
Generación de impuestos para el estado.						X	
Capacidad de inversión.					X		
Total					1	2	6

Elaborado por: la autora.

c) Ecuación

$$NI = \frac{\sum}{ni}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2$$

NI = Impacto medio positivo.

Análisis

- El desarrollo del proyecto apunta directamente a abaratar precios en referencia del servicio ofertado de cursos de capacitación con la finalidad de entrar en el mercado de forma efectiva y sustentada, por lo que la principal beneficiada será la comunidad educativa de la ciudad de Ibarra y por tanto se prevé un impacto altamente positivo.
- La filosofía de la creación de todo negocio o empresa, es la generación de empleo para todas aquellas personas que necesitan, pues es una meta clave en la realización del proyecto; por tanto, se espera un impacto altamente positivo.

- Las divisas, en forma de impuestos para el Ecuador y el sustento económico para la empresa datan que existe un punto de equilibrio entre la oferta y demanda, tal situación es beneficiosa para la oferta, consecuentemente se prevé un impacto positivo.
- La capacidad de inversión, también está dentro de los parámetros del desarrollo del proyecto; por tal razón, se requiere en un segundo nivel la participación de inversionistas para la consolidación de la propuesta, lo cual beneficiará a todas aquellas personas interesadas en el proyecto y su visión hacia el futuro, entonces se espera un impacto bajo positivo.

7.1.4 Impacto educativo

Tabla N°88:

Impacto educativo

Indicador	Niveles						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de convenios						x	
Construcción de conocimientos							x
Capacitaciones de calidad							x
Mejoramiento en el razonamiento lógico							x
Total						2	9

Elaborado por: la autora.

d) Ecuación

$$NI = \frac{\sum}{ni}$$

$$NI = \frac{11}{4}$$

$$NI = 3$$

NI = Impacto alto positivo.

Análisis

- Los convenios con otras empresas son importantes para la sustentación de flujos de efectivo, pues generarán réditos económicos sostenidos para el Centro de Apoyo Pedagógico, es importante mencionar que la relación de negocios es determinante en el proceso; por tal motivo, se espera la realización en el futuro de convenios con instituciones educativas de la ciudad de Ibarra pertinentes en beneficio bilateral.
- La construcción de conocimientos por parte de los estudiantes que lleguen al Centro Académico es de vital importancia, pues es la base sobre el cual se sienta la propuesta y sentido común de la generación de los réditos económicos para la empresa; por tal razón, se espera un impacto altamente positivo.
- Las capacitaciones en las diferentes materias como son principalmente: matemática, física y química necesariamente como política de la creación de la empresa debe ser de calidad; por tanto, se prevé un impacto positivo muy alto, ya que la base de la propuesta a pesar de ser netamente un estudio de factibilidad no se puede desligar de este criterio.
- Uno de los parámetros educativos que se espera que la propuesta brinde, es precisamente el desarrollo de la lógica y el razonamiento, este criterio está presente en todo el sentido del proyecto y apunta a elevar las expectativas por parte de los clientes del Centro Académico.

7.1.5. Impacto general

Tabla N°89:

Impacto general.

Indicador	Niveles						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Social.						x	
Ambiental.							x
Educativo							x
Económico.				x			
Total				0		2	6

Elaborado por: la autora.

a) Ecuación

$$NI = \frac{\sum}{ni}$$

$$NI = \frac{8}{4}$$

$$NI = 2$$

NI = Impacto medio positivo.

Análisis

- El grado social que las empresas y particularmente las personas inmersas a ellas se eleva notoriamente debido al trabajo cooperativo y la relación oferta - demanda, entre empresas consumidoras de servicios y ofertantes, en sí sería la integración real de la comunidad empresarial; por tal motivo, se prevé un impacto positivo aceptable.
- El nivel de impacto en relación al medio ambiente es aceptable, ya que no perjudica a la naturaleza, sino más bien el estudio aporta con formas alternativas de cuidado del entorno.

