



## **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

### **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE INGLÉS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”.

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad  
y Auditoría CPA.

**AUTOR(A):**

Vásquez Pita María José

**DIRECTOR(A):**

Arciniegas Calderón Ana Isabel Msc.

Ibarra, 2018

## RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo de investigación tuvo como fin evaluar la factibilidad de la creación de un centro de inglés en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura. Como resultado de la investigación se determinó que la ejecución de esta idea de negocio se justifica debido a las necesidades educativas de los estudiantes de escuelas, colegios y universidades. Actualmente, en la ciudad de Atuntaqui no existe la oferta de clases de inglés, y los centros de idiomas que se encuentran en las ciudades de Ibarra y Otavalo no alcanzan a cubrir la demanda existente, por lo que desde este punto de vista el proyecto se muestra como una oportunidad de inversión. Se desarrolló un marco teórico en el cual se fundamentó conceptualmente los términos generales, contables, financieros, administrativos y específicos, con el fin de facilitar la comprensión de conceptos necesarios para el desarrollo del proyecto. En el aspecto técnico se estableció la ubicación idónea para el centro de idiomas, en donde se determinó el talento humano necesario, infraestructura, servicios básicos y seguridad; así también se fijó la inversión total que se requiere para poner en marcha el proyecto. Desde el punto de vista financiero el proyecto resulta rentable, ya que el costo de oportunidad es de 8.68%, el cual supera la tasa de interés pasiva que pagan las instituciones financieras en inversiones a plazo fijo que es del 4,5%; además la tasa de rendimiento medio es del 45%, la tasa interna de retorno que es del 45%; el VAN calculado fue de \$21.259.68, siendo superior a cero; asimismo se espera recuperar la inversión en dos años, seis meses y cinco días, demostrando que el proyecto es financieramente factible.

Finalmente, se evaluaron los posibles impactos que ocasionará la implementación del proyecto en el ámbito social, económico y ambiental, obteniendo resultados favorables para la ejecución del mismo.

### ABSTRACT

The goal of this research was to analyze the feasibility for the creation of an English center in Atuntaqui city, in the province of Imbabura. It was determined that the implementation of this business is justified due to educational needs in the students of different academic institutions. In the cities of Atuntaqui, Ibarra and Otavalo the language centers do not cover the current market demand. In the theoretical framework, accounting, financial, administrative, and specific terms, were based conceptually, with the goal of facilitating the understanding of necessary concepts for the project development. Regarding the technical aspects the right location for the language center was established, where the necessary human resources, infrastructure, basic services as well as security were determined to predispose the amount of money required for the project. From the financial point of view, the project is profitable, as the cost of opportunity is 8,68%, exceeding the passive interest rate paid by financial institutions for long term fixed rate investments, which is 4,5%; moreover, the average return is 45% which is less than the 45% of the Internal Rate of Return. The NPV (Net Present Value) was \$21.259,68, being higher than zero; the investment is expected to be recovered within two years, four months, and two days, demonstrating that the project is financially feasible.

The possible impacts produced by the implementation of the project were evaluated considering social, economic and environmental areas, with positive results.

Victor Rodriguez  
Rdz



**AUTORÍA**

Yo, MARÍA JOSÉ VÁSQUEZ PITA, portadora de cédula de ciudadanía Nro. 100362682-5, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito, "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE INGLÉS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA", es de mi autoría y que no ha sido previamente presentado para ningún otro fin de orden académico o profesional y que los resultados de la investigación y sus respectivas fuentes bibliográficas se detallan en el presente documento.

*Maria José Vásquez Pita*

Maria José Vásquez Pita

100362682-5

**CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado, Srta. **María José Vásquez Pita**, para optar por el título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría, CPA, cuyo tema es "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE INGLÉS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA", considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se dirige

Dado en la ciudad de Ibarra, a los 26 días del mes de Marzo del 2019.



MSC. ANA ISABEL ARCINIÉGAS CALDERÓN  
100145806-4  
DIRECTORA



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

Yo, MARÍA JOSÉ VÁSQUEZ PITA, con cédula de ciudadanía Nro. 100363682-5, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5, y 6 en calidad de autor de trabajo de grado denominado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE INGLÉS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA" que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniero 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 autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En consideración suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, 26 de Marzo del 2019

*Maria José Vasquez Pita*  
.....  
MARÍA JOSÉ VÁSQUEZ PITA  
1003626825



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**  
**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100362682-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	VÁSQUEZ PITA MARÍA JOSÉ		
DIRECCIÓN:	GERMÁN MARTÍNEZ Y AV. LUIS LEORO FRANCO SN		
EMAIL:	<a href="mailto:majovapi95@hotmail.com">majovapi95@hotmail.com</a>		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0982155892
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE INGLÉS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA".		
AUTOR (ES):	VÁSQUEZ PITA MARÍA JOSÉ		
FECHA: DD/MM/AAAA	26/03/2019		
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/>	PREGRADO	<input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA		
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. ANA ISABEL ARCINIEGAS CALDERÓN		

**2. CONSTANCIAS**

El autor (es) manifiesta (n) 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 (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 26 días del mes de Marzo del 2019.

**EL AUTOR:**

*María José Vásquez Pita*  
 María José Vásquez Pita

**DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis padres en reconocimiento a su dedicación, quienes con ternura y paciencia me han guiado en el proceso de formación profesional.

Especialmente a mi madre, quien me ha acompañado con su cariñosa presencia brindándome su amor constante y enseñándome la oportunidad de ser una mejor persona siempre.

A mis hermanas Monserrate y Valeria quienes me han acompañado a lo largo de todo este tiempo con su cariñoso apoyo y amistad.

María José.



## **AGRADECIMIENTO**

Este trabajo de grado se hizo posible por el apoyo y aliento de las siguientes personas:

Mi familia que se manifiesta con amor todos los días de tantas maneras.

Cristian, quien me acompañó con cariño en el desarrollo de mi etapa universitaria, especialmente por brindarme su comprensión y ayuda más allá de sus posibilidades.

Roberto, quien me brindó su apoyo constante, cuyas ideas y colaboración han sido indispensables para la elaboración de este trabajo.

Mi directora de tesis, cuya guía ha dado forma a cada uno de mis pasos en el desarrollo de este trabajo con su aporte y paciencia.

Mis profesores de la Escuela de Contabilidad y Auditoría de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, por su afecto y conocimiento que me inspiró en este trabajo.

Mis compañeros, quienes me ofrecieron su amistad y complicidad en los cinco años de estudio.

Mi querida Universidad Técnica del Norte a quien debo mi formación académica y profesional.

Gracias a todos.

## **PRESENTACIÓN**

En el capítulo I se realizó el diagnóstico situacional, mediante la recolección de información; los datos obtenidos fueron analizados con el fin de conocer las condiciones favorables o perjudiciales para la implementación de un centro de inglés en la ciudad.

En el capítulo II se desarrolló la fundamentación conceptual para facilitar la comprensión de los términos generales, contables, financieros, administrativos y específicos, con el fin de sustentar la investigación dando relevancia al avance de la misma en base a conceptos ya establecidos en libros.

Dentro del capítulo III, se realizó el estudio de mercado, analizando la oferta y demanda; las cuales permitieron determinar la demanda insatisfecha e identificar el mercado potencial.

En el capítulo IV, se plasmó un estudio técnico el cual permitió determinar el tamaño del proyecto, la macro y micro localización, el inventario, los muebles y enseres, el talento humano, suministros de oficina, el capital de trabajo y el financiamiento para implementar en centro de estudios.

En el capítulo V, se estudió diferentes indicadores financieros como el valor presente neto, la tasa interna de retorno, periodo de recuperación de la inversión, para determinar si el proyecto es rentable; de igual manera se realizó las proyecciones de los ingresos y gastos.

En el capítulo VI, se elaboró la misión, visión, objetivos empresariales, valores, políticas, manual de funciones para cada puesto de trabajo.

En el capítulo VII, se realizó un análisis de los impactos que generará la implementación del proyecto, en el área económica, social y ambiental con el fin de establecer el impacto general que ocasionará la ejecución de este.

## ÍNDICE GENERAL

Contenido	
RESUMEN EJECUTIVO .....	II
DEDICATORIA .....	VIII
AGRADECIMIENTO.....	IX
PRESENTACIÓN.....	X
ÍNDICE GENERAL.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS .....	XXII
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XXIV
NOMBRE DEL PROYECTO.....	1
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	1
Objetivo general .....	1
Objetivos específicos .....	1
CAPÍTULO I.....	3
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	3
1.1. Antecedentes .....	3
1.2 Oportunidad de inversión.....	5
1.3 Justificación.....	5
1.4 Objetivos del diagnóstico.....	6
1.4.1 Objetivo general .....	6

1.4.2 Actividades a realizar .....	6
1.5 Variables diagnósticas.....	7
1.5.1 Variables .....	7
1.6 Indicadores .....	7
1.7 Matriz de relación diagnóstica .....	9
1.8 Análisis de la matriz de relación diagnóstica.....	10
1.9 Técnicas de investigación .....	10
1.9.1 Información secundaria.....	10
1.10 Análisis de las variables diagnósticas .....	10
1.10.1 Perspectiva geográfica .....	11
1.10.2 Aspectos demográficos .....	11
1.10.3 Información histórica .....	14
1.11 Construcción de la matriz AOOR (aliados, oponentes, oportunidades y riesgos).....	17
1.12 Cruces Estratégicos .....	18
1.12.1 Aliados- Oponentes.....	18
CAPÍTULO II .....	22
2. MARCO TEÓRICO.....	22
2.1 Introducción .....	22
2.2 Objetivo.....	22
2.3 Bases Teóricas y Científicas .....	22

2.4 Términos Generales .....	22
2.4.1 Empresa.....	23
2.4.2 Clasificación de la empresa.....	24
2.4.3. Administración.....	26
2.4.4 Proceso administrativo .....	27
2.4.5 Estudio de factibilidad.....	27
2.4.6 Proyecto.....	28
2.4.7 Tamaño del proyecto.....	28
2.4.8 Localización del proyecto .....	29
2.4.9 Planificación.....	30
2.4.10 Misión .....	30
2.4.11 Visión .....	31
2.4.12 Objetivos .....	31
2.4.13 Valores .....	32
2.4.14 Estrategias .....	33
2.4.15 Innovación.....	33
2.4.16 Mercado.....	34
2.4.17 Demanda .....	35
2.4.18 Oferta.....	35
2.4.19 Producto .....	36

2.4.20 Precio.....	37
2.4.21 Plaza .....	38
2.4.22 Promoción .....	38
2.4.23 Estructura organizacional.....	39
2.4.24 Organigrama.....	39
2.4.25 Manual de funciones .....	40
2.5 Términos Específicos .....	41
2.5.1 Aprendizaje .....	41
2.5.2 Proceso enseñanza-aprendizaje .....	42
2.5.3 Técnicas de evaluación .....	42
2.5.4 Destrezas lingüísticas del idioma inglés .....	43
2.5.5 Destrezas productivas o activas: .....	43
2.5.6 Destrezas receptoras o pasivas: .....	44
2.5.7 Educación .....	44
2.6 Términos Técnicos .....	45
2.6.1 Estados Financieros.....	45
2.6.2 Estado de situación financiera.....	46
2.6.3 Estado de resultados .....	47
2.6.4 Estado de flujo de caja .....	48
2.6.5 Estado de cambios en el patrimonio.....	49

2.6.6 Criterios de evaluación financiera.....	49
2.6.6.1 Costo beneficio.....	49
2.6.6.2 Periodo de recuperación de la inversión .....	50
2.6.6.3 Tasa interna de retorno.....	50
2.6.6.4 Valor presente neto .....	51
2.6.7 Impactos .....	52
2.6.7.1 Social.....	52
2.6.7.2 Ambiental.....	53
2.6.8. Estructura .....	54
2.6.8.1 Macro entorno .....	54
2.6.8.2 Micro entorno.....	54
CAPÍTULO III.....	56
3. ESTUDIO DE MERCADO .....	56
3.1 Introducción .....	56
3.2 Objetivos del Estudio de Mercado .....	56
3.2.1 Objetivo General .....	56
3.2.2 Objetivos Específicos.....	57
3.3. Variables e indicadores .....	57
3.4 Matriz de análisis del estudio de mercado .....	58
3.5. Segmentación del mercado .....	59

3.5.1 Variables de segmentación.....	59
3.5.2 Mercado meta.....	60
3.6 Cálculo de la muestra.....	60
3.6.1 Fórmula de la muestra.....	61
3.7. Técnicas e instrumentos de investigación.....	62
3.8. Información primaria.....	62
3.9. Tabulación y análisis de la información.....	65
3.10. Demanda.....	79
3.10.1 Proyección de la demanda.....	80
3.11. Oferta.....	81
3.11.1 Proyección de la Oferta.....	81
3.12. Balance Oferta - Demanda.....	82
3.13. Producto.....	83
3.14. Precio.....	83
3.14.1 Análisis de Precios.....	83
3.14.2 Fijación de Precios.....	84
3.14.3 Sensibilidad de la investigación.....	84
3.15. Plaza.....	85
3.16. Promoción.....	85
3.17. Publicidad.....	86



3.18. Conclusiones del estudio de mercado .....	86
CAPÍTULO IV .....	88
4. ESTUDIO TÉCNICO .....	88
4.1 Introducción .....	88
4.2. Objetivo general .....	88
4.2.1 Objetivos específicos .....	88
4.3 Localización del proyecto .....	89
4.3.1 Macro localización .....	89
4.3.2 Micro localización.....	90
4.4 Tamaño del proyecto.....	93
4.4.1 Factores determinantes del tamaño del proyecto .....	93
4.5 Descripción técnica del proceso productivo.....	98
4.5.1 Proceso Contrato- pago .....	100
4.5.2 Proceso Enseñanza-Aprendizaje .....	103
4.6 Gastos administrativos .....	106
4.7 Inversión de activos fijos .....	109
CAPÍTULO V .....	115
5. ESTUDIO FINANCIERO .....	115
5.1 Introducción .....	115
5.2. Objetivos .....	115

5.2.1 Objetivo general .....	115
5.2.2 Objetivos específicos .....	115
5.3 Determinación de ingresos proyectados.....	116
5.4 Determinación de egresos .....	118
5.5. Depreciación de Activos .....	121
5.5.1 Depreciación del equipo de computación .....	122
5.5.2 Depreciación de muebles y enseres.....	122
5.6. Gastos financieros .....	123
5.7. Resumen de costos y gastos .....	125
5.8. Estados proforma .....	126
5.8.1 Estado de situación inicial.....	127
5.8.2. Estado de resultados proyectado .....	128
5.8.3. Estado de flujo de efectivo.....	128
5.9. Evaluación financiera.....	129
5.9.1 Costo de oportunidad .....	129
5.9.2 Valor actual neto .....	130
5.9.3 Tasa interna de retorno.....	131
5.9.4 Relación costo-beneficio .....	132
5.9.5 Periodo de recuperación de la inversión .....	133
5.9.6 Tasa de rendimiento promedio.....	134

5.9.7 Punto de equilibrio .....	135
5.10. Tablero integral de comandos .....	135
5.11. Oportunidad de negocio .....	136
CAPÍTULO VI.....	137
6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	137
6.1 Introducción .....	137
6.2. Objetivos .....	137
6.2.1 Objetivo general .....	137
6.2.2 Objetivos específicos .....	137
6.3 Denominación de la microempresa .....	138
6.4 Logotipo y slogan.....	138
6.5 Misión .....	139
6.6 Visión .....	139
6.7 Objetivos organizacionales .....	139
6.8 Valores corporativos .....	140
6.9 Principios.....	140
6.10 Políticas empresariales .....	141
6.10.1 Políticas para la entidad .....	141
6.10.1 Políticas para el personal.....	141
6.10.2 Políticas para los clientes .....	142

6.10.3 Políticas para los proveedores .....	142
6.11 Estructura organizacional.....	143
6.11.1 Organigrama estructural.....	143
6.11.2 Organigrama funcional.....	143
6.12. Niveles administrativos.....	144
6.12.1 Nivel directivo.....	145
6.12.2 Nivel administrativo.....	145
6.12.3 Nivel operativo.....	145
6.13 Funciones y competencias del personal .....	145
6.14 Documentos habilitantes para el funcionamiento de la empresa .....	150
CAPÍTULO VII .....	152
7. IMPACTOS.....	152
7.1 Introducción .....	152
7.2 Objetivos .....	152
7.2.1 Objetivo general .....	152
7.3 Matriz de valoración de impactos .....	153
7.4 Impacto económico .....	153
7.5 Impacto social .....	154
7.6 Impacto ambiental.....	155
7.7 Impacto general.....	156

CONCLUSIONES .....	158
RECOMENDACIONES .....	160
BIBLIOGRAFÍA.....	162
Anexo 1 .....	167
Anexo 2 .....	170
Anexo 3 .....	171
Anexo 4 .....	173
Anexo 5 .....	174
Anexo 6 .....	175
Anexo 7 .....	176
Anexo 8 .....	177

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: VARIABLES E INDICADORES DE DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	8
TABLA N° 2: MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA .....	9
TABLA N° 3: DISTRIBUCIÓN POBLACIONAL CANTÓN ANTONIO ANTE .....	12
TABLA N° 4: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA CANTÓN ANTONIO ANTE .....	12
TABLA N° 5: PRINCIPALES ACTIVIDADES DE INGRESOS .....	13
TABLA N° 6: TASA DE CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN DE ANTONIO ANTE .....	14
TABLA N° 7 MATRIZ AOR .....	17
TABLA N° 8: VARIABLES E INDICADORES DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	57
TABLA N° 9: MATRIZ DE ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	58
TABLA N° 10: SEGMENTACIÓN DE MERCADO .....	59
TABLA N° 11: CÁLCULO DE LA MUESTRA .....	61
TABLA N° 12: DEMANDA POTENCIAL DEL SERVICIO .....	80
TABLA N° 13: DEMANDA PROYECTADA .....	80
TABLA N° 14: OFERTA REAL DEL SERVICIO .....	81
TABLA N° 15: OFERTA PROYECTADA .....	82
TABLA N° 16: DEMANDA INSATISFECHA .....	82
TABLA N° 17: PRECIOS DE LA OFERTA LOCAL .....	83
TABLA N° 18: PROMEDIO DE INFLACIÓN .....	84
TABLA N° 19: PRECIO PROYECTADO .....	85
TABLA N° 20: FACTOR DE LOCALIZACIÓN .....	91
TABLA N° 21: MICRO LOCALIZACIÓN .....	92
TABLA N° 22: PRINCIPALES PROVEEDORES .....	94
TABLA N° 23: INSTITUCIONES FINANCIERAS UBICADAS EN ATUNTAQUI .....	94
TABLA N° 24 INSTITUCIONES FINANCIERAS LOCALES .....	95
TABLA N° 25: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA .....	96
TABLA N° 26: SIMBOLOGÍA DEL FLUJOGRAMA .....	99
TABLA N° 27: DISPONIBILIDAD DE TALENTO HUMANO .....	106
TABLA N° 28: COSTO ANUAL SUELDO MÁS BENEFICIOS SOCIALES DEL ADMINISTRADOR .....	106
TABLA N° 29: COSTO ANUAL SUELDOS MÁS BENEFICIOS SOCIALES DE LA SECRETARÍA .....	106
TABLA N° 30: COSTO ANUAL SUELDOS MÁS BENEFICIOS SOCIALES DOCENTES (3) .....	107
TABLA N° 31: RESUMEN GASTOS TALENTO HUMANO .....	107
TABLA N° 32: COSTO ANUAL CONTADOR .....	107
TABLA N° 33: SUMINISTROS DE OFICINA .....	108
TABLA N° 34: SERVICIOS BÁSICOS .....	108
TABLA N° 35: GASTO ARRIENDO .....	109
TABLA N° 36: INVENTARIO (LIBROS) .....	109
TABLA N° 37: MUEBLES Y ENSERES .....	110
TABLA N° 38: EQUIPO DE COMPUTACIÓN .....	110
TABLA N° 39: GASTOS DE CONSTITUCIÓN .....	111
TABLA N° 40: GASTOS DE PUBLICIDAD .....	111
TABLA N° 41: INVERSIÓN VARIABLE .....	112
TABLA N° 42: CAPITAL DE TRABAJO .....	113
TABLA N° 43: DEMANDA INSATISFECHA .....	114
TABLA N° 44: COMPOSICIÓN DEL CAPITAL .....	114
TABLA N° 45: PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS DE UN AÑO .....	116
TABLA N° 46: PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS 5 AÑOS DEL PROYECTO .....	117
TABLA N° 47: PROMEDIO DE LA INFLACIÓN .....	118