- En el aspecto económico, el desarrollo del proyecto apunta directamente a abaratar precios, con lo que se generará fuentes de empleo, a la vez que los impuestos serán recolectados por el estado; por tanto, en lo económico se espera un notable impacto positivo en beneficio de la comunidad educativa.
- En consecuencia, por todos los puntos relevantes antes mencionados, se espera que exista un impacto medianamente positivo.

CONCLUSIONES

- Es importante concluir que la educación en bachillerato de los colegios de la ciudad de Ibarra, no ha reforzado en lo referente a la lógica y las técnicas de estudio necesarias, para el buen desenvolvimiento de los estudiantes previo la entrada a las Universidades del país; por tal motivo, el diagnóstico del trabajo fue de carácter relevante. Es concluyente también la idea que el Marco Teórico como sustento científico, permitió edificar las bases del trabajo de investigación, reforzando las ideas y ampliando los juicios de valor.
- Mediante el correcto estudio de mercado, se determinó que la oferta no logra satisfacer en su totalidad el servicio exigido por la demanda, lo cual es pertinente concluir que existe oportunidad de mercado para el proyecto.
- Se concluye, que la viabilidad del proyecto encaja en la realidad, ya que mediante este estudio se determinó la realidad en recursos, talento humano y más material que hará posible la creación del Centro de Apoyo Pedagógico.
- Es fácil concluir, que la factibilidad de creación del Centro de Apoyo Pedagógico es pertinente y viable, ya que los resultados cuantificados, así lo manifiestan en referencia a que la recuperación es pertinente y las ganancias en un determinado plazo también de forma eficiente y eficaz.
- El diseño y organización será un elemento clave para el funcionamiento adecuado del Centro de Apoyo Pedagógico, pues solo de esta forma se prevé un impacto positivo a favor del ambiente, la economía y la educación de los discentes de la ciudad de Ibarra.

RECOMENDACIONES

- Basada en el correcto diagnóstico, de los diversos factores educativos que aquejan a los jóvenes que cursan el Bachillerato en los colegios de la ciudad de Ibarra, es recomendable implantar el presente proyecto, teniendo en cuenta parámetros de desarrollo de la lógica y metodologías acertadas en la enseñanza actual.
- Se recomienda también, utilizar un contexto teórico pertinente, inherente a la factibilidad de la creación del Centro, sentando bases explícitas para la realización y sustento del trabajo.
- Se recomienda, basarse en las tendencias de mercado en referencia al servicio educativo que las empresas dedicadas a esta actividad ofrecen, pues es importante conocer las necesidades de los demandantes en el contexto real, evitando conjeturas y centrándose en juicios de valor.
- Se recomienda a los gestores del proyecto dar un servicio efectivo, basado en la tecnología e infraestructura adecuada para el efecto, esto es recomendado en función de la efectividad y calidad del servicio brindado.
- Como los resultados cuantificados en referencia al estudio financiero manifiestan la factibilidad de la creación de un Centro de Apoyo Pedagógico, se recomienda a los interesados implantar la empresa con los parámetros especificados, ya que es pertinente y los datos así lo manifiestan.

- Es recomendable la organización dentro de la empresa, solo de esta manera los impactos serán positivos en beneficio del Centro y las personas de la comunidad educativa.

BIBLIOGRAFÍA

ANAYA, J. (2011), *Logística integral, la gestión operativa de la empresa*. Madrid-España: Cuarta edición ESIC Editorial.

BACA, G. (2013), *Evaluación de Proyectos*. México: Mc. Graw-Hill.

BRUN, X., ELVIRA, O., & PUIG, X. (2009), *Matemática Financiera y estadística básica*. Madrid-España: Printed.

BURBANO, & Ruiz, J. (2011), *Un enfoque de direccionamiento estratégico, gestión y control de recursos*. México: Offset Santiago S.A.