TABLA N° 48: PROYECCIÓN DEL INVENTARIO.....	119
TABLA N° 49: PROYECCIÓN DE LA MANO DE OBRA .....	119
TABLA N° 50: ÍNDICE DE INCREMENTO SALARIO BÁSICO UNIFICADO.....	120
TABLA N° 51: PROYECCIÓN DE CIF Y GASTOS .....	120
TABLA N° 52: VALOR DE LOS ACTIVOS.....	121
TABLA N° 53: DATOS PARA REALIZAR LOS CÁLCULOS DE DEPRECIACIÓN:.....	121
TABLA N° 54: DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN (ADMINISTRATIVO) .....	122
TABLA N° 55: DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN (LABORATORIO).....	122
TABLA N° 56: DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES .....	123
TABLA N° 57: INFORMACIÓN DEL CRÉDITO .....	123
TABLA N° 58: AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO .....	124
TABLA N° 59: RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS.....	126
TABLA N° 60: ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL .....	127
TABLA N° 61: ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO .....	128
TABLA N° 62: ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO .....	129
TABLA N° 63: COSTO DE OPORTUNIDAD .....	129
TABLA N° 64: FLUJOS NETOS DE EFECTIVO.....	130
TABLA N° 65: CÁLCULO DEL VAN .....	131
TABLA N° 66: CÁLCULO TASA INTERNA DE RETORNO .....	132
TABLA N° 67: CRITERIOS TASA INTERNA DE RETORNO .....	132
TABLA N° 68: RELACIÓN COSTO-BENEFICIO .....	133
TABLA N° 69: CÁLCULO DEL TIEMPO DE RECUPERACIÓN .....	134
TABLA N° 70: PUNTO DE EQUILIBRIO .....	135
TABLA N° 71: RESUMEN INDICADORES FINANCIEROS .....	136
TABLA N° 72: MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS.....	153
TABLA N° 73: MATRIZ DE VALORACIÓN IMPACTO ECONÓMICO.....	153
TABLA N° 74: MATRIZ DE VALORACIÓN IMPACTO SOCIAL .....	154
TABLA N° 75: MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL.....	156
TABLA N° 76: MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTO GENERAL .....	156

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN.....	11
ILUSTRACIÓN 2: AUTO IDENTIFICACIÓN SEGÚN SU CULTURA Y COSTUMBRE POR CANTÓN Y SEXO.....	16
ILUSTRACIÓN 3: BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS.....	22
ILUSTRACIÓN 4: TÉRMINOS GENERALES.....	22
ILUSTRACIÓN 5: TÉRMINOS ESPECÍFICOS.....	41
ILUSTRACIÓN 6: TÉRMINOS TÉCNICOS.....	45
ILUSTRACIÓN 7: CONOCIMIENTO DE EXISTENCIA DE ACADEMIAS A NIVEL LOCAL.....	65
ILUSTRACIÓN 8: IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO.....	66
ILUSTRACIÓN 9: CONOCIMIENTO DEL BENEFICIO DEL DOMINIO DEL INGLÉS.....	67
ILUSTRACIÓN 10: NECESIDAD DE CONTRATAR CLASES DE INGLÉS.....	68
ILUSTRACIÓN 11: NIVEL DE INGRESOS POR HOGAR.....	69
ILUSTRACIÓN 12: GRADO DE ACEPTACIÓN DE LA PROPUESTA.....	70
ILUSTRACIÓN 13: TIPOS DE CURSOS DE INGLÉS.....	71
ILUSTRACIÓN 14: NIVELES A CONTRATAR.....	72
ILUSTRACIÓN 15: OFERTA EN LA ZONA.....	73
ILUSTRACIÓN 16: PREFERENCIA AL MOMENTO DE CONTRATAR CLASES DE INGLÉS.....	74
ILUSTRACIÓN 17: DISPOSICIÓN DE PAGO POR NIVEL DE INGLÉS.....	75
ILUSTRACIÓN 18: PREFERENCIA EN LAS FORMAS DE PAGO.....	76
ILUSTRACIÓN 19: UBICACIÓN DEL CENTRO DE IDIOMAS.....	77
ILUSTRACIÓN 20: PREFERENCIA DE RECEPCIÓN DE INFORMACIÓN PROMOCIONAL Y PUBLICITARIA.....	78
ILUSTRACIÓN 21: MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	89
ILUSTRACIÓN 22: MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	92
ILUSTRACIÓN 23: INFRAESTRUCTURA INTERNA DEL PROYECTO.....	97
ILUSTRACIÓN 24: FLUJOGRAMA DEL PROCESO CONTRATO-PAGO.....	102
ILUSTRACIÓN 25: FLUJOGRAMA DEL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.....	105
ILUSTRACIÓN 26: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	143
ILUSTRACIÓN 27: ORGANIGRAMA FUNCIONAL.....	143
ILUSTRACIÓN 28: NIVELES ADMINISTRATIVOS.....	144
ILUSTRACIÓN 29: FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR.....	146
ILUSTRACIÓN 30: FUNCIONES DEL CONTADOR.....	147
ILUSTRACIÓN 31: FUNCIONES DE LA SECRETARIA.....	148
ILUSTRACIÓN 32: FUNCIONES DE LOS DOCENTES.....	149



## **NOMBRE DEL PROYECTO**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE INGLÉS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **Objetivo general**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de estudios de inglés en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, mediante el análisis de mercado, un estudio técnico, financiero y organizacional con el propósito de evidenciar si el proyecto es realizable.

### **Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico y análisis situacional de la ciudad de Atuntaqui mediante un estudio sectorial, con la finalidad de determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que el proyecto de creación de un centro de inglés involucra.
- Diseñar el marco teórico a través de la revisión bibliográfica para conceptualizar los principales términos que se utilizarán en el desarrollo del proyecto y de esta manera facilitar su conocimiento.
- Realizar un estudio de mercado mediante el análisis de variables como la oferta, demanda, producto, precio, plaza, promoción, con el fin de establecer la existencia de demanda insatisfecha y las características de mercado de centros de enseñanza del idioma inglés en la ciudad de Atuntaqui.

- Realizar un estudio técnico a través del uso de instrumentos de investigación que permitan cuantificar la inversión inicial que requiere la implementación de un centro de enseñanza del idioma inglés en la ciudad de Atuntaqui.
- Elaborar un estudio financiero a través del uso de indicadores como la tasa de rendimiento medio, tasa interna de retorno, valor presente neto, periodo de recuperación de la inversión, costo beneficio, entre otros, que permitan evidenciar la viabilidad económica del proyecto.
- Realizar una propuesta de estructura organizacional mediante la creación de un manual de funciones, organigrama estructural y funcional con la finalidad de asignar responsabilidades de manera clara que permitan el correcto funcionamiento de la empresa.
- Determinar los impactos que generará el proyecto a través del uso de herramientas de proyección que permitan impulsar los efectos positivos y disminuir los efectos negativos en cuanto a los aspectos socio-económicos, empresariales, educativos, ambientales, que pudieran generarse de la implementación del proyecto.

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1. Antecedentes

Antonio Ante es un cantón localizado en la provincia de Imbabura. Su cabecera cantonal es la ciudad de Atuntaqui, que cuenta con una población de 23.299 hab según el censo realizado por el INEC en el año 2010; goza de un clima agradable de 17°C; tiene una superficie de 79km<sup>2</sup>; densidad de 456,36 hab/km<sup>2</sup>; a pesar de ser el cantón más pequeño de la provincia es un territorio privilegiado apto para diferentes actividades, principalmente producción textil, agropecuaria, artesanal y gastronómica.

Atuntaqui se encuentra ubicada a 20 minutos de la ciudad de Ibarra y es considerada como “El Centro Industrial de la Moda” debido a la producción textil.

El desarrollo económico actual de la ciudad de Atuntaqui se debe a un hecho histórico que data del año 1924 con la instalación de la Fábrica Textil Imbabura, donde inicio la actividad económica del comercio de hilos y telas de algodón, permitiendo así que muchas familias anteñas emprendan esta actividad.

La ciudad de Atuntaqui se constituye como uno de los cantones con menor índice de desempleo en Imbabura debido a que la actividad textil ha generado empleo a más del 60% de los habitantes; otro aspecto importante de la zona es la afluencia turística por su tradicional gastronomía, las ferias textiles y las fiestas de inocentes y fin de año que han sido declaradas Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador.

En Atuntaqui no existe un centro de enseñanza de inglés para fortalecer el potencial turístico, y mejorar el nivel de oportunidades laborales de sus habitantes; ya que en el Ecuador, no se le ha dado la importancia necesaria para ubicarlo como un pilar fundamental en el currículo de las

diferentes instituciones educativas. Por ende, el dominio de este idioma en el país es muy deficiente. Una muestra clara de este hecho fue difundida en el artículo publicado por el Diario El Telégrafo en enero del 2014 con el titular “Ecuador está entre los países con el nivel más bajo de inglés”.

En lo que tiene que ver con las instituciones de educación media y superior, el idioma inglés es una asignatura complementaria. Cada institución tiene sus propias políticas en la manera de impartirla. Actualmente, se le exige al estudiante universitario aprobar un examen equivalente a B1 según el Marco Común Europeo de Referencia. Este examen se lo puede dar en cada institución, o en algún organismo externo autorizado para la toma de exámenes internacionales. Sin embargo, para el año 2021, las exigencias incrementaran y se le exigirá al estudiante aprobar un examen nivel B2. Este reglamento se menciona en la Ley Orgánica de Educación Superior.

En la actualidad el nivel de inglés en forma general no es el más idóneo, ya que luego de obtener un puntaje de 49,60 sobre 100 Ecuador se ubicó dentro del puesto 48 entre 60 países alrededor del mundo, siendo dicha prueba establecida por Education First (EF), que es una compañía encargada de la enseñanza de diferentes tipos de idiomas. La ubicación de Ecuador se encuentra por detrás de Colombia, Chile, México y Perú. Luego de los resultados obtenidos se puede definir que la población ha crecido considerablemente, pero cada vez hay menos personas que están invirtiendo en mejorar su nivel de inglés.

Según los reportes de EF, existe un total desinterés de la población debido a que los jóvenes prefieren realizar otras tareas o pasatiempos en vez de desarrollar y potencializar la inteligencia lingüística.

Por lo que se establece la iniciativa de implementar un centro de enseñanza de inglés en la ciudad de Atuntaqui.

## **1.2 Oportunidad de inversión**

Un centro de enseñanza de inglés en la ciudad de Atuntaqui, es un proyecto atractivo fundamentado en la importancia que tiene el dominio de este idioma en la actualidad, ya que es un lenguaje universal, y forma parte importante para lograr alcanzar buenas oportunidades laborales, desempeñarse oportunamente en los estudios y permite potenciar turísticamente a las ciudades; el estudio se direcciona a la necesidad de crear un centro de idiomas, dirigido a estudiantes que requieren obtener un nivel B1 o superior en el dominio de esta lengua. La idea está orientada a los estudiantes que deseen perfeccionar el inglés de una manera eficaz a través de técnicas de enseñanza-aprendizaje diferentes a la mayoría de institutos, en la que los usuarios tendrán la oportunidad de acceder a clases presenciales, virtuales o mixtas según las necesidades de cada uno, siendo un servicio relativamente nuevo en la zona de estudio, ya que no se ha registrado la presencia de otro centro de este tipo en la ciudad.

La combinación de un buen plan de negocios para la penetración en el mercado y la baja oferta de este servicio contribuirá para que el proyecto tenga mayor aceptación. Será fundamental que se entregue información del servicio a la posible demanda, pues con esto logrará generar interés y conocimiento en los ciudadanos anteños sobre las características y beneficios de aprender y dominar el inglés, con la finalidad que el proyecto sea reconocido en el mercado como un servicio de calidad, por lo que se muestra una gran oportunidad de inversión, referente a la creación de un centro de enseñanza de inglés en la ciudad de Atuntaqui.

## **1.3 Justificación**

Con la implementación del proyecto se pretende crear fuentes de trabajo para distintos perfiles laborales ya que en este tipo de empresa se necesitará docentes en inglés, una secretaria; así

también la creación del centro de idiomas ampliará las oportunidades laborales de quienes accedan a los cursos volviéndose más competitivos en cualquier campo de trabajo que se desenvuelvan.

La creación de este centro será de gran ayuda en el entorno local, especialmente en el desarrollo y estabilidad económica de las familias ya que el contar con un centro de estudios de este nivel en la ciudad, las familias ahorrarán tiempo y dinero.

El mejoramiento de la calidad de vida de la población es una consecuencia que se origina por el incremento de fuentes de empleo, pues al percibir un ingreso monetario más alto, las posibilidades de los hogares mejoran tanto en el aspecto social, físico y mental de las personas.

Con respecto al ámbito educativo la creación de este centro de idiomas tendrá un impacto significativo ya que permitirá que las personas mejoren el dominio del inglés.

## **1.4 Objetivos del diagnóstico**

### **1.4.1 Objetivo general**

Realizar un diagnóstico situacional en la ciudad de Atuntaqui que permita determinar los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos con el propósito de evidenciar si el proyecto es realizable.

### **1.4.2 Actividades a realizar**

- Estudiar el aspecto geográfico del sector al cual se dirige el proyecto.
- Investigar sobre la situación demográfica en la ciudad de Atuntaqui.
- Realizar un estudio socioeconómico del mercado meta.
- Describir el análisis sectorial a través de las variables clientes, competidores y proveedores.
- Establecer los datos históricos del cantón Antonio Ante con el fin de conocer su cultura, costumbres y tradiciones.

- Determinar la normativa legal que rige al proyecto.
- Analizar el aspecto ambiental en la zona de influencia.

## **1.5 Variables diagnósticas**

### **1.5.1 Variables**

Hace referencia a un concepto que está sujeto a algún tipo de cambio frecuente o probable producido por otros factores. Las variables a ser tomadas en cuenta para el proyecto son:

- Ubicación geográfica
- Aspectos demográficos
- Situación socioeconómica
- Análisis sectorial
- Información histórica
- Normativa legal
- Perspectiva ambiental

## **1.6 Indicadores**

Para las variables a estudiar se establecieron los siguientes indicadores:

*Tabla N° 1: Variables e indicadores de diagnóstico situacional*

<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación geográfica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación</li> <li>• Altitud</li> <li>• Latitud</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspecto demográfico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Índice de población por género</li> <li>• Índice de la población económicamente activa</li> <li>• Crecimiento poblacional</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Situación socioeconómica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Índice de inflación</li> <li>• Inestabilidad económica</li> <li>• Índice de tasa de empleo</li> <li>• índice de pobreza</li> <li>• Niveles de ingresos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis sectorial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sector primario</li> <li>• Sector secundario</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información histórica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reseña histórica</li> <li>• Cultura</li> <li>• Turismo</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Normativa legal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Normativa legal aplicable al proyecto</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perspectiva ambiental</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Niveles de contaminación con el proyecto</li> <li>• Políticas y buenas prácticas ambientales</li> </ul>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Año: 2018



## 1.7 Matriz de relación diagnóstica

Tabla N° 2: Matriz de relación diagnóstica

No	Actividades a realizar	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica
1	Estudiar el aspecto geográfico del sector al cual se dirige el proyecto.	Ubicación geográfica	Ubicación Altitud Latitud	Fuente secundaria; página web GAD Antonio Ante	Investigación linkografica
2	Investigar sobre la situación demográfica de la ciudad de Atuntaqui.	Aspecto demográfico	Índice de población por género Índice de la población económicamente activa Crecimiento poblacional	Fuente secundaria; página web GAD Antonio Ante	Investigación bibliográfica
3	Realizar un estudio socioeconómico del mercado meta.	Situación socioeconómica	Índice de inflación Inestabilidad económica Índice de tasa de empleo Índice de pobreza Niveles de ingresos	Fuente secundaria; página web INEC, página web BCE.	Investigación bibliográfica
4	Describir el análisis sectorial a través de las variables clientes, competidores y proveedores.	Análisis sectorial	Sector primario Sector secundario	Fuente secundaria; PDOT GAD Antonio Ante	Investigación bibliográfica
5	Establecer los datos históricos del cantón Antonio Ante con el fin de conocer su cultura, costumbres y tradiciones.	Información histórica	Reseña histórica Cultura Turismo	Fuente secundaria; PDOT GAD Antonio Ante	Investigación bibliográfica
6	Determinar la normativa legal que rige al proyecto.	Normativa legal	Normativa legal aplicable al proyecto	Fuente secundaria; Ley de Régimen Tributario	Investigación bibliográfica
7	Analizar el aspecto ambiental de la zona de influencia	Perspectiva ambiental	Niveles de contaminación con el proyecto Políticas y buenas prácticas ambientales	Fuente secundaria; páginas web.	Investigación bibliográfica

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

## **1.8 Análisis de la matriz de relación diagnóstica**

Según los objetivos específicos hemos podido visualizar las variables diagnósticas que nos permitirán identificar los aspectos o indicadores más relevantes.

- Situación geográfica y demográfica
- Situación socioeconómica
- Aspectos sociales, históricos, culturales y ambientales

Estos indicadores nos permitirán determinar el público meta y las técnicas a utilizar para llevar a cabo el desarrollo del presente proyecto.

## **1.9 Técnicas de investigación**

Técnicas de investigación son herramientas utilizadas para tomar la información y registrarla a partir del análisis o la observación de un fenómeno, con la finalidad de obtener mayor información.

### **1.9.1 Información secundaria**

- Documental

Para el desarrollo del proyecto, se recopilará información contenida en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Antonio Ante (actualización 2012-2030), pagina web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), normativa legal vigente en el Ecuador, ordenanzas, páginas oficiales de internet, libros revistas, entre otros, con el propósito de facilitar su obtención al momento de la búsqueda.

## **1.10 Análisis de las variables diagnósticas**

Debido a que el proyecto se realizara en el cantón Antonio Ante, se tomara como base la información del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón, y la información de la página web [www.antonioante.gob.ec](http://www.antonioante.gob.ec).

### 1.10.1 Perspectiva geográfica

- **Ubicación**

El cantón Antonio Ante se encuentra ubicado al norte del país, a 94 km de la ciudad de Quito, capital del Ecuador y a 178,70 km de la frontera con Colombia.

Limitando al norte con el cantón San Miguel de Urcuquí, al sur con el cantón Otavalo, al este con el cantón Ibarra y al oeste con el cantón Santa Ana de Cotacachi.

*Ilustración 1: Ubicación geográfica del cantón*



Fuente: GAD Antonio Ante  
Año: 2018

- **Clima**

La ciudad de Atuntaqui goza de un clima templado seco de 17°C promedio que favorece a la producción agrícola, frutícola y agropecuaria.

### 1.10.2 Aspectos demográficos

- **Población**

Según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010, el cantón Antonio Ante tiene una población de 43.518 habitantes, de los cuales 21.069 son hombres y 22.449 son mujeres.

Tabla N° 3: Distribución poblacional Cantón Antonio Ante

Parroquia	Genero		Total
	Masculino	Femenino	
Atuntaqui- Andrade Marín	11.208	12.091	23.299
Imbaya	652	627	1.279
Natabuela	2.719	2.932	5.651
Chaltura	1.503	1.644	3.147
San Roque	4.987	5.155	10.142
<b>Total</b>	<b>21.069</b>	<b>22.449</b>	<b>43.518</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010

Año: 2018

- **Población económicamente activa (PEA)**

La población económicamente activa (PEA) del cantón Antonio Ante está conformada por 18.974 personas con el 57,87% hombres y el 43,13% mujeres, siendo la PEA más alta la de Atuntaqui y Andrade Marín.

Tabla N° 4: Población Económicamente Activa Cantón Antonio Ante

Parroquia	Sexo	PEA 2010	Población Total
<b>Atuntaqui-Andrade Marín Urbano</b>	Hombre	5.455	10.216
	Mujer	4.517	11.070
	Total	9.972	21.286
<b>Atuntaqui-Andrade Marín Rural</b>	Hombre	556	992
	Mujer	336	1.021
	Total	892	2.013
<b>Imbaya</b>	Hombre	373	652
	Mujer	182	627
	Total	555	1.279
<b>Natabuela</b>	Hombre	1.507	2.719
	Mujer	1.029	2.932
	Total	2.536	5.651
<b>Chaltura</b>	Hombre	789	1.503
	Mujer	542	1.644
	Total	1.331	3.147
<b>San Roque</b>	Hombre	13.280	26.056
	Mujer	9.382	27.604
	Total	3.688	10.142
<b>Total</b>		<b>18.974</b>	<b>43.518</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010

Año: 2018

Es de suma importancia determinar la población económicamente activa ya que nos va a permitir determinar una posible demanda del servicio a ofertar.