CORREA, E., DÉNIZ, J., & PALAZUELOS, A. (2009), *América latina y desarrollo económico*. Madrid-España: AKAL.

DÍAZ, J. (2010), *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogotá- Colombia: Ediciones de la U.

GOLDSTEIN, L. (2008), *Conceptos Clave en Filosofía*. Valencia - España: Guada Impresores.

LÓPEZ, F. (2009), *La Cuenta de Resultados, cómo analizarla y gestionarla*. Barcelona - España: Talleres Gráficos Vigor.

MADRID, A. (2009), *Tendencias Administrativas*. Medellín-Colombia: Plataforma de Aprendizaje virtual.

MURCIA, J., PIRAQUIVE, F., MEDELLÍN, V., & ORTEGA, J. (2009), *Proyectos, formulación y criterios de evaluación*. Bogotá - Colombia: Alfaomega.

PEREZ, N. (2009), *Costes para la dirección de empresas*. Madrid - España: Servei de publicacions.

ROSALES. (2010), *Elemento de Micro Economía*. Costa Rica: EUNED.

SENESCYT. (2012), *PROYECTO EDUCATIVO - CURRICULAR DEL CURSO DE NIVELACIÓN DEL SNNA*.

LINKOGRAFÍA

ADMIN. (s.f). blog-emprendedor. Recuperado el 30 de Mayo de 2013, de <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>

ADMIN. (s.f). blog-emprendedor. Recuperado el 30 de Mayo de 2013, de <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>

ARIZA, E. (21 de Marzo de 2010). Obtenido de <http://es.slideshare.net/?ss>

ARIZA, E. (22 de marzo de 2010). Obtenido de <http://www.slideshare.net/Ednamar0120/estudio-de-factibilidad-de-un-proyecto-3505481>

CARRERO, J. (2009). mercadodeconsumo. Obtenido de <http://mercadodeconsumo.blogspot.com/>

CET. (7 de julio de 2010). Obtenido de <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-flujo-de-caja-y-su-importancia-en-la-toma-de-decisiones>

COPYRIGTH. (2009). economia48. Recuperado el 14 de Junio de 2013, de <http://www.economia48.com/spa/d/producto/producto.htm>

DECONCEPTOS. (s.f). deconceptos.com. Obtenido de <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/empresa-de-servicio>

DICCIONARIO, F. (2013). definicionabc. Recuperado el 07 de Octubre de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/consumidor.php>

EQUIPOUVM. (5 de Agosto de 2011). Obtenido de <http://es.slideshare.net/equipouvm2011/8-clase-tecnicas-de-estudio>

ECONOMÍAWS. (2009). www.economia.ws. Obtenido de <http://www.economia.ws/equilibrio-oferta-demanda.php>

EDNAMAR. (21 de Marzo de 2010). slideshare. Recuperado el 27 de Mayo de 2013, de <http://www.slideshare.net/Ednamar0120/estudio-de-factibilidad-de-un-proyecto-3505481>

EDNAR. (21 de Marzo de 2010). slideshare. Recuperado el 27 de Mayo de 2013, de <http://www.slideshare.net/Ednamar0120/estudio-de-factibilidad-de-un-proyecto-3505481>

ENCICLOPEDIA, F. (s.f). www.encyclopediainanciera.com. Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/finanzas-corporativas/tasa-interna-de-retorno.htm>

FERNANDO. (07 de 04 de 2009). admluisfernand. Recuperado el 01 de Julio de 2013, de <http://admluisfernando.blogspot.com/2009/07/iv-estudio-financiero.html>

García, B. (s.f). slideshare. Recuperado el 03 de Julio de 2013, de http://www.slideshare.net/blanca_garcia/analisis-de-la-demanda

LEE, S. (s.f). Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/factores-influyen-oferta-demanda-info_454378/

LÓPEZ, C. (s.f). Obtenido de <http://www.alammi.info/2congreso/memorias/Documentos/martes/crearuncentro.pdf>

MADERA, U. (18 de Febrero de 2011). Obtenido de <http://www.slideshare.net/urielmadera/definicin-de-empresa>

MALDONADO, C. (s.f). reto. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://retos.ups.edu.ec/documents/1999140/2025183/Art6.pdf>

MEDINA, F. (s.f). monografias. Recuperado el 28 de Junio de 2013, de <http://www.monografias.com/trabajos34/teoria-precios/teoria-precios.shtml>

MINISTERIO. (2014). Bachillerato General Unificado. Obtenido de <http://educacion.gob.ec/bachillerato-general-unificado/>

NAITO, R. (2010). Obtenido de http://www.cofide.com.pe/tabla_negocios/17/finanzas/pdf/manejo_de_flujo_de_caja-roberto_naito.pdf

OVALLE, J. (5 de Mayo de 2013). *wikipedia*. Recuperado el 14 de Junio de 2013, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Consumidor>

PASANED. (10 de Febrero de 2011). *mejormarketing.blogspot.com*. Obtenido de <http://mejormarketing.blogspot.com/2011/02/definicion-de-servicio.html>

SANTANDER, R. (06 de Junio de 2007). *merk2meta*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2013, de <http://merk2meta.blogspot.com/2007/06/mercado-meta.html>

TERRAZAS, R. (10 de septiembre de 2013). *divinortv.blogspot.com*. Obtenido de <http://divinortv.blogspot.com/2013/09/costo-de-capital-o-tasa-minima.html>

THEFREEDICTIONARY. (2013). *es*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://es.thefreedictionary.com/precio>

THOMPSON, I. (Diciembre de 2009). Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercado/concepto-de-mercado.html>

TORRES, L. (2013). *slideshare*. Recuperado el 28 de Junio de 2013, de <http://www.slideshare.net/luisedutorres/mercados-y-precios-3711320>

VARGAS, L. (21 de enero de 2013). *blogs.gestion.pe*. Obtenido de <http://blogs.gestion.pe/marcasymentes/2013/01/6-factores-que-influyen-el-com.html>

VINAROS. (29 de Abril de 2013). Obtenido de <http://asambleavinaros.wordpress.com/2013/04/29/mercado-primario-y-mercado-secundario/>

WORDPRESS. (2013). *definicion.de/producto*. Recuperado el 14 de Junio de 2013, de <http://definicion.de/producto/>

ANEXOS

ANEXO 1 ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO DEL CENTRO ACADÉMICO DEL CONOCIMIENTO EN LA CIUDAD DE IBARRA



ENTREVISTA DIRIGIDA AL PROPIETARIO DEL CENTRO ACADÉMICO DEL CONOCIMIENTO EN LA CIUDAD DE IBARRA

El objetivo de la entrevista es conocer el grado de aceptación para la creación de un Centro de Apoyo Pedagógico en la ciudad de Ibarra.

- ¿Cómo empezó su negocio?
- ¿Qué requisitos necesitó para la creación de su Centro?
- ¿Cuántos profesores tienen el Centro y que nivel profesional poseen?
- ¿Cuál es el mercado objetivo de su actividad?
- ¿Cuáles son las falencias más importantes que usted ha detectado en sus estudiantes en referencia a su aprendizaje?
- ¿Cuáles son los precios promedio con los que operan?
- ¿A cuántos estudiantes de bachillerato atienden en promedio mensualmente?
- ¿Posee usted algún tipo de convenio con instituciones?
- ¿Cuál fue la inversión que realizó para la creación del Centro?

**ANEXO 2 ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PADRES DE FAMILIA DE LOS COLEGIOS
PERTENECIENTES A LA CIUDAD DE IBARRA**



**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PADRES DE FAMILIA DE LOS COLEGIOS
PERTENECIENTES A LA CIUDAD DE IBARRA**

El objetivo de la encuesta es conocer el grado de aceptación, para la creación de un Centro de Apoyo Pedagógico en la Ciudad de Ibarra

1. ¿Sabe usted los beneficios que brinda un Centro de Apoyo Pedagógico?