- **Principales actividades económicas**

Las principales actividades generadoras de ingresos del cantón Antonio Ante según la PEA se destaca el sector de la industria manufacturera con el 28,04%, seguida por la agropecuaria con el 15,98%, el comercio con el 14,15%, la construcción con el 7,95% y el almacenamiento y transporte con el 4,21%.

*Tabla N° 5: Principales Actividades de Ingresos*

<b>Actividad Económica</b>	<b>Sexo</b>		<b>%</b>
<b>Industrias manufactureras</b>	Hombre	2.495	22,72
	Mujer	2.826	35,35
	Total	5.321	28,04
<b>Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca</b>	Hombre	2.312	21,06
	Mujer	720	9,01
	Total	3.032	15,98
<b>Comercio al por mayor y menor</b>	Hombre	1.314	11,97
	Mujer	1.371	17,15
	Total	2.685	14,15
<b>Construcción</b>	Hombre	1.480	13,48
	Mujer	29	0,36
	Total	1.509	7,95
<b>Transporte y almacenamiento</b>	Hombre	765	6,97
	Mujer	34	0,43
	Total	799	4,21

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010

Año: 2018

- **Crecimiento poblacional**

Antonio Ante es el cantón con menor extensión territorial de la provincia de Imbabura, su población representa el 10,5% de la provincia, según datos de la agenda 21 crece a una tasa del 2,5% superior a la nacional del 2,1%; lo que estima para el año 2017 una población total de 27.695 personas, en base a la proyección de los datos proporcionados por el censo 2010, con una densidad poblacional de 10,44.

Tabla N° 6: Tasa de crecimiento de la población de Antonio Ante

Año	Población	Tasa de crecimiento
2010	43.518	
2011	44.606	
2012	45.721	
2013	46.864	
2014	48.036	2,50%
2015	49.237	
2016	50.468	
2017	51.729	

Fuente: PDOT GAD Antonio Ante  
Año: 2018

### 1.10.3 Información histórica

- **Reseña histórica**

Antonio Ante al igual que otros cantones de la provincia de Imbabura se identifica por su historia; su nombre pertenece a uno de los próceres de la independencia del Ecuador, el Dr. Antonio Ante López, recordado como símbolo de lucha por sus grandes causas. El esfuerzo, la unión y la perseverancia caracterizan a este cantón que a través del tiempo se convirtió en el Centro Industrial más grande de la provincia gracias a dos hechos importantes en su historia; la instalación de la fábrica textil Imbabura y la llegada del ferrocarril.

A partir del 6 de mayo de 1924 cuando la primera piedra fue colocada para su construcción y más de 1.000 trabajadores emprendieron esta obra, se levantó la gran fábrica industrial, la cual permitió al pueblo anteño empezar y trabajar con la elaboración y comercialización de telas e hilos que se comercializaron por todo el país, así también por Colombia; este hecho histórico al igual que el ferrocarril permitieron dinamizar el comercio y el transporte dentro y fuera del cantón.

La fábrica Imbabura fue declarada como Patrimonio Cultural de la Nación el 20 de septiembre del 2001 en el acuerdo ministerial N°404-DNPC-DI-00 del Ministerio de Educación y Cultura de ese tiempo, como único en el país de características patrimoniales industriales.

La palabra Atuntaqui proviene de dos voces quichuas: Hatun que significa Grande Y Taqui que significa Tambor; que quiere decir “Gran Tambor”, según el padre Juna de Velasco, historiador ecuatoriano; conociéndose así como un lugar privilegiado en el desarrollo industrial, textil, artesanal, agrícola y gastronómico.

- **Cultura**

Durante los meses de febrero y marzo se desarrollan las fiestas de cantonización de Antonio Ante y la expo feria en donde participan los productores textiles del cantón para comercializar prendas de vestir de alta calidad a precios asequibles.

En la parroquia de San Roque se elaboran artesanías de cabuya y lana como costales, hilos, alfombras, tapices, sogas, alpargatas, entre otros artículos de cabuya ya que es una fibra muy resistente que se obtiene de la penca, además elaboran artesanías en lana e hilo fino de costura de lana de algodón y acrílica.

La parroquia de Imbaya se destaca por su clima cálido que permite una abundante producción de hortalizas, frutas y caña de azúcar.

La parroquia de Natabuela posee una riqueza cultural muy importante, dedicada principalmente a la labor agrícola.

- **Etnia**

Según la auto identificación de las personas, predominan los mestizos con el 77,59%, seguido por los indígenas con el 17,82% ubicados mayoritariamente en la parroquia de San Roque.

Ilustración 2: Auto identificación según su cultura y costumbre por cantón y sexo

AUTOIDENTIFICACIÓN SEGÚN SU CULTURA Y COSTUMBRES POR CANTÓN Y SEXO									
Sexo	Indígena	Afro ecuatoriano/a	Negro/a	Mulato/a	Montubio/a	Mestizo/a	Blanco/a	Otro/a	Total
Cantón	7754	406	75	287	97	33765	1107	27	43518
%	17,82	0,93	0,17	0,66	0,22	77,59	2,54	0,06	100
Hombre	3739	212	40	174	49	16289	550	16	21069
%	17,75	1,01	0,19	0,83	0,23	77,31	2,61	0,08	100
Mujer	4015	194	35	113	48	17476	557	11	22449
%	17,88	0,86	0,16	0,5	0,21	77,85	2,48	0,05	100

Fuente: PDOT GAD Antonio Ante

Año: 2018

- **Turismo**

Turísticamente Atuntaqui ha sido catalogada como el “Centro Industrial de la Moda”, ya que su tradición textilera le ha convertido en un centro comercial de prendas de vestir, por lo que es de suma importancia que los empresarios capaciten a su personal de ventas en idiomas para brindar un mejor servicio al cliente extranjero.

Los lugares turísticos para visitar en Atuntaqui es la histórica maquinaria inglesa alemana de la Fábrica Imbabura convertida actualmente en museo, la estación del ferrocarril por ser un icono histórico al igual que el santuario del Señor del Santo Sepulcro que es una Arquitectura Religiosa que data del año 1898; como atractivos arqueológicos importantes están las tolas que son consideradas como centros ceremoniales.

En la parroquia de Imbaya se encuentra un atractivo que habla de la historia de Antonio Ante con la tradicional molienda y su trapiche de caña de azúcar para la producción artesanal de panela.

Entre las principales actividades que se realizan en el cantón está la caminata “Arrieros por siempre”, el paseo del chagra, competencia de coches de madera, pelota nacional, feria de comidas típicas, la celebración del Inti Raymi en las parroquias urbanas y rurales del cantón acompañadas de su deliciosa gastronomía, la expo feria Atuntaqui y la tradicional fiesta de inocentes y fin de



año, reflejado en el desfile de comparsas, celebración que ha sido declarada Patrimonio Cultural del Ecuador.

### 1.11 Construcción de la matriz AOOD (aliados, oponentes, oportunidades y riesgos)

Tabla N° 7 Matriz AOOD

Aliados	Oponentes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• A1 Posibilidad de hacer convenios con estudiantes universitarios y padres de familia de instituciones educativas de nivel medio.</li> <li>• A2 Radio “La Fábrica”, oportunidad de contar con espacios publicitarios gratuitos que ayudarán en la difusión del servicio a ofertar.</li> <li>• A3 Coordinación con las cooperativas de transporte local para la disponibilidad de servicio frecuente en todos los horarios.</li> <li>• A4 Profesionales idóneos para este centro de idiomas.</li> <li>• A5 Convenio con la Universidad Técnica del Norte para que los estudiantes de licenciatura en inglés puedan realizar sus prácticas pre profesionales en el centro de estudio.</li> <li>• A6 Oportunidad de realizar alianzas estratégicas con la cámara de comercio para capacitar al personal de ventas y mejorar el servicio brindado a los clientes extranjeros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Op1 Cadenas de centros de idiomas con cobertura a nivel nacional y amplia trayectoria.</li> <li>• Op2 Personas con desconocimiento y temor para contratar el servicio ofertado por una empresa nueva en el mercado.</li> </ul>
Oportunidades	Riesgos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opt1 No existe oferta del servicio de un centro de inglés en Atuntaqui.</li> <li>• Opt2 El impulso del aprendizaje del inglés en las escuelas, colegios y universidades.</li> <li>• Opt3 Disponibilidad de arriendo en un lugar estratégico ya que se encontrará en el centro de la ciudad lo que permitirá que puedan llegar con facilidad al centro de inglés.</li> <li>• Opt4 Posibilidad de brindar atención personalizada para el proceso de enseñanza aprendizaje por contar con profesionales calificados.</li> <li>• Opt5 Precios de los paquetes de inglés cómodos comparados con otras academias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• R1 Las personas prefieren ir a recibir los cursos de inglés en ciudades cercanas a Atuntaqui como Ibarra y Otavalo</li> <li>• R2 Falta de continuidad en el programa de aprendizaje por parte de los estudiantes.</li> <li>• R3 Cambios en la economía que afecten el poder adquisitivo de las familias ya que se va a dar prioridad a gastos de primera necesidad.</li> <li>• R4 Posibilidad de que el fácil acceso a tecnologías como traductores instantáneos desplace la necesidad de aprender inglés en un centro.</li> </ul>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

## **1.12 Cruces Estratégicos**

### **1.12.1 Aliados- Oponentes**

A4- A5 -Op1-Op2

La oportunidad de realizar un convenio con la Universidad Técnica del Norte para que los estudiantes de licenciatura en inglés puedan realizar sus prácticas pre profesionales junto con la supervisión y acompañamiento de los profesionales idóneos del centro de idiomas, permitirá mitigar el temor y desconocimiento de las personas para contratar el servicio ofertado por una empresa nueva en el mercado, descartando la idea de contratar el servicio en cadenas de centros de idiomas con cobertura a nivel nacional y amplia trayectoria.

A1- A6-Op2

La oportunidad de tener espacios publicitarios gratuitos en medios de comunicación para la difusión radial del centro de inglés permitirá realizar convenios con estudiantes universitarios y padres de familia de instituciones educativas de nivel medio, también alianzas estratégicas con la Cámara de Comercio para capacitar al personal de ventas y mejorar el servicio brindado a los clientes extranjeros permitiendo contratar el servicio ofertado por una empresa nueva en el mercado.

### **1.12.2 Aliados – Oportunidades**

A1- A6-Opt1

Como respuesta a la inexistencia de oferta del servicio de un centro de inglés en Atuntaqui, se lograra cubrir la demanda insatisfecha por parte de estudiantes universitarios y padres de familia de instituciones educativas de nivel medio, así también se realizará alianzas estratégicas con la

cámara de comercio para capacitar al personal de ventas y mejorar el servicio brindado a los clientes extranjeros.

#### A1-Opt2

El impulso del aprendizaje del inglés en las escuelas, colegios y universidades, es favorable para la factibilidad del proyecto ya que se puede hacer convenios con estudiantes universitarios y padres de familia de instituciones educativas de nivel medio.

### **1.12.3 Aliados – Riesgos**

#### A3-A5-R1

Al ser un aspecto negativo que las personas prefieren ir a recibir los cursos de inglés en ciudades cercanas a Atuntaqui como Ibarra y Otavalo, esto puede ser mitigado ya que hay disponibilidad de servicio de transporte frecuente en todos los horarios; así también el proyecto beneficiará a los estudiantes de universitarios de Atuntaqui de la carrera de licenciatura en Inglés de la Universidad Técnica del Norte , ya que tendrán la posibilidad de realizar sus prácticas pre profesionales en el centro de estudio.

#### A6-R2 -R3

Al realizar alianzas estratégicas con la cámara de comercio para capacitar al personal de ventas y mejorar el servicio brindado a los clientes extranjeros, la actividad económica de la ciudad no se verá mayormente afectada, permitiendo que las familias puedan dar continuidad al programa de aprendizaje contratado.

#### **1.12.4 Oportunidades – Oponentes**

Opt2-Op2

La exigencia de aprender inglés en las escuelas, colegios y universidades, favorecerá al proyecto, ya que las personas que tienen temor para contratar este servicio concebirán la necesidad y la importancia de contratar este servicio.

Opt5-Op1

Con la oferta de paquetes de inglés a precios cómodos, no será un obstáculo la competencia de academias con cobertura a nivel nacional y amplia trayectoria, ya que los precios estarán ajustados a la capacidad adquisitiva de las familias anteñas.

#### **1.12.5 Oportunidad – Riesgo**

Opt2-R4

La posibilidad de que el fácil acceso a tecnologías como traductores instantáneos desplace la necesidad de aprender inglés, no es un limitante para este proyecto ya que en el estado impulsa el proceso de enseñanza- aprendizaje de esta lengua de manera obligatoria en escuelas, colegios y universidades.

### **1.13. Oportunidad de Inversión**

Se espera que el proyecto tenga una acogida positiva en la ciudad de Atuntaqui al momento de su implementación porque el centro de enseñanza de inglés es una alternativa de solución al desplazamiento de la ciudad hacia Ibarra u Otavalo para buscar este servicio permitiendo a las familias ahorrar tiempo y dinero.

Así también la creación del centro de idiomas ampliará las oportunidades laborales de quienes accedan a los cursos volviéndose más competitivos en cualquier campo de trabajo que se desenvuelvan, en el caso de realizar alianzas para capacitar al personal de ventas de los almacenes se fortalecerá turísticamente el desarrollo del cantón, y mejorará las negociaciones internacionales porque las exportaciones de prendas textiles lo realizan principalmente a Panamá, España, Estados Unidos y otros países de Europa.

Con respecto al ámbito educativo la creación de este centro de idiomas tendrá un impacto significativo ya que permitirá que las personas tengan un mejor nivel en el dominio del inglés, así como también el desarrollo de la inteligencia lingüística.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Introducción

El marco teórico se desarrollara en base a los conceptos y criterios de expertos, formando un enfoque adecuado en conocimiento general que sirva como fuente para la evolución del proyecto.

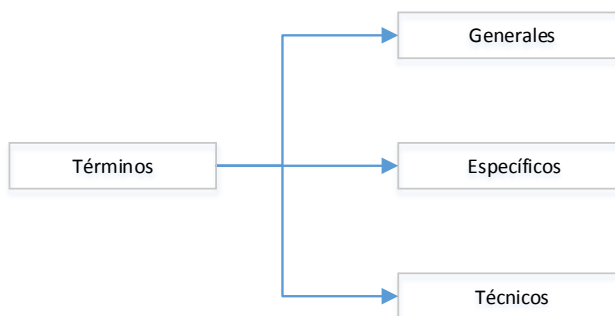
#### 2.2 Objetivo

Diseñar el marco teórico a través de la revisión bibliográfica para conceptualizar los principales términos que se utilizarán en el desarrollo del proyecto y de esta manera facilitar su conocimiento.

#### 2.3 Bases Teóricas y Científicas

Para mejor comprensión del lector se ha desarrollado el marco teórico con la siguiente estructura:

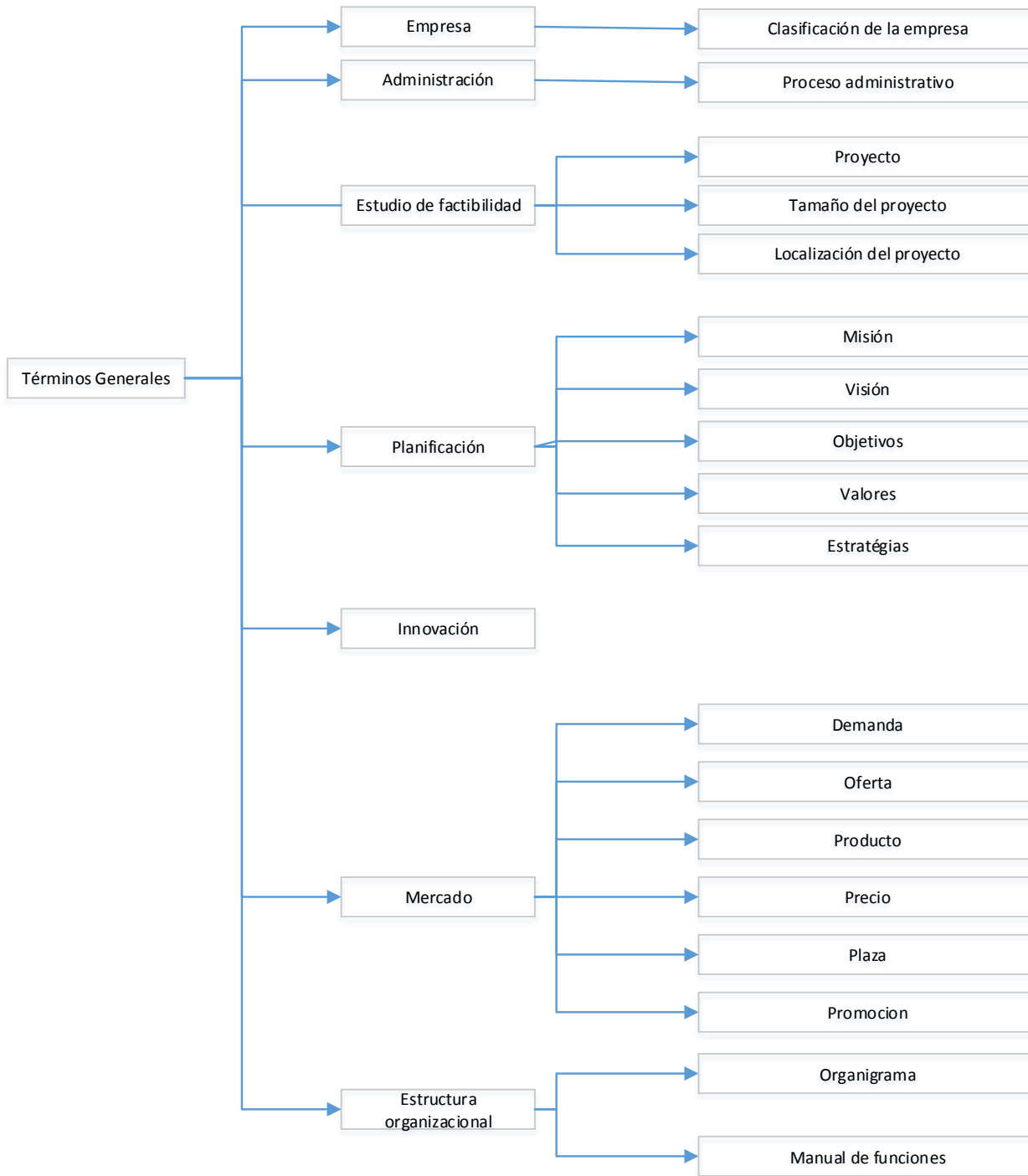
*Ilustración 3: Bases Teóricas y Científicas*



#### 2.4 Términos Generales

Se conceptualiza términos de carácter general dispuestos en el siguiente organizador gráfico:

*Ilustración 4: Términos Generales*



### 2.4.1 Empresa

*“Se podría definir el termino empresa como la unidad de producción organizada que trabaja dentro de un marco social para elaborar, a partir de un conjunto de factores*

*productivos o inputs (personas, bienes y servicios), unos productos u outputs”*(MORENO VEGA & MORENO VEGA, 2017, pág. 3).

*“Una empresa comercial, grande, mediana o pequeña, es un organismo privado, público o mixto, que está constituido por personas y materiales, reunidos con el propósito de realizar operaciones comerciales o producir bienes o servicios a través de un proceso que le permita obtener una utilidad o ganancia”*(ROJAS RISCO, MANUAL DE CONTABILIDAD Y COSTOS, 2014, pág. 18).

*“Una empresa es resultado de actividades complejas que desarrolladas dentro de la comunidad tiene efectos dentro de sí misma y en su entorno; allí radica el grado de valoración de sus creadores, gestores y grupos interesados”*(PÉREZ DÍAZ, 2014, pág. 130).

Los autores Moreno, Rojas y Pérez coinciden en que una empresa es el producto de una serie de actividades realizadas por las personas con uso de materiales para producir bienes o servicios para la sociedad.

Se puede definir empresa como una organización dedicada a actividades que buscan satisfacer necesidades de los consumidores con un interés de obtener ganancias.

Este concepto será aplicado dentro de la propuesta organizacional para el proyecto donde se espera constituir una microempresa.

#### **2.4.2 Clasificación de la empresa**

*“Las empresas se clasifican de acuerdo a los siguientes criterios:*

*Por su naturaleza:*

*Empresas industriales: Son aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos. (BRAVO VALDIVIESO, 2013)*



*Empresas comerciales: Son aquellas que se dedican a la compra-venta de productos, convirtiéndose en intermediarios entre productores y consumidores.*

*Empresas de Servicios: Son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad.*

*Por el sector al que pertenecen:*

*Empresas Públicas: Son aquellas cuyo capital pertenece al sector público (Estado)*

*Empresas Privadas: “Son aquellas cuyo capital pertenece al sector privado (personas naturales o jurídicas)” (BRAVO VALDIVIESO, 2013).*

*Empresas Mixtas: Son aquellas cuyo capital pertenece tanto al sector público como al sector privado (personas jurídicas).*

*Por la integración del capital:*

*Unipersonales: Son aquellas cuyo capital pertenece a una persona natural.*

*Pluripersonales: Son aquellas cuyo capital pertenece a dos o más personas naturales” (BRAVO VALDIVIESO, 2013, pág. 3).*

*“Clasificar las empresas comerciales es una tarea ardua y múltiple porque hay muchos factores que tomar en cuenta. Algunos factores son:*

*El sector económico en que operan*

*La naturaleza de las actividades*

*El volumen de sus operaciones*

*Su régimen de participación*

*El número de propietarios” (ROJAS RISCO, MANUAL DE CONTABILIDAD Y COSTOS, 2014, pág. 18).*

Los autores Bravo y Rojas, manifiestan que las empresas pueden ser clasificadas de diferentes formas, basadas en factores como el sector al que pertenecen, tipo de actividades a las que se dedican, cantidad de producción, naturaleza de sus actividades, entre otras.

La clasificación de las empresas no es nada fácil ya que son muchos los criterios que se aplican para categorizar los tipos de organización, por razones como regulación para aplicar una normativa común y estadística para saber la estructura empresarial de una región o país.

Con el proyecto de la creación de un centro de inglés se dará origen a una microempresa privada que ofertará un servicio a la colectividad antañona.

### **2.4.3. Administración**

*“La administración es una actividad indispensable en cualquier organización, de hecho es la manera más efectiva para garantizar su competitividad”*(MUNCH, 2014, pág. 21).

*“La administración es el proceso de tomar decisiones sobre los objetivos y la utilización de los recursos. Abarca cinco tipos principales de decisiones, llamadas también procesos o funciones: planeación, organización, liderazgo, dirección y control”*(AMARU, 2009, pág. 6).

Munch y Amaru aportan de manera diferente el concepto de administración, el primero afirma que es una actividad que avala competitividad, mientras que el segundo se fundamenta en el liderazgo como una función independiente.

La administración es una herramienta que ayuda en la toma de decisiones optimizando los recursos de una organización.

Este aspecto será aplicado en todo el desarrollo del proyecto, ya que de una correcta administración dependerán los resultados económicos esperados con la implementación del centro de idiomas.

#### **2.4.4 Proceso administrativo**

*“En la administración de cualquier empresa existen dos fases: una estructural, en la que a partir de uno o más fines se determina la mejor forma de obtenerlos; y otra operacional, en la que se ejecutan todas las actividades necesarias para lograr lo establecido durante el periodo de estructuración”*(MUNCH, 2014, pág. 24).

Al ser el proceso administrativo una serie de actividades implantadas por la organización para lograr maximizar la eficiencia de los recursos técnicos, económicos y humanos con los que se cuenta, es fundamental aplicar las fases: estructural y operacional para conseguir los objetivos previamente establecidos.

En el desarrollo del proyecto se pretende manejar un proceso administrativo de calidad, ya que de este dependerá alcanzar los resultados planteados al inicio del proyecto.

#### **2.4.5 Estudio de factibilidad**

*“Es el nivel más profundo o proyecto definitivo que contiene toda la información del anteproyecto, tratados con mayores detalles, incluyendo los canales de comercialización más adecuados para el producto, la lista de contratos ya establecidos, las cotizaciones de la inversión y los planos arquitectónicos de la construcción entre otros”*(CORDOBA, 2012, pág. 253).

Córdoba manifiesta que el estudio de factibilidad es un análisis exhaustivo de toda la información de un anteproyecto, en donde se hace una investigación minuciosa de algunos factores que influirán en el proyecto.

Se lo puede definir como un instrumento de orientación para la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto ya que presenta información relevante.

Todo el trabajo de grado se hará en base al estudio de factibilidad para determinar si es realizable o no la creación de un centro de idiomas en Atuntaqui.

#### **2.4.6 Proyecto**

*“Un proyecto es un esfuerzo temporal que en forma gradual permite lograr resultado único o entregable único”*(ARBOLEDA VÉLEZ, 2013, pág. 3).

*“Un proyecto de inversión lo podemos describir como un plan, al que si se le asigna un determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio útil a la sociedad”*(MEZA OROZCO, 2013, pág. 15).

*“Un proyecto de inversión es una propuesta de acción conformada por un conjunto ordenado e interrelacionado de estudios para la producción de un bien o servicio que permite obtener beneficios económicos futuros”*(ISIQUE HUAROMA, 2016, pág. 15).

Arboleda e Isique concuerdan que un proyecto es una propuesta de actividades ordenadas para alcanzar un resultado exclusivo en la producción de bienes o servicios para obtener ganancias futuras.

Es así que al proyecto se lo definirá como una serie de actividades de carácter sistemático, a las que se les asigna recursos económicos, humanos y tecnológicos para alcanzar un fin de obtener productividad.

Como consecuencia de la aplicación de la propuesta se definirá las acciones a ejecutar y se tratará de asignar los recursos de la manera óptima, para la creación del centro de inglés.

#### **2.4.7 Tamaño del proyecto**

*“En general, el tamaño de un proyecto se puede definir por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios durante un periodo de operación, considerado normal para las condiciones y tipo de proyectos en cuestión”*(ARAUJO ARÉVALO, 2013, pág. 73).

*“Capacidad real, que es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas, durante un tiempo determinado”*(CÓRDOBA PADILLA, 2011, pág. 108)

Araujo define el tamaño del proyecto como la capacidad de una organización para producir bienes o servicios.

Se refiere a la capacidad de producción de una empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento en circunstancias normales.

Dentro del estudio técnico será importante definir la capacidad productiva a instalarse para brindar el servicio en el centro de inglés, optimizando recursos y generando mayor rentabilidad.

#### **2.4.8 Localización del proyecto**

*“El estudio de localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como macro localización, hasta identificar una zona urbana o rural más pequeña, conocida como micro localización, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto”*(FLORES URIBE, 2015, pág. 73).

Flores indica que la localización del proyecto consiste en establecer cuál será el macro y micro ambiente del proyecto, ubicando a la empresa en un lugar óptimo para su correcto funcionamiento.

Consiste en identificar y analizar los posibles lugares donde se podrá ubicar, con el fin de establecerse en un sitio que ofrezca máximos beneficios.

La ubicación del proyecto será en la ciudad de Atuntaqui, misma que será determinada dentro del estudio técnico.

## **2.4.9 Planificación**

### **2.4.10 Misión**

*“La misión de la organización es la declaración de su propósito y alcance, en términos de productos y mercados, y responde a la pregunta:” ¿Cuál es el negocio de la organización?” se refiere a su papel en la sociedad donde actúa y explica su razón de ser o de existir”(CHIAVENATO & SAPIRO, 2012, pág. 73).*

*“La misión define la identidad organizacional, señala claramente el alcance y la dirección de las diferentes actividades de las organizaciones o corporaciones, establece las bases para la toma de decisiones, da claridad de actuación para los integrantes de la organización al señalarles y permitirles comprender como se relaciona lo que cada uno de ellos realiza en el desarrollo de sus actividades con el propósito general de la misma”(BERNAL & SIERRA, 2013, pág. 90).*

Los conceptos de Chiavenato, Sapiro, Bernal y Sierra concuerdan en que la misión es la razón de ser de una empresa, es decir el motivo o propósito por el cual fue creada, comprendida por las actividades a realizar para cumplir los objetivos empresariales preestablecidos.

La misión hace referencia a las razones o motivos por los que existe una organización, esta debe englobar una serie de puntos elementales como quienes son, cuales son los recursos y que se le quiere brindar al cliente.

Este concepto será analizado dentro de la estructura organizativa, ya que será importante establecer el propósito del centro de inglés en la ciudad de Atuntaqui.

#### **2.4.11 Visión**

*“Una visión estratégica describe las aspiraciones de la administración para el futuro, y bosqueja el curso estratégico y la dirección de largo plazo de la compañía”*(THOMSON & A, 2012, pág. 23).

*“Así mismo, la visión fija el rumbo de una institución, plantea retos, sirve como punto de consenso, estimula la creatividad y coordina esfuerzos”*(MUNCH, 2014, pág. 40).

*La visión es un ideal realista o sueño al que se quiere llevar la organización, corporación y que motiva a sus miembros a realizarla”*(BERNAL & SIERRA, 2013, pág. 94).

Los autores Thompson, Munch y Bernal concuerdan que la visión son todas las acciones encaminadas hacia el futuro positivo de la empresa, es aquello que aspira la organización a largo plazo, por lo general llegar a ser organizaciones exitosas, posicionadas en el mercado por un largo tiempo.

La visión trata sobre las metas que se fijan los directivos de una empresa, las cuales sirven como guía para todos sus colaboradores, enfocando sus aspiraciones empresariales a futuro.

Este término será desarrollado en la propuesta de la estructura organizativa, ya que será transcendental establecer los anhelos y ambiciones de implementar un centro de inglés.

#### **2.4.12 Objetivos**

*“Una vez que se han establecido la filosofía, visión y misión, se determinan los objetivos que indicaran los resultados o fines que la empresa desea lograr en un tiempo determinado”*(MUNCH, 2014, pág. 41).

*“Los objetivos estratégicos son los resultados específicos que pretenden alcanzar las instituciones para realizar su visión y misión. Se enfoca en las siguientes preguntas: ¿qué queremos?, ¿qué deseamos?, ¿qué vamos a hacer?”*(LUNA GONZALES, 2014, pág. 84).

Los autores Luna y Munch afirman que los objetivos son los fines que quiere alcanzar la empresa para su exitoso desenvolvimiento en el mercado.

Por lo tanto los objetivos empresariales son el resultado que se desea lograr, a donde se encaminan los esfuerzos de la organización y que se pretende mejorar o potencializar para el desarrollo eficiente y eficaz de la organización.

Los objetivos deben ser cuantificables, alcanzables y estimulantes para que el talento humano de todos los niveles tenga un horizonte claro de qué es lo que se quiere lograr con la implantación del centro de idiomas.

#### **2.4.13 Valores**

*“Los valores de una compañía son las creencias, características y normas conductuales que se esperan de su personal cuando realiza negocios de la compañía y persigue su visión estratégica y su misión”*(THOMSON & A, 2012, pág. 27).

Varios autores coinciden con Thomson que manifiesta que los valores institucionales son formas de conducta y comportamiento de quienes son parte de la organización para cumplir con las metas establecidas.

Los valores corporativos son elementos propios de cada organización, en donde se incluyen las características competitivas, condiciones del medio y expectativas de los grupos de interés como clientes, proveedores y empleados.

Este término será estudiado dentro de la estructura organizativa, para determinar la forma de ser y hacer de quienes conforman la empresa contribuyendo al desarrollo del centro de inglés en la ciudad de Atuntaqui.



#### **2.4.14 Estrategias**

*“A través de las estrategias se plantea el cómo lograr específicamente y de la mejor manera los objetivos. Por ello es que existen tantas estrategias como objetivos se planteen en una organización”*(MUNCH, 2014, pág. 41).

*“La estrategia es el vínculo entre la organización y su entorno, representa un modelo de comportamiento de la organización que con un conjunto de planes organiza y asigna recursos para lograr su finalidad; responde mediante iniciativas o reacciones a los retos que se le presentan y considera situaciones del presente previstas para el futuro”*(HUAMÁN & RÍOS, 2015, pág. 51).

Los autores Munch y Huamán aportan al concepto de estrategia al decir que son el lazo entre la empresa y el medio, en donde éstas son el medio para cumplir los objetivos empresariales.

Se puede afirmar que las estrategias son un medio para desarrollar las capacidades empresariales asegurando la ventaja competitiva, siendo el camino para que la empresa logre sus objetivos.

Este aspecto será analizado dentro de la estructura organizativa, para trazar el camino para potenciar todas las fortalezas y aprovechar las oportunidades para la creación del centro de idiomas.

#### **2.4.15 Innovación**

*“Todas las manifestaciones de la innovación son simplemente ideas puestas en acción que se orientan a resolver un problema de manera creativa, viable y asertiva”*(SIERRA PRIETO, 2014, pág. 182).

*“Es el proceso por el cual a partir de una idea, invención, investigación o reconocimiento de una necesidad, se desarrolla un método de producción, la creación de un producto o el*

*desarrollo de un servicio mejorado y de nueva creación, incluyendo cambios significativos en cuanto a técnicas, equipos, programas informáticos, métodos organizativos, entre otros; que aportan valor a los clientes”*(CAMPO & M, 2014, pág. 180).

Los autores Sierra y Campo manifiestan que la innovación es la puesta en marcha de las ideas, en donde se dan cambios significativos al bien o servicio ofertado.

Es así que la innovación viene a ser la transformación y creación de nuevos conocimientos para satisfacer las necesidades de la sociedad, como respuesta a los cambios que experimenta el mercado.

En el proyecto se pretende aportar valor a las necesidades de los clientes, superando sus expectativas, dentro de las estrategias de comercialización del estudio de mercado

#### **2.4.16 Mercado**

*“El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y el precio”*(CÓRDOBA PADILLA, 2011, pág. 52).

*“Se entiende por mercado al conjunto de demandantes y oferentes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o servicio en un área determinada. Esa ocurrencia puede ser de forma directa o indirecta”*(ARAUJO ARÉVALO, 2013, pág. 26).

Algunos autores como Córdoba y Araujo indican que mercado es el lugar en donde se cruza la oferta y la demanda sea de manera directa o indirecta, para ofertar y demandar bienes o servicios.

Para el proyecto mercado es el lugar en donde se ofertan clases de idiomas presenciales u online, a cambio de un precio fijado por la oferta y demanda.

#### **2.4.17 Demanda**

*“La cantidad de un bien o servicio que los hogares desearían comprar se denomina demanda por ese bien o servicio. La demanda es un flujo nos interesa no solo una compra aislada sino el flujo continuo de compras”*(ROJAS LOPEZ, 2015, pág. 28).

*“La demanda de mercado de un producto es el volumen total susceptible de ser adquirido por un grupo de consumidores definido en un área geográfica determinada, durante un periodo establecido, en un entorno de marketing correcto y bajo un programa de márketing específico”*(KOTLER & KELLER, DIRECCIÓN DE MARKETING, 2016, pág. 87).

*“Es la cantidad de un producto que se venderá en el mercado a diferentes precios durante un periodo determinado. La cantidad de un producto que compre la gente dependerá de su precio”*(LAMB & MC DANIEL, 2014, pág. 329).

Los autores Rojas, Kotler, Keller, Lamb y Mc Daniel manifiestan que demanda es la cantidad de bienes o servicios que se venderán en un mercado en donde su rotación estará relacionado con el precio.

Demanda es la cantidad de bienes o servicios que pueden comprarse a diferentes precios de mercado, en un tiempo determinado.

El análisis de esta variable será abordado dentro del estudio de mercado ya que se debe determinar la demanda insatisfecha de clases de inglés en Atuntaqui, para establecer si es o no factible el proyecto propuesto.

#### **2.4.18 Oferta**

*“El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares al del proyecto”*(ARBOLEDA VÉLEZ, 2013, pág. 88).

*“Es la relación que existe entre el precio de un bien y las cantidades que un empresario desearía ofrecer de ese bien por unidad de tiempo. La oferta global es la sumatoria para cada precio de las cantidades que todos los productores de ese mercado desean ofrecer”*(FLORES URIBE, 2015, pág. 129).

*“La oferta es el importe del volumen de bienes y servicios que los productores actuales colocan en el mercado para ser vendidos, ósea, es la cuantificación de los productos, en unidades y dinero, que actualmente las empresas que constituyan la competencia están vendiendo en el mercado en estudio”*(ARAUJO ARÉVALO, 2013, pág. 43).

Los autores Arboleda, Flores y Araujo concuerdan en que la oferta es la cantidad de bienes o servicios que se ofrecen en el mercado.

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a disposición del mercado a un determinado precio.

El análisis de esta variable se tratará en el estudio de mercado ya que se debe determinar qué es lo que se va a ofrecer al público con el proyecto propuesto.

#### **2.4.19 Producto**

*“Definimos un producto como cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad”*(KOTLER & GARY, 2012, pág. 224).

Varios autores como Kotler y Gary conceptualizan al producto como todo aquello que se puede ofrecer en el mercado, capaz de satisfacer un deseo o una necesidad.

Por lo que producto es el medio tangible o intangible por el cual se puedan satisfacer las necesidades del cliente.

Este tema se tratará en el estudio de mercado ya que se debe determinar las características del producto dentro del proyecto propuesto.

#### **2.4.20 Precio**

*“En el sentido más estricto, un precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto servicio. En términos más amplios, un precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”*(KOTLER & GARY, 2012, pág. 290).

*“Es el valor monetario, que está dispuesto a pagar el cliente por un producto o servicio. Debe satisfacer las necesidades del cliente y generar rentabilidad a la empresa. No se debe fijar el precio de un producto y servicios de forma empírica, se debe tener en cuenta: los costos, el precio de la competencia, ingresos de los clientes, demanda y oferta, precios regulados, prestigio del producto”*(URIBE MACÍAS & REINOSO LASTRA, 2013, pág. 101).

Los autores Kotler, Gary, Uribe y Reinoso afirman que precio es el valor que una persona está dispuesta a pagar a cambio de beneficios como tener o usar un bien o servicio.

Precio es el valor monetario asignado a un bien o servicio, este dependerá de la utilidad que cada persona y en conjunto la sociedad le asigna.

En este aspecto, la determinación del precio es uno de los componentes más importantes dentro de la estrategia comercial del proyecto, ya que repercute directamente en la proyección de la rentabilidad y también dependerá mucho para la aceptación del proyecto propuesto en el mercado, elegido para su implementación.

#### **2.4.21 Plaza**

*“La plaza está constituido por el ámbito territorial donde tendrá lugar las actividades de mercadotecnia, las condiciones físicas de que dispone la empresa para la distribución de sus productos”*(ROJAS RISCO, LA BIBLIA DEL MARKETING, 2013, pág. 110).

*“Es el área geográfica en donde se distribuirá cierto bien o servicio, es muy importante considerar un punto estratégico de venta para que los productos sean identificados y consumidos con el fin de lograr el alcance del proyecto”*(FLORES URIBE, 2015, pág. 234).

Flores señala que plaza es el espacio o área geográfica donde se ofertará el bien o servicio

Plaza es el sitio de entrega, distribución o ubicación donde se pone a disposición de los clientes los bienes o servicios a ofertar.

La aplicación de la propuesta del proyecto define la plaza del centro de idiomas en la ciudad de Atuntaqui.

#### **2.4.22 Promoción**

*“Es una actividad que busca el movimiento del producto, hace rotar los inventarios, vender. Se debe realizar cuando hay problemas en las ventas, cuando hay cambios de colección e incluso cuando hay productos con algún desperfecto que no puede ser ofrecido al mercado por no cumplir con alguna de sus especificaciones”*(URIBE MACÍAS & REINOSO LASTRA, 2013, pág. 105).

*“Es el conjunto de actividades que tratan de comunicar los beneficios que reporta el producto y de persuadir al mercado objetivo de que lo compre”*(ASENSIO DEL ARCO, 2013, pág. 242).

Los autores Uribe, Reinoso y Ascencio señalan que promoción es una serie de actividades que realizan las empresas buscando obtener éxito en el incremento de las ventas de sus productos o servicios.

Este tema se tratará en el estudio de mercado ya que se debe determinar las técnicas y actividades que se implementarán para atraer a los clientes potenciales del centro de idiomas, evitando que busquen otros centros.

#### **2.4.23 Estructura organizacional**

*“Se puede definir como el arreglo e interrelación de las partes componentes y de las posiciones de la compañía”*(ROJAS LOPEZ, 2015, pág. 40).

*“La estructura organizacional puede ser definida como las distintas maneras en que puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar luego la coordinación del mismo orientándolo al logro de los objetivos”*(MINTZBER, 2010).