Si () No ()

2. En una escala del 1 al 6, donde 6 es "muy interesante" y 1 es "nada interesante" ¿Considera interesante e importante la creación de un Centro de Apoyo Pedagógico en la Ciudad de Ibarra?

6() 5() 4() 3() 2() 1()

3. ¿Cuál de los siguientes aspectos le atraen del servicio que presta un Centro Académico?

Clases personalizadas () Profesional Calificado ()

Eficiencia () Puntualidad ()

Calidad del servicio () Variedad de servicios ()

Precio ()

4. ¿Le interesaría a usted contratar los servicios de un Centro de Apoyo Pedagógico para elevar el nivel académico de sus hijos?

Mucho () Poco () Nada ()

5. ¿Cuál modalidad de servicio, preferiría que sus hijos seleccionen?

Aulas Virtuales ()

Centro de Asistencia ()

6. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información sobre este servicio?

Internet () Prensa Escrita () Televisión () Radio ()

7. ¿Cuál de los siguientes servicios a ofertarle gustaría a usted contratar para mejorar el nivel académico de su hijo?

PREUNIVERSITARIO

Pruebas del SENESCYT ()

NIVELACIONES

Matemática () Física () Inglés () Química ()

TÉCNICAS DE ESTUDIO ()

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el Servicio de Apoyo Pedagógico?

PREUNIVERSITARIO

Pruebas del SENESCYT:

\$ 150-\$200()

\$ 250-\$300()

\$350-400()

NIVELACIONES

Matemática \$125() \$ 150 () \$175() \$200()

Física \$125() \$ 150 () \$175() \$200()

Inglés \$125() \$ 150 () \$175() \$200()

Química \$125() \$ 150 () \$175() \$200()

TÉCNICAS DE ESTUDIO

\$125() \$ 150 () \$175() \$200()

9. ¿En qué Horario podrían sus hijos asistir al Centro de Apoyo Pedagógico?

Mañana: 7 am – 9am () 9am – 11am ()

Tarde: 3 pm – 5pm () 5 pm – 7 pm ()

10. Cuántas veces a la semana desearía usted que sus hijos asistan al Centro de Apoyo Pedagógico?

1 vez ()

2 veces ()

3 veces ()

11. ¿Dónde considera usted que debería ubicarse las instalaciones de un Centro de Apoyo Pedagógico?

Ciudadela ()

Centro de la ciudad ()

“Gracias por su Colaboración”

ANEXO 3 ENCUESTA DIRIGIDA A EMPRESAS DEDICADAS A ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y NIVELACIÓN EN LA CIUDAD DE IBARRA



ENCUESTA DIRIGIDA A EMPRESAS DEDICADAS A ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y NIVELACIÓN EN LA CIUDAD DE IBARRA

El objetivo de la encuesta, es conocer el grado de influencia de las empresas dedicadas a actividades de enseñanza y nivelación en la ciudad de Ibarra.

1. ¿Qué tipo de servicios de enseñanza oferta?

Preuniversitario () Nivelaciones ()
Técnicas de Estudio () Cursos ()

2. ¿Cuántos estudiantes en promedio asisten actualmente a su centro de estudios?

1-100 () 100- 150 () 150-200 ()
250-300 () 300- 500 () más de 500 ()

3. ¿Cuántas veces por semana asisten los estudiantes a su centro de estudios?

1 vez () 2 veces () 3 veces ()
4 veces () 5 veces () más de 5 veces ()

4. ¿Cuál es el precio promedio de sus servicios?

Hora \$3- \$5 () \$5- \$7 () \$7-\$9 ()
Curso \$200-\$300 () \$300-\$500 () \$500-\$700 ()