La estructura organizacional comprende las formas como puede ser dividido el trabajo dentro de una organización para alcanzar los objetivos planteados por la empresa.

Este concepto será aplicado para la disposición de roles a cumplir por los miembros de la organización para trabajar de forma óptima y alcanzar las metas trazadas por el centro.

#### **2.4.24 Organigrama**

*“Los organigramas, son representaciones gráficas de las áreas de responsabilidad y de las comunicaciones formales respectivas, son usados por la mayoría de las empresas para indicar exclusivamente la estructuración básica de la organización”*(ROJAS LOPEZ, 2015, pág. 41).

*“Organigrama es la representación gráfica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa, sus relaciones, sus niveles de jerarquía y las principales funciones que se desarrollan”*(LUNA GONZÁLES, 2014, pág. 86).

*“Son la función de la organización es la parte del sistema de dirección que trata de dotar a la empresa de una estructura que posibilite el desarrollo de la metas y objetivos empresariales”*(GUTIERRES ARAGÓN, 2013).

Como resumen de los criterios de Rojas, Luna y Gutiérrez se define que el organigrama es la representación gráfica que muestra la estructura formal de una empresa, en donde se especifica las interrelaciones, funciones y niveles jerárquicos.

Este concepto será analizado en el capítulo de la estructura organizativa, ya que será importante identificar en el organigrama estructural las unidades administrativas, su nivel de autoridad y relación entre ellas; en lo que se refiere al organigrama funcional determinar los roles que cada nivel administrativo tiene bajo su cargo en el centro de inglés.

#### **2.4.25 Manual de funciones**

*“Sirven como medios de comunicación y coordinación para registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática tanto la información de una organización, como las instrucciones y lineamientos necesarios para que desempeñen mejor sus tareas”*(BENJAMÍN & FINCOWSKY, 2014, pág. 194).

*“El manual de funciones en la práctica complementa al manual de la organización y se compone por los organigramas de las unidades que integran la macro estructura y la descripción de los puestos que forman las unidades administrativas de la organización”*(HUAMÁN & RÍOS, 2015).

Como compendio de los conceptos de Benjamín, Fincowsky, Huamán y Ríos se define al manual de funciones como una herramienta que permite organizar la empresa y determinar las funciones de cada puesto de trabajo.



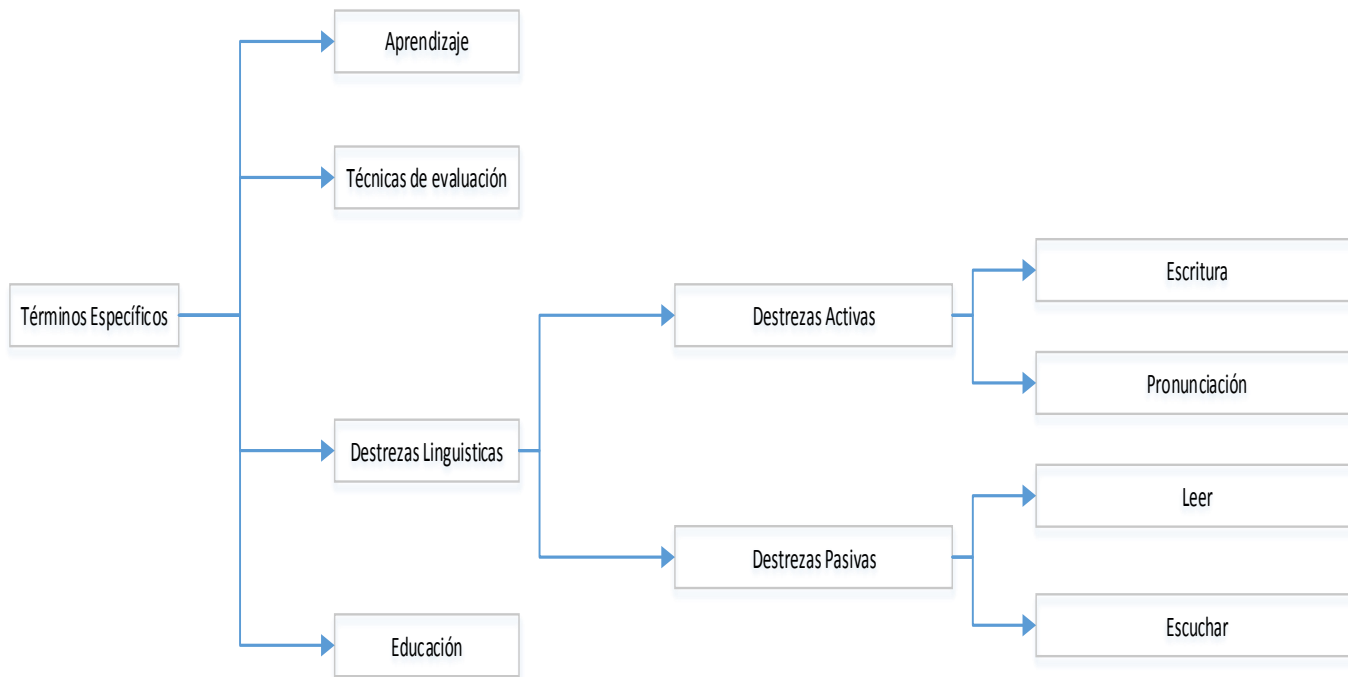
El manual de funciones es un documento que se prepara en una empresa con el fin de delimitar las responsabilidades y las funciones de cada uno de los empleados de la empresa.

Este concepto será analizado en la estructura organizativa, ya que será importante definir las funciones y responsabilidades de cada puesto de trabajo.

## 2.5 Términos Específicos

Se definen conceptos de carácter específico exhibidos en el siguiente organizador gráfico:

*Ilustración 5: Términos Específicos*



### 2.5.1 Aprendizaje

*“El aprendizaje es el proceso de adquirir conocimiento, habilidades, actitudes o valores, a través del estudio, la experiencia o la enseñanza; dicho proceso origina un cambio persistente, cuantificable y específico en el comportamiento de un individuo y, según algunas teorías, hace*

*que el mismo formule un concepto mental nuevo o que revise un previo (conocimientos conceptuales como actitudes o valores)”(GUERRERO SANCHEZ, 2014, pág. 5).*

Es el proceso a través del cual se consiguen nuevas habilidades, destrezas y conocimientos como resultado del estudio o la experiencia.

Este tema será de vital importancia para que el proyecto tenga éxito ya que los clientes potenciales deberán tener la mente abierta y predisposición de aprendizaje para desarrollar el inglés como segunda lengua.

### **2.5.2 Proceso enseñanza-aprendizaje**

*“El proceso interactivo de enseñanza y aprendizaje se encamina fundamentalmente hacia el desarrollo de la comunicación oral, es decir, se favorece el establecimiento de una comunicación recíproca entre estudiantes y docentes quienes han de comprometerse, contribuyendo activamente”(LYNCH, 1996).*

Este tema hace referencia a un proceso organizado y consciente de adquirir conocimientos, desarrollando la destreza de la comunicación, en donde intervienen elementos como el docente, que es quien imparte el conocimiento; estudiantes, quienes aprenden y recursos, que son los medios para desarrollar este proceso.

### **2.5.3 Técnicas de evaluación**

*“Por tradición la evaluación se ha considerado como un proceso ininterrumpido que sirve de fundamento a la enseñanza-aprendizaje. Un proceso sistemático para determinar hasta qué punto alcanzan los alumnos los objetivos de la educación, previamente determinados.*

*El énfasis principal de la evaluación reside en el grado hasta el cual se alcanzan las metas educacionales”(SAAVEDRA, 2004, pág. 27).*

Las técnicas de evaluación son un conjunto de acciones que se orientan a la obtención de información relevante sobre el nivel de aprendizaje de los estudiantes; para determinar en qué medida se está llegando a ellos.

#### **2.5.4 Destrezas lingüísticas del idioma inglés**

*“Se conocen las cuatro destrezas básicas de la lengua a saber: oír, hablar, leer y escribir las cuales se relacionan entre sí a través de dos parámetros:*

- *El modo de comunicación: oral o escrito*
- *La dirección de la comunicación: receptor o emisor del mensaje”*(MEZA & TURCI, 2007).

Las destrezas lingüísticas se clasifican en: productivas y receptoras de la siguiente manera:

Comprensión y producción oral: Hablar y escuchar

Comprensión y producción escrita: Leer y escribir

Ruhstaller, clasifica las destrezas de la siguiente manera:

#### **2.5.5 Destrezas productivas o activas:**

- **Expresión escrita:** consiste en exponer, por medio de signos convencionales y de forma ordenada, cualquier pensamiento o idea.
- **Expresión oral:** comprender la información específica de mensajes orales relativos a situaciones habituales de comunicación, así como la información global de textos orales referentes a situaciones o contenidos conocidos emitidos directamente por hablantes y medios de comunicación.

### 2.5.6 Destrezas receptivas o pasivas:

- Comprensión lectora: es el proceso de elaborar el significado por la vía de aprender las ideas relevantes de un texto y relacionarlas los conceptos que ya tienen un significado para el lector.
- Comprensión auditiva: capacidad y procesos de poder comprender la lengua hablada.

Las destrezas que se deben desarrollar para el dominio del idioma inglés son cuatro, las cuales están clasificadas en dos grupos:

- Pasivas: son las habilidades en las que el estudiante recibe la información escuchando y leyendo.
- Activas: son las habilidades que el estudiante desarrolla para poder establecer la comunicación como es hablar y escribir.

### 2.5.7 Educación

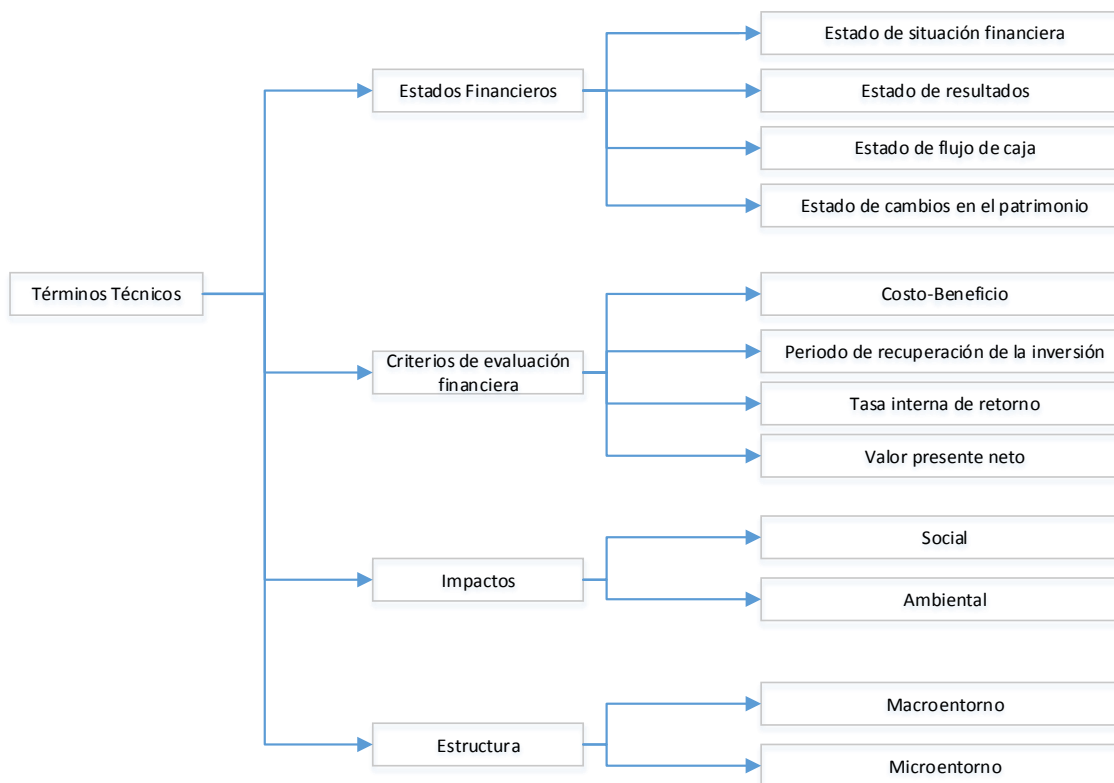
*“La educación reviste características especiales según sean los rasgos peculiares del individuo y de la sociedad ya que es el proceso por el cual el hombre se forma y define como persona. En la situación actual, de una mayor libertad y soledad del hombre y de una acumulación de posibilidades y riesgos en la sociedad, se deriva que la educación debe ser exigente desde el punto de vista que el sujeto debe poner más de su parte para aprender y desarrollar todo su potencial”*(RODRÍGUEZ, y otros, 2017, pág. 22).

Algunos autores definen a la educación como una característica propia del ser humano, en donde día a día se aprende y se maximiza los potenciales, por medio de un proceso multidireccional en el cual se transmiten conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar.

## 2.6 Términos Técnicos

Se conceptualizan términos de carácter técnico que se aplicaran en este proyecto, expuestos en el siguiente organizador gráfico:

Ilustración 6: Términos Técnicos



### 2.6.1 Estados Financieros

*“El objetivo de los estados financieros de la Entidad es proporcionar información sobre la situación financiera, el rendimiento y los flujos de efectivo de la entidad que sea útil para la toma de decisiones económicas de una amplia gama de usuarios que no están en condiciones de exigir informes a la medida de sus necesidades específicas de información”*(MOYA MORENO, 2015, pág. 12).

*“Son los resúmenes que se obtienen del proceso contable durante un periodo, y que permiten analizar la gestión financiera y económica de la organización e manera general o fraccionaria*

*según la necesidad del usuario que lo requiere. En las normas internacionales de contabilidad se plantea la presentación de cuatro (4) estados financieros y las revelaciones o memoriales de cada estado financiero”*(RINCÓN SOTO & GRAJALES LONDOÑO, 2012, pág. 85).

Los autores Moya, Rincón y Grajales manifiestan que los estados financieros proporcionan información sobre la situación financiera y económica de las empresas, misma que tiene como objetivo garantizar la apropiada toma de decisiones en una organización.

Los estados financieros son documentos que preparan las empresas al terminar un ejercicio contable, con el objetivo de conocer la situación financiera y los resultados económicos obtenidos en las actividades empresariales dentro de un periodo.

Los estados financieros serán aplicados en el estudio económico, ya que es importante que existan documentos que respalden toda la actividad financiera y económica de una empresa, los EEEF son muy útiles para saber cómo están las finanzas de la organización, son el respaldo para la toma de decisiones y permiten comparar la evolución o retroceso de la empresa con respecto a años anteriores; en un proyecto de factibilidad los estados financieros son proyectados en base a proformas, ya que la empresa aún no está en marcha.

### **2.6.2 Estado de situación financiera**

*“El balance general presenta un estado resumido de la situación financiera de la empresa en un momento específico. En él se hace un balance entre los activos de la compañía (es decir, sus posesiones), y su financiamiento, mismo que puede estar constituido por deuda (lo que debe) o capital (lo que sus propietarios aportaron)”*(GITMAN & CHAD, 2016, pág. 64).

*“Decimos que este documento contable muestra la situación financiera de un ente económico a una fecha determinada porque nos muestra de manera clara y detallada el valor*

*de cada uno de los derechos y obligaciones de la entidad, así como la composición de su capital”*(DÍAZ FONSECA, 2016, pág. 45).

*“Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un tiempo dado”*(ZAPATA, 2011, pág. 63).

Es el reflejo de la situación financiera en la que se encuentra una entidad a determinada fecha en la que este se realice; el mismo contiene información relevante acerca de los activos, pasivos y patrimonio.

Este estado será aplicado en el estudio financiero, ya que mostrará la situación financiera de la empresa en caso de ser factible el proyecto de la implementación del centro de inglés.

### **2.6.3 Estado de resultados**

*“El estado de pérdidas y ganancias (o estado de resultados) presenta un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa a lo largo de un periodo específico”*(GITMAN & CHAD, 2016, pág. 61).

*“El estado de resultados es uno de los estados financieros básicos que nos muestra la utilidad o pérdida del negocio en un periodo de tiempo (mensual, trimestral, semestral o anual). El estado de resultados está compuesto por una serie de cuentas, tanto en el aspecto de la compra-venta de bienes, como de aquellas que controlan la operatividad de la entidad económica”*(DÍAZ FONSECA, 2016, pág. 80).

*“El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea ganancia o pérdida; resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un periodo determinado. El*

*estado de resultados es dinámico ya que expresa en forma acumulativa las cifras de rentas (ingresos), costos y gastos resultantes en un periodo determinado”(ZAPATA, 2011, pág. 62).*

Este estado contiene un resumen de los resultados del ejercicio contable de una entidad; presenta cuales han sido los hechos con mayor importancia y demuestra el efecto obtenido en un ejercicio fiscal; es de suma importancia para la construcción del flujo de caja del proyecto, por lo que su realización debe ser lo más apegada a la realidad si se quiere obtener una estimación objetiva de la evaluación financiera del proyecto.

#### **2.6.4 Estado de flujo de caja**

*“El estado de flujos de efectivo es un resumen de los flujos de efectivo ocurridos durante el periodo en cuestión. Este estado ofrece información sobre los flujos de efectivo operativos, de inversión y financieros de la empresa, y los reconcilia con los cambios en su efectivo y sus valores negociables durante el periodo”(GITMAN & CHAD, 2016, pág. 67).*

*“El flujo de caja analiza la viabilidad financiera de la empresa o del proyecto, desde el punto de vista de la generación suficiente de dinero para cumplir sus obligaciones financieras y generar efectivo para distribuir entre los socios; además, como condición para medir la bondad de la inversión”(CÓRDOBA PADILLA, 2011, pág. 335).*

El flujo de caja es un EEFF en el cual se puede observar todos los movimientos de efectivo que se realizarán en el proyecto y así determinar de una forma más clara las garantías financieras de realizar dicha inversión, ya que es la diferencia entre ingresos y gastos; este EEFF suministra datos sobre la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras (deudas) y el nivel de liquidez, aportando información significativa que garantiza la salud empresarial.



## **2.6.5 Estado de cambios en el patrimonio**

“El objetivo principal del estado de cambios en el capital contable es mostrar los cambios de la inversión de los accionistas de la empresa, es decir, lo que se denomina capital contable. En este informe, los movimientos realizados para aumentar, disminuir o actualizar las partidas del capital aportado por los accionistas son factores indispensables para su elaboración. Igualmente, las utilidades del período que haya generado el negocio y los dividendos que los accionistas hayan decidido pagarse se incluyen en este estado financiero”(GUAJARDO & ANDRADE, 2015, PÁG. 50).

## **2.6.6 Criterios de evaluación financiera**

### **2.6.6.1 Costo beneficio**

*“También llamado índice de redevabilidad, es el cociente de los flujos descontados de los beneficios o ingresos del proyecto, sobre los flujos descontados de los costos o egresos totales del proyecto”*(ARAUJO ARÉVALO, 2013, pág. 137).

*“Se define como el resultado de dividir el valor actual de los ingresos sobre el valor actual de los costos”*(COLLAZOS CERRÓN, 2016, pág. 126).

Los autores Araujo y Collazos tienen ideas similares para conceptualizar el costo beneficio, manifiestan que es el resultado de dividir los ingresos actuales para los costos actuales.

Es así que el costo beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y los ingresos asociados a un proyecto de inversión.

Este aspecto será aplicado en el estudio financiero, con el fin de evaluar la rentabilidad del proyecto de inversión.

### **2.6.6.2 Periodo de recuperación de la inversión**

*“Su cálculo expresa en que año dentro del resultado obtenido del Flujo de Fondos Totalmente Neto (FFTN) se recupera la inversión”*(FLORES URIBE, 2015, pág. 284).

*“Se define como la magnitud del tiempo en años durante el cual los beneficios o utilidades futuras del proyecto cubren el monto de la inversión”*(ARAUJO ARÉVALO, 2013, pág. 138).

*“El periodo o plazo de recuperación de una inversión es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial del proyecto”*(MARÍN & MONTIEL, 2014, pág. Sección 4).

Flores, Araujo y Marín coinciden en que el periodo de recuperación de la inversión es el plazo para recuperar una inversión.

El periodo de recuperación de la inversión será aplicado en el estudio financiero, ya que es un indicador importante para los inversionistas porque mide en qué tiempo se recobrará el total de la inversión a valor presente, determinando qué tan rentable o riesgoso es el tiempo para recuperar lo invertido.

### **2.6.6.3 Tasa interna de retorno**

*“La tasa interna de retorno se conceptúa como aquella tasa de actualización que hace el valor presente de los ingresos igual al valor presente de los desembolsos, es decir, que el valor actual neto sea igual a cero ( $VAN=0$ )”*(COLLAZOS CERRÓN, 2016, pág. 130).

*“La tasa interna de rendimiento, como se llama frecuentemente, es el índice de rentabilidad ampliamente aceptado. Está definida como la tasa de interés que reduce a cero el valor presente, el valor futuro o el valor anual equivalente de una serie de ingresos y egresos”*(ROJAS LOPEZ, 2015, pág. 154).

*“La TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento ( $r$ ) que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión*

(negativos). En una forma alterna podemos decir que la TIR es la tasa que descuenta todos los flujos asociados con un proyecto a un valor de exactamente cero”(MARÍN & MONTIEL, 2014, pág. sección 3).

Algunos autores coinciden que la TIR es una tasa porcentual que indica la rentabilidad promedio anual que genera el capital invertido en un proyecto.

Por lo que se puede definir que la TIR es la tasa que iguala el valor presente a cero, se representa en porcentaje y trata sobre la reinversión de los flujos netos dentro del giro del negocio.

Este aspecto será aplicado en el estudio financiero, ya que es trascendental definir la rentabilidad que generara el proyecto.

#### **2.6.6.4 Valor presente neto**

*“Es el valor obtenido mediante la actualización de los flujos netos del proyecto, ingresos menos egresos, considerando la inversión como un egreso a una tasa de descuento determinado previamente”*(ARAUJO ARÉVALO, 2013, pág. 137).

*“El valor actual neto denominado también valor presente neto (VPN) se calcula determinando la diferencia existente entre el valor actual de la corriente de ingresos y el valor actual de la corriente de costos”*(COLLAZOS CERRÓN, 2016, pág. 128).

*“Se conoce que el VPN es uno de los criterios más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión, el cual consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial”*(ROJAS LOPEZ, 2015, pág. 146).

Araujo, Collazos y Rojas manifiestan que el valor actual neto es un indicador que es el resultado de la diferencia entre el valor de los ingresos y los costos, determinando si la inversión es redituable o no.

El valor presente neto es un método que evalúa proyectos a largo plazo ya que permite determinar si una inversión cumple con el objetivo de maximizar los beneficios, este indicador será aplicado en el estudio financiero.

## **2.6.7 Impactos**

### **2.6.7.1 Social**

*”Los proyectos de inversión siempre tendrán una incidencia en la vida social de los seres humanos, por lo que es necesario hacer una evaluación completa de las consecuencias de cada proyecto antes de ponerlo en práctica. El impacto social de los proyectos puede ser desde la generación de empleos hasta la mejora en las condiciones de vida del lugar donde se llevara a cabo. Si bien, este impacto no siempre es fácil e medir, debe ser tomado en cuenta buscando siempre indicadores que ayuden a esta evaluación”*(CHÁVEZ, 2014).

*”Corresponde al diseño y ejecución de programas y políticas para satisfacer las necesidades propias del empleado como miembro de una comunidad. Incluye todo lo relativo a programas de salud, educación, recreación, vivienda, culturales para el empleado y sus familiares”*(MIRANDA J. , 2005, pág. 169).

Chávez manifiesta que todos los proyectos generaran un impacto en la sociedad, y que es de suma importancia medir el impacto antes de ponerlos en marcha, ayudándose de indicadores para poder medirlos.

Es importante determinar qué impacto que generará la implementación del centro de idiomas en el aspecto social y la responsabilidad que como organización se tomará con respecto a la sociedad en conjunto.

### **2.6.7.2 Ambiental**

*“La grave crisis ambiental mundial merece medidas objetivas de solución a este problema; la desigualdad de género o la marginación de ciertos sectores de la sociedad hace que se establezca estudios de impactos ambientales, sociales y de igualdad de participación; donde el primero es un estudio técnico y multidisciplinario que se lleva a cabo sobre el medio físico, biológico con el propósito de conservar, proteger, recuperar y/o mejorar los recursos naturales existentes; proyectando una mejor salud y calidad de vida de la población; el otro permite la inclusión de grupos vulnerables por sus condiciones diversas y su impacto social”*(MIRANDA, 2010, pág. 198).

*“En la responsabilidad social y sostenibilidad empresarial es aspecto medioambiental es de aplicación a cualquier tipo de organización y no solo a aquellas cuya actividad tiene una clara relación con el uso de los recursos naturales. Algunas industrias, como por ejemplo la energética, tienen un impacto obvio medioambiental, pero en realidad toda organización genera impactos medioambientales”*(SCADE, 2012).

El estudio y evaluación de los impactos generados por un proyecto es una parte muy importante debido a que es el método que permite la mitigación de problemas relacionados con el ambiente y entorno en el que se llevará a cabo el proyecto; es así que la gestión ambiental debe integrarse en la empresa para mejorar su competitividad y reducir costos para la empresa y el usuario final, mediante la eco eficiencia de la organización. Además una organización al mostrarse ambientalmente responsable eleva su imagen captando más clientes.

## **2.6.8. Estructura**

### **2.6.8.1 Macro entorno**

*“El macro entorno empresarial influye indirectamente en las posibilidades que tiene una empresa para comercializar sus productos o servicios en el tiempo y espacio llamado mercado”*(ROJAS RISCO, 2013).

*“El macro entorno permite a la empresa identificar tanto sus oportunidades de negocio como las amenazas para su funcionamiento, lo cual a veces puede demandar una reorganización de las metas empresariales o un rediseño de su estructura organizativa”*(RIVERA CAMINO & GARCILLAN, 2012, pág. 57).

Los autores Rojas y Rivera tienen un criterio en común acerca del macro entorno, en donde se menciona que este permite establecer las oportunidades y amenazas de mercado, mismas que intervienen indirectamente en las posibilidades de venta de un producto.

Se determinó que el macro entorno representa todas las fuerzas externas, mismas que permiten analizar las opciones de comercialización de un producto o servicio en el mercado.

Este concepto será aplicado en el estudio de mercado, ya que se refiere a todas las fuerzas externas que influyen en la empresa, tales como: demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales.

### **2.6.8.2 Micro entorno**

*“El micro entorno, o ámbito empresarial directo, es el llamado a influir directamente en las fuerzas que luchan por equilibrar un programa de mercadotecnia”*(ROJAS RISCO, 2013).

*“El micro entorno incluye a todos los actores cercano a la empresa que afectan, tanto positiva como negativamente, su capacidad para crear valor para los clientes y relaciones con ellos”*(AMSTRONG & KOTLER, 2013, pág. 67).

El autor Rojas menciona que micro entorno es el espacio estrechamente relacionado a lo interno de la entidad, coincidiendo con Amstrong y Kotler en donde se incluye a todos los miembros quienes son parte de la organización.

Por lo tanto el micro entorno son todas las fuerzas cercanas a la compañía que influyen en su capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes, equilibrando los efectos positivos o negativos que este puede tener.

Este aspecto será aplicado en el estudio de mercado, ya que se refiere a todos los elementos relacionados en forma permanente con la empresa y que influyen directamente en las acciones y resultados diarios, como son: clientes, proveedores, competidores y organismos de control.

## **CAPÍTULO III**

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

#### **3.1 Introducción**

El Estudio de mercado se realizará en la ciudad de Atuntaqui, con la finalidad de determinar el nivel de aceptación que tendrá la creación de un centro de inglés, y a su vez identificar las necesidades de los habitantes del sector en base a los servicios que brindará el centro de idiomas.

Establecer las estrategias adecuadas para lograr introducir el proyecto dentro de un mercado específico, realizando el análisis de la demanda que tendrá la implementación del centro de idiomas en el sector de estudio. Identificar la oferta de productos similares que propone la competencia que se encuentra en ciudades cercanas a Atuntaqui; cuya finalidad es lograr detectar la existencia de un mercado insatisfecho, al cual se pretende cubrir con los servicios que brindará el centro de inglés.

Se determinará la línea de productos y el precio del servicio que se ofertará en el proyecto. El proceso de comercialización que se llevará a efecto, mientras que la publicidad del servicio se la realizará a través de medios de comunicación local.

#### **3.2 Objetivos del Estudio de Mercado**

##### **3.2.1 Objetivo General**

Realizar un estudio de mercado mediante el análisis de variables como la oferta, demanda, producto, precio, plaza, promoción, con el fin de establecer la existencia de demanda insatisfecha y las características de mercado de centros de enseñanza del idioma inglés en la ciudad de Atuntaqui.



### 3.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar la demanda por parte de los ciudadanos de Atuntaqui y la aceptación del centro de idiomas.
- Estudiar la oferta del servicio de clases de inglés dentro del sector de estudio.
- Establecer las estrategias del servicio para que los habitantes del sector conozcan los servicios que brindará el centro de idiomas.
- Analizar las estrategias para la determinación del precio del servicio.
- Determinar los canales de distribución del servicio que ofertará el centro de idiomas.
- Identificar las estrategias de promoción y publicidad que el centro de idiomas utilizará.

### 3.3. Variables e indicadores

Las variables y los indicadores que se tratarán en el estudio de mercado del proyecto del centro de idiomas son:

*Tabla N° 8: Variables e indicadores del estudio de mercado*

<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demanda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuidad y renovación del contrato del servicio.</li> <li>• Niveles de inglés a contratar.</li> <li>• Necesidad de aprender inglés.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferentes de clases de inglés en Atuntaqui</li> <li>• Análisis de la competencia</li> <li>• Proyección de contratos del curso</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientes que más demandaran el servicio</li> <li>• Características</li> <li>• Calidad</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio del servicio</li> <li>• Formas de pago</li> <li>• Ingreso promedio de los clientes</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canales de distribución</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación del proyecto</li> <li>• Cobertura</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad y promoción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Radio</li> <li>• Televisión local</li> <li>• Descuentos y promociones</li> </ul>

### 3.4 Matriz de análisis del estudio de mercado

Tabla N° 9: Matriz de análisis del estudio de mercado

Objetivos específicos del capítulo	VARIABLES ESTABLECIDAS	INDICADORES	Instrumento	Tipo de información	Fuente de información
Identificar la demanda por parte de los ciudadanos de Atuntaqui y la aceptación del centro de idiomas	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>Continuidad y renovación del contrato del servicio</li> <li>Niveles de inglés a contratar.</li> <li>Necesidad de aprender inglés.</li> </ul>	Encuesta Entrevista	Primaria	PEA de Antonio Ante
Estudiar la oferta del servicio de clases de inglés dentro del sector de estudio.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oferentes de clases de inglés en Atuntaqui</li> <li>Análisis de la competencia</li> </ul>	Encuesta Entrevista	Primaria	PEA de Antonio Ante
Establecer las estrategias del servicio para que los habitantes del sector conozcan los servicios que brindara el centro de idiomas.	Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cientes que más demandaran el servicio</li> <li>Características</li> <li>Frecuencia de compra</li> <li>Tipos de paquetes</li> <li>Calidad</li> <li>Aceptación del servicio</li> <li>Disposición para contratar el servicio</li> <li>Importancia del servicio para posibles clientes</li> </ul>	Encuesta	Primaria	PEA de Antonio Ante
Analizar las estrategias para la determinación del precio del servicio.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Precio del servicio</li> <li>Formas de pago</li> <li>Ingreso promedio de los clientes</li> </ul>	Encuesta	Primaria	PEA de Antonio Ante
Determinar los canales de distribución del servicio que ofertara el centro de idiomas.	Plaza	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ubicación del proyecto</li> </ul>	Encuesta	Primaria	PEA de Antonio Ante
Identificar las estrategias de promoción y publicidad que el centro de idiomas utilizará.	Publicidad y promoción	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medios de comunicación más utilizados.</li> </ul>	Encuesta	Primaria	PEA de Antonio Ante

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

### 3.5. Segmentación del mercado

La segmentación del mercado del cantón Antonio Ante permitirá dividir a la población en grupos más pequeños que tengan características y necesidades semejantes, para lo cual se utilizarán variables de estudio geográficas, demográficas y socioeconómicas.

Tabla N° 10: Segmentación de mercado

<b>Criterio</b>	<b>Descripción</b>	<b>Variables de segmentación</b>
Geográfico	País Provincia Cantón  Parroquias	Ecuador Imbabura Antonio Ante  Atuntaqui Andrade Marín San Roque Natabuela Imbaya
Demográfico	Edad Total de estudiantes de educación básica, media y superior. Total de vendedoras y vendedores de almacenes.	15 a 50 años
Socioeconómico	Nivel de ingresos por familia	Superior a \$500.

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

#### 3.5.1 Variables de segmentación

- **Variables geográficas**

Esta variable permitirá identificar grupos de clientes específicos ubicados en el área de estudio, para lo cual se tomará en cuenta la población de las parroquias rurales y urbanas pertenecientes al cantón Antonio Ante.

- **Variables demográficas**

Esta variable es muy utilizada para este tipo de estudios ya que se analiza aspectos relacionados con la demanda como la edad, sexo, ocupación, ingresos, número de hijos, nivel de estudios, deseo

de aprender idiomas, entre otras. Al estar ligada directamente con la demanda para este proyecto, se hará énfasis en el ingreso de los habitantes con la finalidad de conocer el poder adquisitivo de la población objeto de estudio.

- **Variables socioeconómicas**

Por medio de la aplicación de este criterio se agrupará a las personas del cantón Antonio Ante en categorías de estudio, permitiendo establecer indicadores de rango de acuerdo al nivel de ingresos superior a \$500 mensuales.

### **3.5.2 Mercado meta**

Para la identificación del mercado meta, se utilizó como referencia la proyección de la población del cantón Antonio Ante para el año 2017, el cual representa un aproximado de 51.517 habitantes, según información proporcionada por el INEC.

A continuación, se presentará el cálculo para determinar el tamaño de la población, con el objetivo de proceder con el cálculo de la muestra para la aplicación de encuestas. Para la realización de este proceso será necesario tomar información del INEC, que indica que en el cantón Antonio Ante se registra un total de 51.517 habitantes.

### **3.6 Cálculo de la muestra**

Para la determinación del tamaño de la muestra se considera los siguientes aspectos:

Tabla N° 11: Cálculo de la muestra

<b>Criterio</b>	<b>Valor</b>	<b>Fuente de información</b>
Población Antonio Ante 2010	43.518 habitantes	Censo 2010 realizado por el INEC
% Crecimiento poblacional anual	2,5%	Índice de crecimiento poblacional-anual INEC
Total población Antonio Ante 2017	51.729 habitantes	Proyección de la población ecuatoriana, censo 2010 INEC índice de crecimiento económico
% Población entre 18 a 64 años de edad	54,22%	Censo 2010 realizado por el INEC
Total población entre 18 a 64 años de edad	28.047	PDOT Antonio Ante
% Población económicamente Activa PEA	43,6 %	Representa el porcentaje de PEA con relación a la proyección 2017
Total PEA 2017	12.228 habitantes	Estudio de mercado

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

### 3.6.1 Fórmula de la muestra

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

*Donde:*

*n: Tamaño de la muestra*

*N: Tamaño de la población*

*σ: Desviación estándar*

*Z: Nivel de confianza*

*e: Margen de error muestral*

En consecuencia, el tamaño de la muestra para el estudio de mercado se estableció así:

$$N = 12.228$$

$$\sigma = 0,5$$

$$Z = 95\% = 1,96$$

$$e = 5\% = 0,05$$

$$n = \frac{12.228 * 0,5^2 * 1,96^2}{((12.228 - 1) * 0,05^2) + (0,5^2 * 1,96^2)}$$

$$n = 373$$

La muestra del proyecto se estableció con un margen de confianza del 95%, siendo un total de 373 personas, a quienes se les aplicará la encuesta, con la finalidad de determinar la factibilidad del proyecto.

### **3.7. Técnicas e instrumentos de investigación**

Las técnicas e instrumentos que se utilizaron en el estudio de mercado para la creación del centro de idiomas son fuentes primarias como entrevistas, encuestas y fichas de observación, las cuales fueron dirigidas a oferentes y demandantes.

### **3.8. Información primaria**

Es aquella información obtenida de manera directa y dirigida al tema e investigación, los datos obtenidos se redactan en el estudio de campo, esta puede ser recolectada mediante:

#### a) Observación

Esta técnica es precisa para lo que se pretende investigar, permitiendo conocer y analizar la competencia, que son los centros de idiomas que se encuentran en la ciudad de Ibarra, como: Illinois English School y Premium Level quienes tienen mayor posicionamiento en el mercado local.

#### b) Encuesta

Es el instrumento que permite recoger información sobre la opinión de la gente en temas específicos, por medio de un cuestionario previamente diseñado, para luego tabular y analizar los resultados obtenidos.

En este estudio se aplicó las encuestas a los posibles clientes potenciales, con una muestra significativa de 373 personas, este resultado será proyectado con relación al universo.

#### b) Entrevista

La entrevista es una técnica que consiste en una conversación entre el entrevistador y el entrevistado en donde se obtiene información primaria con la finalidad de obtener datos relevantes para el desarrollo del estudio de factibilidad.

Esta técnica fue aplicada a los directores de los centros de idiomas Illinois English School y Premium Level; estos dos centros de inglés están posicionados en el mercado de la ciudad de Ibarra, debido a su experiencia y trayectoria.

- Los dos centros de idiomas Illinois English School y Premium Level ofrecen a los estudiantes cursos de inglés con la certificación internacional de Cambridge y la preparación para la prueba Toefl.
- En Premium Level el precio de un nivel de inglés es de \$500 y en Illinois English School el precio es de \$400; mismo que constan de dos módulos que serán desarrollados en un tiempo aproximado de dos meses y medio.
- Las formas de pago que manejan estos dos centros son: efectivo, cheque, tarjeta de crédito y pagos graduales con la firma de letras de cambio.
- Estos dos centros brindan sus clases con profesionales 100% capacitados en técnicas de enseñanza del idioma inglés; además se maneja una cantidad máxima de seis estudiantes, mínima de 2 estudiantes por nivel para garantizar la enseñanza personalizada.
- Las entrevistadas mencionaron que hay temporadas de mayor afluencia de estudiantes como son los meses de Julio, Agosto y Septiembre que son las vacaciones de escuelas

y colegios, así también en estas fechas buscan cursos de nivelación los jóvenes graduados del colegio para los exámenes de ubicación en las universidades.

- También manifestaron que aproximadamente la tasa de crecimiento de centros de idiomas en la ciudad de Ibarra es del 2% anual.
- Además con la entrevista se obtuvo un dato aproximado del porcentaje de personas de Antonio Ante que contratan cursos de inglés en los centros antes mencionados, que corresponde al 30% del total de estudiantes.

También se entrevistó al presidente de la Cámara de Comercio de Antonio Ante, quien manifestó la necesidad que como comerciantes tienen con respecto al dominio del idioma inglés como medio de comunicación y negociación con clientes extranjeros, mostrando interés por capacitar al personal de ventas de los almacenes de la ciudad de Atuntaqui.



### 3.9. Tabulación y análisis de la información

Encuesta dirigida a las personas de Antonio Ante en edades comprendidas desde los 15 hasta los 65 años.

1) ¿Conoce usted alguna academia de inglés en Antonio Ante?

*Ilustración 7: Conocimiento de existencia de academias a nivel local*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	56	15,01
NO	317	84,99
<b>TOTAL</b>	<b>373</b>	<b>100,00</b>



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

#### ANÁLISIS:

Una parte importante de la población encuestada no conoce una academia de inglés en el cantón Antonio Ante, ya que no ha existido mayor participación de estas en el mercado local; lo que indica que 8 de cada 10 de las personas encuestadas no tienen conocimiento acerca de este servicio.

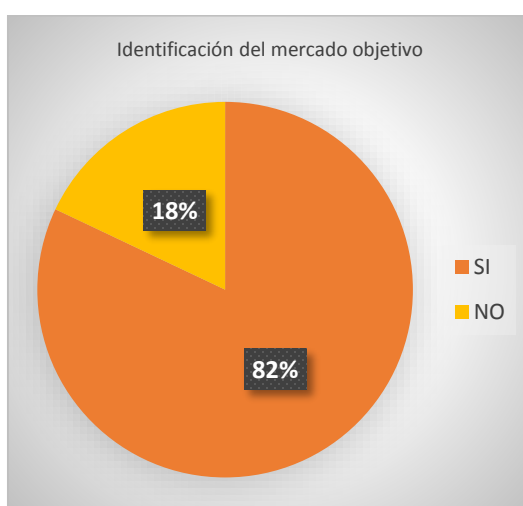
El objetivo de esta pregunta fue recopilar información que permita conocer si existe un centro de inglés parecido al que se propone en este trabajo.

Este dato es muy importante por cuanto proporcionó información que permitirá conocer si hay o no competencia en el mercado de Antonio Ante.

2) ¿La creación de una academia de inglés en la ciudad de Atuntaqui sería positiva para usted, miembros de su familia o empresa?

*Ilustración 8: Identificación del mercado objetivo*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	306	82,04
NO	67	17,96
TOTAL	373	100,00



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

### **ANÁLISIS:**

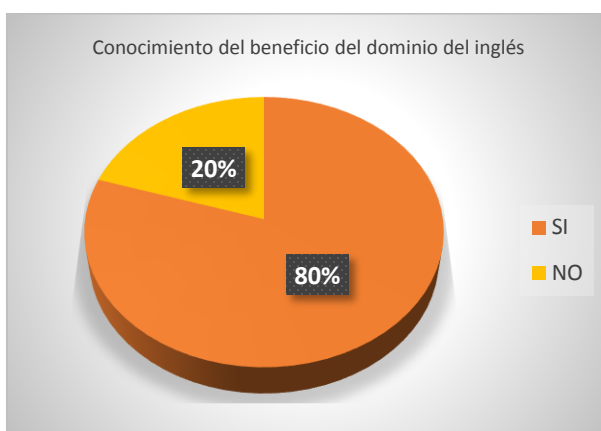
La mayoría de la población encuestada concuerda con que la creación de un centro de inglés en Atuntaqui, sería positiva para la sociedad anteña.

Esta información es significativa ya que ofrece un panorama de factibilidad para implementar en el mercado el centro de idiomas, ya que las personas reconocen el impacto positivo de su creación. Cabe resaltar que anteriormente hubo una academia de inglés en la ciudad.

3) ¿Está de acuerdo en que actualmente es un requisito y beneficio para su vida el dominio del idioma inglés?

*Ilustración 9: Conocimiento del beneficio del dominio del inglés*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	298	79,89
NO	75	20,11
TOTAL	373	100,00



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

### **ANÁLISIS:**

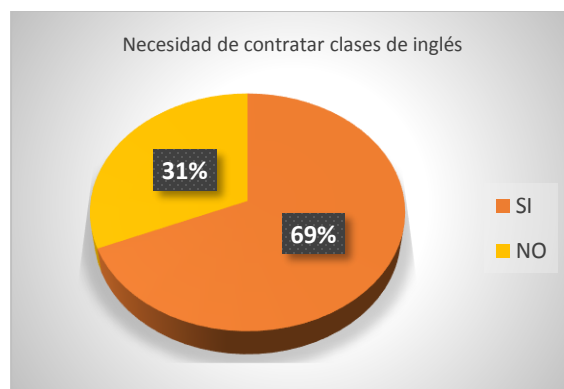
Tomando como referencia que es significativo que las personas reconozcan la importancia del inglés para el desarrollo estudiantil y profesional, la mayoría de la población encuestada se identifica con este enunciado, con una representación del 80%.

Este dato es sustancial ya que el objetivo de la pregunta fue identificar el conocimiento y nivel de aceptación que podría tener el proyecto en caso de ejecutarse.

## 4) ¿Ha necesitado contratar clases de inglés?

Ilustración 10: Necesidad de contratar clases de inglés

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	256	68,63
NO	117	31,37
TOTAL	373	100,00



Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: La Autora  
 Año: 2018

**ANÁLISIS:**

Los resultados de esta pregunta indican que el 69% de la población encuestada ha necesitado contratar el servicio que este proyecto brindará, formando parte de la población sujeta a este estudio.

El objetivo es delimitar el mercado meta para recopilar datos útiles para el desarrollo de este capítulo, esta información es importante en la ejecución del proyecto ya que se requiere conocer cuál es el porcentaje de personas que han necesitado clases de inglés, mismas que pueden convertirse en potenciales clientes.

## 5) ¿En qué rango se encuentra el nivel de ingresos mensuales de su hogar?

Ilustración 11: Nivel de ingresos por hogar

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$386 a \$500	145	38,87
Entre \$500 a \$1000	172	46,11
Superior a \$1000	56	15,01
TOTAL	373	100,00



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

### ANÁLISIS:

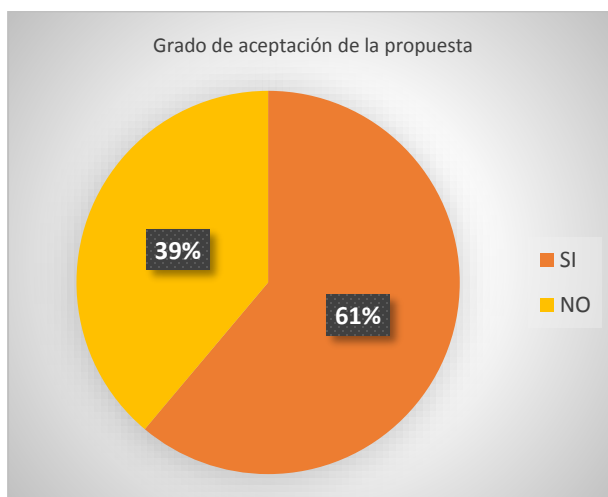
El 46% de los encuestados tienen un nivel de ingresos promedio entre \$500 y \$1.000 y el 39% un ingreso entre los \$386 a \$500; lo que indica que la mayoría de las personas encuestadas estarían en la capacidad de contratar clases de inglés para los miembros de su familia; formando parte del mercado meta.

Este dato direcciona para conocer el poder adquisitivo de los posibles clientes, ya que el 60% de la población encuestada tienen intención de contratar este servicio.

## 6) ¿Estaría dispuesto a contratar un paquete de clases de inglés?

Ilustración 12: Grado de aceptación de la propuesta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	228	61,13
NO	145	38,87
TOTAL	373	100,00



Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: La Autora  
 Año: 2018

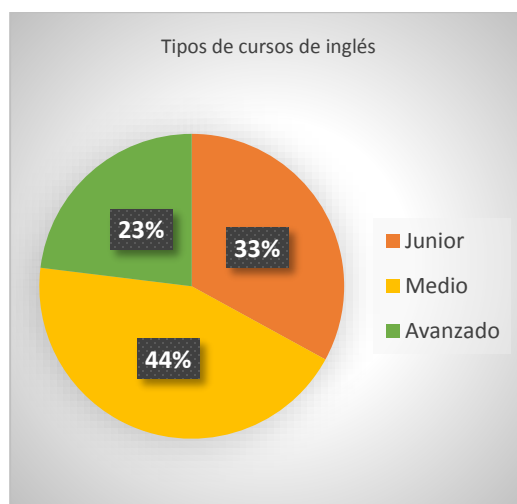
**ANÁLISIS:**

La encuesta permitió conocer cuáles son los posibles clientes con la ejecución del proyecto, debido a que el gráfico demuestra que un porcentaje mayoritario tiene interés en contratar clases de inglés, exponiendo así que el servicio tendrá aceptación en el mercado.

## 7) ¿Qué tipo de curso contrataría?

Ilustración 13: Tipos de cursos de inglés

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Junior	123	32,98
Medio	164	43,97
Avanzado	86	23,06
TOTAL	373	100,00



Fuente: Encuesta  
 Elaborado por: La Autora  
 Año: 2018

**ANÁLISIS:**

El 44% de los encuestados tienen predisposición de contratar los cursos de inglés hasta un nivel medio, seguido de un 33% que contrataría un curso junior o básico; lo que permite identificar cuál de los servicios tendrá mayor acogida por parte de los clientes potenciales.

8) ¿Cuántos niveles de inglés estaría dispuesto a contratar, sabiendo que cada nivel consta de tres módulos?

*Ilustración 14: Niveles a contratar*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 Nivel	103	27,61
2 Niveles	198	53,08
3 Niveles	72	19,30
TOTAL	373	100,00



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

### ANÁLISIS:

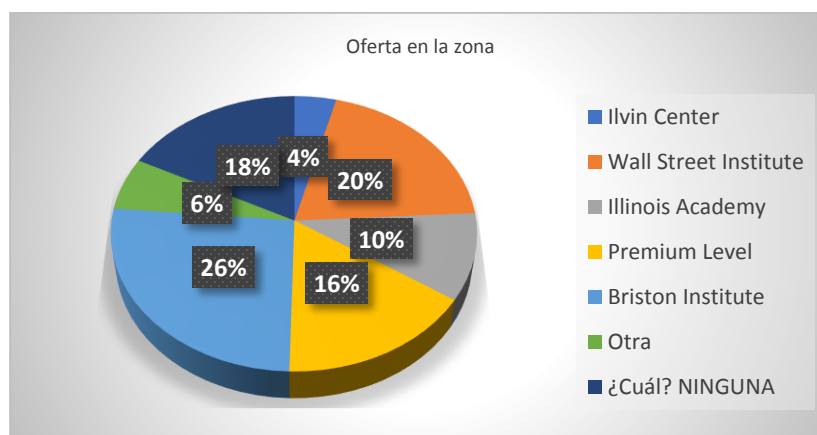
En relación a la frecuencia de contratos de clases de inglés, el gráfico indica que los cursos tendrán aceptación, ya que es una necesidad para los estudiantes de educación básica, media y superior; esta información indica que generalmente se contratarán dos niveles de inglés que equivalen a 6 módulos de clases.



9) ¿Con qué academia de inglés ha tenido un acercamiento previo para conocer acerca de la oferta de cursos de inglés similares al que se plantea?

Ilustración 15: Oferta en la zona

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Ilvin Center	15	4,02
Wall Street Institute	75	20,11
Illinois English School	38	10,19
Premium Level	60	16,09
Briston Institute	97	26,01
Otra	23	6,17
¿Cuál? NINGUNA	65	17,43
TOTAL	373	100,00



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

### ANÁLISIS:

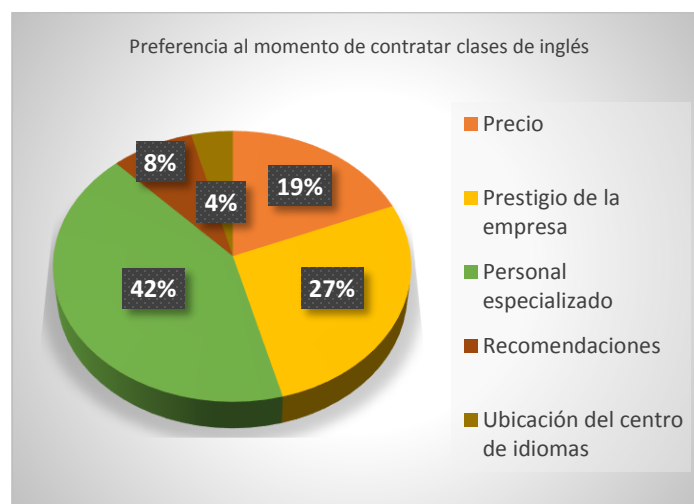
Para el análisis de la competencia, el principal competidor es Briston Institute con un mayor porcentaje, ya que ellos contaban con una sucursal en la ciudad de Atuntaqui, siendo la opción más conocida y con quienes las personas encuestadas han tenido acercamiento para la contratación de clases de inglés.

El objetivo de esta pregunta está direccionado a determinar la competencia que existe en la ciudad de Atuntaqui y en ciudades cercanas a ésta.

10) ¿Qué aspectos considera más importante al momento de contratar un paquete de clases de inglés?

Ilustración 16: Preferencia al momento de contratar clases de inglés

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	70	18,77
Prestigio de la empresa	101	27,08
Personal especializado	157	42,09
Recomendaciones	30	8,04
Ubicación del centro de idiomas	15	4,02
TOTAL	373	100,00



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

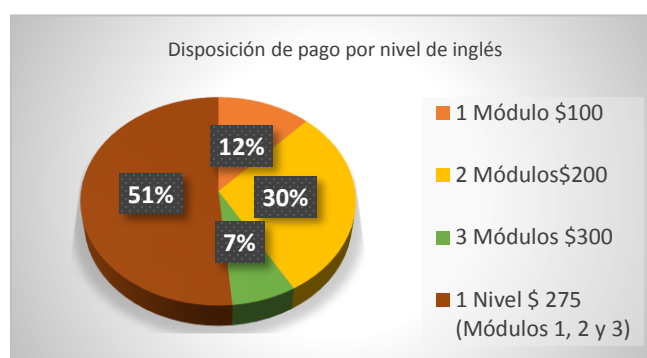
## ANÁLISIS:

El 42% de los encuestados demuestran que el principal factor que influye para contratar cursos de inglés es el personal especializado con el que cuenta el centro de idiomas, seguido del prestigio de la empresa oferente del servicio; variables que permitirán fortalecer algunos factores del proyecto para captar la atención de los clientes potenciales.

11) ¿Qué valor monetario estaría dispuesto a invertir por un nivel de inglés para un miembro de su familia o empresa, conociendo que cada nivel consta de tres módulos?

*Ilustración 17: Disposición de pago por nivel de inglés*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 Módulo \$100	45	12,06
2 Módulos \$200	110	29,49
3 Módulos \$300	26	6,97
1 Nivel \$ 275 (Módulos 1, 2 y 3)	192	51,47
TOTAL	373	100,00



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

## ANÁLISIS:

En el gráfico se puede identificar que un porcentaje mayoritario de las personas estarían dispuestos a contratar un nivel por \$275, ya que obtendrían un descuento de \$25 por nivel, a diferencia de realizar pagos individuales por cada módulo.

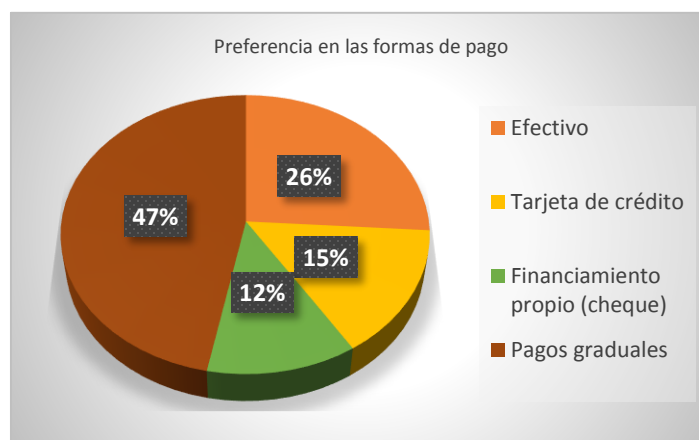
Esta pregunta tiene como objetivo determinar el valor monetario que los clientes potenciales están dispuestos a pagar por el curso de inglés.

Si bien, no toda la información generada por la encuesta tendrá carácter decisor en el precio del servicio, los resultados obtenidos sirven como punto de referencia fundamental para el desarrollo de la propuesta.

12) Para poder contratar un curso de inglés, ¿Cuál de las siguientes alternativas sería su forma de pago?

*Ilustración 18: Preferencia en las formas de pago*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Efectivo	97	26,01
Tarjeta de crédito	56	15,01
Financiamiento propio (cheque)	45	12,06
Pagos graduales	175	46,92
<b>TOTAL</b>	<b>373</b>	<b>100,00</b>



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

### **ANÁLISIS:**

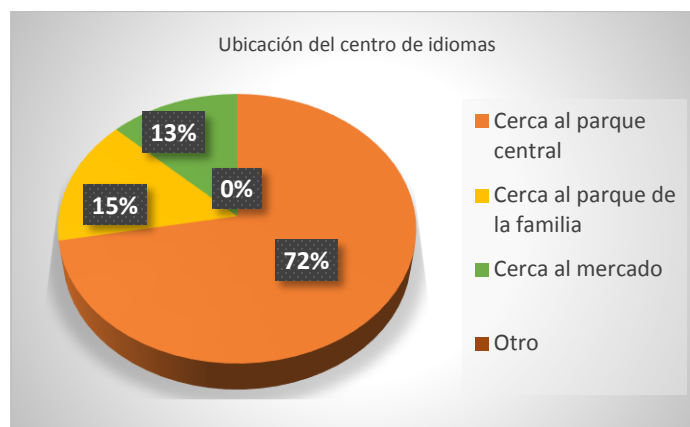
En el gráfico se puede identificar que un porcentaje mayoritario de las personas prefieren que los pagos sean en cuotas, por lo que en el proyecto se definirán las condiciones y tiempos de esta forma de pago, ya que será un crédito directo entre el estudiante y el centro de idiomas.

Esta información es importante ya que permite identificar cuáles serán las condiciones y garantías para que los futuros clientes puedan acceder a realizar la contratación con pagos graduales.

13) ¿En dónde le gustaría que este ubicado el centro de idiomas en la ciudad de Atuntaqui?

Ilustración 19: Ubicación del centro de idiomas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cerca al parque central	269	72,12
Cerca al parque de la familia	56	15,01
Cerca al mercado	48	12,87
Otro	0	0,00
TOTAL	373	100,00



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

### ANÁLISIS:

Se estableció que la mayoría de las personas encuestadas prefieren que la academia de idiomas este ubicada en el centro de la ciudad cerca al parque central ya que es más fácil llegar a este lugar por la afluencia del transporte urbano e inter cantonal en horarios desde las 6h30 am hasta las 20h00. Este dato es de suma importancia para definir la micro localización del proyecto.

14) ¿Cuáles son los medios de comunicación por los que le gustaría tener información sobre los cursos de inglés?

*Ilustración 20: Preferencia de recepción de información promocional y publicitaria*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	125	33,51
Televisión	72	19,30
Redes sociales	176	47,18
TOTAL	373	100,00



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

### ANÁLISIS:

En la actualidad las redes sociales se han convertido en el medio propicio para poder llegar a los posibles consumidores de una manera rápida, personalizada y económica; es por esto que la encuesta muestra la preferencia que la población tiene para recibir información acerca de los cursos de inglés por estos medios.

Por lo tanto estos datos permiten conocer cuáles son los medios óptimos para publicitar al centro de idiomas.

### 3.10. Demanda

La importancia de la demanda reside en la generación de información relacionada con la cantidad de productos que el mercado objetivo requiere para la satisfacción de las necesidades de un segmento de la población; la identificación de la demanda dentro de la formulación de proyectos de inversión es significativa ya que permite estimar si el proyecto tiene o no potencial suficiente para ser ejecutado.

En este estudio de mercado se ha identificado que actualmente no existe un centro de enseñanza de inglés en la ciudad de Atuntaqui, para la caracterización de la demanda se toma en cuenta los datos adquiridos en las encuestas realizadas en el cantón Antonio Ante, teniendo como resultado que el 61% del total de los encuestados están dispuestos a contratar las clases de inglés.

Por lo cual se aplica la ecuación matemática que implica el total de personas que pertenezcan a la segmentación de mercado anteriormente propuesta por el porcentaje de personas que manifestaron su predisposición para contratar el servicio.

$$\textit{Demanda} = \textit{Tamaño de la población} * \textit{Resultado de la encuesta}$$

$$\textit{Demanda} = 12.228 * 61\%$$

$$\textit{Demanda} = 7.459 \textit{ personas}$$

Por otra parte, el análisis de la frecuencia de contratos es un punto muy importante en cuanto a la determinación de la demanda, pues en la aplicación de las encuestas en la pregunta 8 se mostró que el 53% del total de los encuestados contrataría dos niveles de inglés que constan de 6 módulos.

Tabla N° 12: Demanda potencial del servicio

NIVEL	MODULOS	UNIDADES	TIEMPO	TIEMPO EN MESES	DEMANDA OBJETIVO ANUAL	FRECUENCIA DE CONTRATOS (PREGUNTA 8)	PROYECCION DE CONTRATOS (2 NIVELES)
1 NIVEL ELEMENTARY	1.1	U 1	1 SEMANA	1 MES	7.459	0,53	3.960
		U 2	1 SEMANA				
	1.2	U 3	1 SEMANA				
		U 4	1 SEMANA				
	1.3	U 5	1 SEMANA				
		U 6	1 SEMANA				
2 NIVELES PRE INTERMEDIATE	1.1	U 1	1 SEMANA	1 MES	7.459	0,53	3.960
		U 2	1 SEMANA				
	1.2	U 3	1 SEMANA				
		U 4	1 SEMANA				
	1.3	U 5	1 SEMANA				
		U 6	1 SEMANA				
<b>TOTAL</b>	<b>6 MODULOS</b>	<b>12 UNIDADES</b>	<b>12 SEMANAS</b>				

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

### 3.10.1 Proyección de la demanda

La proyección de la demanda se hará en base al 2,5% del crecimiento poblacional de la zona de influencia proporcionado por el PDOT de Antonio Ante y en cuanto a la población se tomó el dato arrojado por las encuestas, que representa al 61% de la población meta que es 7.459 personas; con una proyección de 5 años.

Tabla N° 13: Demanda proyectada

N	Año	DEMANDA ANUAL PROYECTADA	Tasa de crecimiento
0	2018	7.459	2,50%
1	2019	7.646	
2	2020	7.837	
3	2021	8.033	
4	2022	8.233	
5	2023	8.439	

Elaborado por: La Autora

Año: 2018



Estos datos permitirán pronosticar la demanda insatisfecha considerando las personas que realmente están dispuestas a contratar el servicio propuesto en el proyecto.

### 3.11. Oferta

Partiendo del concepto de que la oferta es la cantidad de bienes y servicios a la venta que existen en un mercado a un precio determinado, se identificará la oferta local.

En el cantón Antonio Ante, no existe ningún centro de enseñanza del idioma inglés; sin embargo hay docentes que brindan este servicio en sus casas; es por este motivo que se investigó las academias de inglés que existen en ciudades cercanas a Antonio Ante, como son Ibarra y Otavalo, las cuales representan una competencia indirecta.

*Tabla N° 14: Oferta real del servicio*

<b>Centros de idiomas</b>	<b>Oferta mensual</b>	<b>Oferta anual</b>	<b>Porcentaje de atención al mercado</b>
Illinois Academy	140	1.680	21,05
Premium Level	175	2.100	26,32
Academic English	110	1.320	16,54
Ilvin Institute	90	1.080	13,53
Otros centros	120	1.440	18,05
Profesores particulares	30	360	4,51
<b>Total</b>	<b>665</b>	<b>7.980</b>	<b>100,00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

#### 3.11.1 Proyección de la Oferta

La proyección de la oferta se realizó en base al número de estudiantes que tienen los tres centros de idiomas que proporcionaron información, y se proyecta en base al porcentaje de crecimiento estimado por los directores de los institutos, que corresponde al 2%, de acuerdo a la experiencia y al tiempo que vienen desarrollando estas actividades.

Tabla N° 15: Oferta proyectada

N	Año	Tasa de crecimiento estimada	Proyección de la Oferta Anual	% estudiantes Antonio Ante (30%)
0	Año 2018		4.320	1.296
1	Año 2019		4.406	1.322
2	Año 2020	2,00%	4.495	1.348
3	Año 2021		4.584	1.375
4	Año 2022		4.676	1.403
5	Año 2023		4.770	1.431

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

### 3.12. Balance Oferta - Demanda

Luego de haber determinado la demanda y la oferta se dispondrá a realizar un balance entre las dos variables, con la finalidad de identificar la demanda insatisfecha que existe en el cantón Antonio Ante con respecto a la necesidad de contratar clases de inglés; para así poder determinar la viabilidad de poner en marcha el proyecto.

Tabla N° 16: Demanda insatisfecha

Año	Flujo de demanda proyectada	Flujo de oferta proyectada	Demanda insatisfecha del proyecto (anual)	Demanda insatisfecha del proyecto (mensual)
2018	7.459	4.320	3.139	262
2019	7.646	4.406	3.239	270
2020	7.837	4.495	3.342	279
2021	8.033	4.584	3.448	287
2022	8.233	4.676	3.557	296
2023	8.439	4.770	3.670	306

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

De acuerdo con la capacidad productiva del proyecto se espera poder atender al 15% de la demanda insatisfecha calculada, que para el año 2018 representa a 39 personas cada mes.

### 3.13. Producto

El centro de idiomas como producto ofrecerá tres niveles de inglés, cada uno de estos niveles constan de 3 módulos; el nivel máximo que se ofertara será lo que concierne a un perfil B1 de acuerdo a los parámetros del Marco Común Europeo de Referencia de las Lenguas; con respecto al English Profile de Cambridge corresponde al nivel Intermediate. En donde el estudiante es capaz de comprender frases y expresiones de uso frecuente relacionadas con áreas de experiencia que le son relevantes; sabe comunicarse a la hora de llevar a cabo tareas; sabe describir en términos sencillos aspectos de su origen personal y su formación, su entorno directo, así como cuestiones relacionadas con sus necesidades inmediatas.

### 3.14. Precio

El precio será fijado de acuerdo con los de la competencia, es parte fundamental para el desarrollo del proyecto ya que de este dependerá que la empresa obtenga rentabilidad.

#### 3.14.1 Análisis de Precios

El análisis de precios por módulos de inglés se basa en la información obtenida en las entrevistas y fichas de observación de los centros de idiomas existentes en el mercado local.

*Tabla N° 17: Precios de la oferta local*

<b>Centros De Idiomas</b>	<b>Precio Por Módulo</b>	<b>Precio Por Nivel</b>
Illinois Academy	\$200,00	\$400,00
Premium Level	\$250,00	\$500,00
Academic English	\$180,00	\$360,00
<b>Promedio De Precios</b>	<b>\$210,00</b>	<b>\$420,00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

### 3.14.2 Fijación de Precios

Después de haber analizado la información de costos que se obtuvo en la investigación realizada a la oferta, se determinó que el promedio de precios es de \$420 por nivel, el precio fijado para el proyecto debe estar de acuerdo con la predisposición de pago determinado en la encuesta realizada a los clientes potenciales.

Según los datos arrojados por la encuesta cada nivel que consta de 3 módulos tendrá un costo de \$310,00 basados en el precio del mercado local.

### 3.14.3 Sensibilidad de la investigación

Para realizar la proyección se tomó en cuenta la tasa de inflación prevista para el año 2018 del 2,456% según los datos históricos del Banco Central del Ecuador.

*Tabla N° 18: Promedio de inflación*

Años	% Inflación
2013	3,68
2014	3,62
2015	3,66
2016	1,12
2017	-0,2
Promedio de la inflación	2,376

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Para la proyección de precios de los niveles de inglés hasta el año 2023 se aplicó la tasa promedio de crecimiento histórico de inflación de los últimos cinco años, con la finalidad de que los datos sean más razonables.

Tabla N° 19: Precio proyectado

N	Año	Precio Proyectado Por Nivel	% Inflación
0	2018	\$310,00	
1	2019	\$317,00	
2	2020	\$325,00	2,38%
3	2021	\$333,00	
4	2022	\$341,00	
5	2023	\$349,00	

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

CORREGUIR

### 3.15. Plaza

- El proyecto estará ubicado en un lugar donde existan todas las instalaciones requeridas, para un ambiente óptimo de enseñanza-aprendizaje
- Un lugar estratégico que esté cerca al parque central de Atuntaqui ya que es importante que el cliente tenga fácil acceso al centro de idiomas.

### 3.16. Promoción

Durante las encuestas realizadas y la observación directa a los centros de idiomas, se pudo observar que la forma de promocionarse es bajando los precios de los cursos cuando se inscriben dos o más personas; así también el precio baja si los pagos se realizan en efectivo.

Para la promoción se realizará lo siguiente:

- Se ofrecerá un descuento del 20% si se hace un solo contrato del nivel completo que consta de 3 módulos y el pago es en efectivo
- Cuando se inscriban al curso dos personas se aplicará un descuento del 10% del precio inicial
- Si el estudiante invita a un referido directo y éste contrata las clases se le obsequiará un folleto de estrategias de comunicación.

- Las clases se desarrollan progresivamente español-inglés para llegar de mejor manera a los estudiantes; garantizando el entendimiento de las unidades tratadas por cada módulo.

### **3.17. Publicidad**

Para dar a conocer las clases que ofrece el centro de idiomas se utilizarán algunas estrategias de marketing digital, tales como páginas web y redes sociales logrando así captar clientes que se beneficiarán del servicio; minimizando costos y brindando respuestas inmediatas a las interrogantes de los mismos.

Para quienes no tengan acceso a este tipo de tecnología se prepararán hojas volantes con fotografías e información acerca de los cursos, precios y promociones; así también se solicitará un espacio publicitario en la radio La Fabrica FM del cantón Antonio Ante.

### **3.18. Conclusiones del estudio de mercado**

- Mediante el estudio de mercado en el cantón Antonio Ante se ha determinado que es factible la creación de un centro de idiomas ya que las personas tienen interés por contratar este servicio.
- Con la aplicación de las encuestas se determinó que un 61% de la muestra ha necesitado contratar clases de inglés, debido a que actualmente en la ciudad no hay una academia que brinde clases de inglés, muchas personas han tenido que contratarlo en Ibarra y Otavalo; mientras que otras personas no han podido acceder a este servicio porque es más difícil su desplazamiento a las ciudades antes mencionadas.
- Para la demanda y la oferta se acogió información proporcionada por los centros de idiomas de la ciudad de Ibarra donde se realizó las entrevistas y los datos de las

encuestas en donde si existe predisposición por parte de la población de Atuntaqui para contratar el servicio.

- Para la proyección de la demanda se estableció el porcentaje de crecimiento de la población que en el caso de Antonio Ante es del 2,5%, información obtenida del PDOT de Antonio Ante; la proyección de la oferta se hizo en base a la estimación de la creación de centros de inglés en la ciudad de Ibarra, información obtenida de la entrevista con las representantes de Illinois English School y Premium Level.
- Se determinó que existe una demanda insatisfecha moderada en relación a las necesidades y al servicio que brindan otros centros, la cual puede ser aprovechada en este proyecto.

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.1 Introducción

El estudio técnico es análisis de todos los elementos necesarios para conocer los procesos de la formulación y ejecución de un proyecto de inversión. Para este proyecto se estimará paso a paso como se va ir implementando el centro de idiomas.

Para ello se describirán y analizarán detalladamente factores como el proceso de producción, el tiempo que se necesita para su ejecución, la ubicación de la empresa macro y micro localización, los costos del producto o servicio a ofertar y la cantidad de recursos humanos, materiales y financieros necesarios para la realización del proyecto.

El diseño de este capítulo se realizó con el aporte de personas que tienen experiencia en esta área, cuyo aporte consistió en determinar el proceso de enseñanza aprendizaje con el número de horas necesario para que éste tenga resultados positivos y el número de docentes necesarios.

Así también se demandó la participación de instituciones financieras para determinar las formas de financiamiento, tasas de interés y facilidades para acceder a un crédito.

#### 4.2. Objetivo general

Realizar un estudio técnico a través del uso de instrumentos de investigación que permitan cuantificar la inversión inicial que requiere la implementación de un centro de enseñanza del idioma inglés en la ciudad de Atuntaqui.

##### 4.2.1 Objetivos específicos

- Definir la macro y micro localización idónea para el centro de idiomas.
- Establecer el tamaño adecuado del proyecto.



- Analizar las alternativas de financiamiento existentes y seleccionar la que mejor convenga al centro de idiomas.
- Establecer la distribución e instalaciones de la planta del proyecto.
- Describir con detalle el proceso enseñanza-aprendizaje.
- Establecer el monto total de la inversión para la puesta en marcha del proyecto.

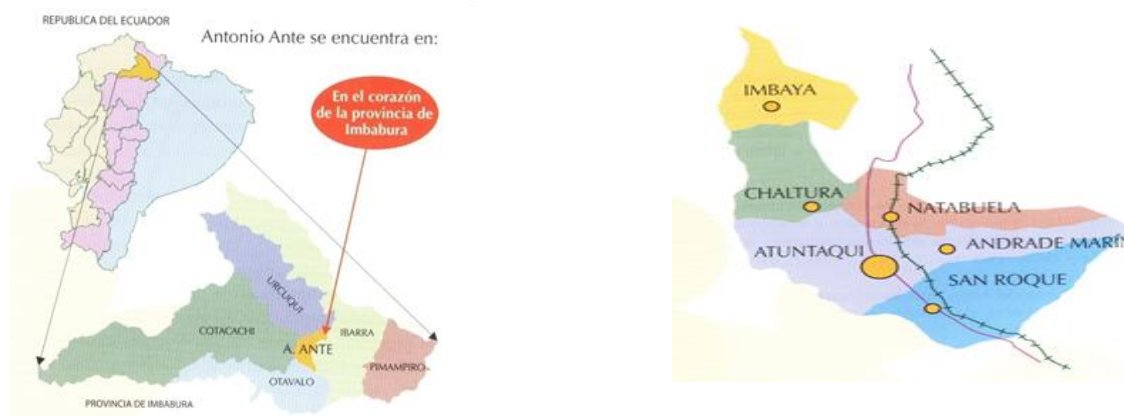
### 4.3 Localización del proyecto

Para la localización del proyecto es importante analizar diferentes lugares donde se puede implementar la empresa, con el propósito de conocer el lugar estratégico para su ubicación, optimizando costos y maximizando beneficios para la empresa.

#### 4.3.1 Macro localización

La macro localización implica la elección de la ubicación geográfica donde se implementará el proyecto, evaluando aspectos que ofrezcan mejores escenarios con lo que respecta a: ubicación hacia los clientes, proximidad a la adquisición de materia prima, disponibilidad de mano de obra y vías de acceso. Bajo este contexto, el centro de idiomas estará ubicado en Ecuador, en la Sierra Norte, Zona1, provincia de Imbabura, ciudad de Atuntaqui.

*Ilustración 21: Macro localización del proyecto*



Fuente: Slide player - Desarrollo económico local - Caso sector textil de Atuntaqui  
Año: 2018

### 4.3.2 Micro localización

Para establecer la micro localización del proyecto se realizará un método de valoración cuantitativa de los factores de localización, lo que permitirá seleccionar entre varias opciones la que mejor se ajuste a los requerimientos del evaluador.

La aplicación de este método demanda los siguientes pasos:

- a. Determinar los factores más influyentes de la ubicación.
- b. Asignar un valor ponderado a cada factor según el grado de importancia que cada uno tenga.
- c. Comparar las opciones de localización y puntuarlas en una escala de calificación, según la opinión del evaluador.
- d. Sumar los puntajes ponderados de cada opción.

El factor que sume el puntaje más alto será la alternativa de micro localización seleccionada para el proyecto.

Como resultado, se ha definido la escala de evaluación y los factores a ser evaluados en el proceso de selección del lugar de implementación del centro de idiomas.

El nivel de evaluación será en la escala del 1 al 5.

Excelente	5
Muy Bueno	4
Bueno	3
Regular	2
Irregular	1

El peso porcentual de cada factor es:

*Tabla N° 20: Factor de localización*

FACTOR DE LOCALIZACIÓN	PESO RELATIVO
	%
Disponibilidad de talento humano calificado	25%
Infraestructura	22%
Servicios básicos	16%
Frecuencia de transporte (buses y taxis)	15%
Seguridad	12%
Vías de acceso	10%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

- **Disponibilidad de talento humano calificado:** es trascendental estar ubicados en un lugar donde se pueda contar con el personal idóneo para el correcto desempeño del proyecto.
- **Infraestructura:** Es importante encontrar un local de arriendo acorde a las necesidades del proyecto.
- **Servicios básicos:** Hace referencia a servicios como agua luz, teléfono e internet
- **Frecuencia de transporte:** Se refiere al acceso a todo tipo de transporte para llegar al centro de idiomas y el retorno a los hogares de los estudiantes.
- **Seguridad:** Es importante que en donde esté ubicado el centro de idiomas haya seguridad, Atuntaqui presenta niveles de delincuencia muy bajos sin embargo la UPC se encuentra a pocos pasos del parque Antonio José de Sucre.
- **Vías de acceso:** es importante que las vías de acceso estén en buen estado para brindar mayor facilidad para acudir a las clases de inglés.

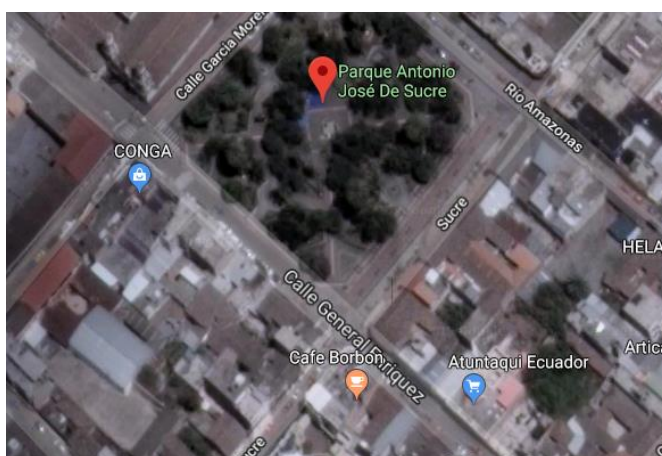
Tabla N° 21: Micro localización

FACTOR DE LOCALIZACIÓN	PESO RELATIVO %	CERCA AL PARQUE CENTRAL		CERCA AL PARQUE DE LA FAMILIA		CERCA AL MERCADO	
		CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
Disponibilidad de talento humano calificado	25%	4	1	3	0,75	3	0,75
Infraestructura	22%	5	1,25	3	0,75	3	0,75
Servicios básicos	16%	5	1,25	4	1	4	1
Frecuencia de transporte (buses y taxis)	15%	3	0,75	3	0,75	3	0,75
Seguridad	12%	3	0,75	3	0,75	2	0,5
Vías de acceso	10%	4	1	3	0,75	3	0,75
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>24</b>	<b>6</b>	<b>19</b>	<b>4,75</b>	<b>18</b>	<b>4,5</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

Como se puede evidenciar en la matriz de evaluación cuantitativa el sector más puntuado para la instalación del centro de idiomas es cerca al parque Antonio José de Sucre en el centro de Atuntaqui, mismo que obtuvo una calificación de 6 puntos en relación con los otros lugares tomados en cuenta para el análisis, lo que implica que este es el sector idóneo para la puesta en marcha del proyecto.

Ilustración 22: Micro localización del proyecto



Fuente: Google Maps  
Año: 2018

El centro de idiomas estará ubicado cerca al parque Antonio José de Sucre, en las calles General Enríquez y Sucre en el segundo piso del edificio de Tejidos Carlex. Tiene una superficie de 161,56m<sup>2</sup>.

El sector cuenta con todos los servicios básicos; posee vías de acceso en buen estado, disponibilidad de transporte público y goza de una ubicación preferencial ya que se encuentra en el centro de la ciudad.

#### **4.4 Tamaño del proyecto**

En el tamaño del proyecto es indispensable definir los recursos necesarios para llevar a cabo la planificación durante un tiempo determinado e identificar la magnitud de la inversión a emplear.

##### **4.4.1 Factores determinantes del tamaño del proyecto**

La ejecución de un proyecto demanda una gran cantidad de recursos, está constituido por diversos rubros que son de gran importancia para la implementación de la microempresa, entre ellos están los siguientes:

- **Disponibilidad de proveedores**

La puesta en marcha del proyecto pretende brindar un servicio de calidad para los anteños, es importante establecer alianzas estratégicas con los proveedores que se va a trabajar, para así poder satisfacer las exigencias de los clientes, entre los principales proveedores se encuentran:

Tabla N° 22: Principales proveedores

PROVEEDORES	DIRECCIÓN
Books and Bits	Quito: Av 6 de Diciembre N22-02 y Jerónimo Carrión
Muebles Dávila	Ibarra: El Olivo calle Panamericana Norte Km 1
Imbarte	Ibarra: Pedro Moncayo 10-14 y Cabezas
World Computers	Ibarra: Pedro Moncayo 3-53 y Rocafuerte
Mega PS	Ibarra: Av. Rafael Rosales 52 y Flóres
AG Diseño y Publicidad	Ibarra: Av. Oviedo 10-38 y Chica Narváez
Grupo Corporativo El Norte	Ibarra: Juan José Flóres 11-58 y Rafael Rosales

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

- **Disponibilidad de recursos financieros**

Dentro del cantón Antonio Ante existen varias entidades financieras las cuales ofertan diferentes créditos a ciertas tasas de interés.

El proyecto contará con el 60% de capital propio, sin embargo no son suficientes para poner en marcha el proyecto, por tal motivo se requiere de recursos de instituciones financieras, se cuenta con la línea de créditos comerciales para microempresarios que otorgan varias instituciones financieras.

Tabla N° 23: Instituciones financieras ubicadas en Atuntaqui

COOPERATIVAS	BANCOS
Atuntaqui	Pichincha
Pilahuin	Banecuador
Imbaburapak	
Santa Anita	
San Antonio	
Artesanos	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Tabla N° 24 Instituciones Financieras Locales

INSTITUCIÓN FINANCIERA	TIPO DE CRÉDITO	CARACTERÍSTICAS DEL CRÉDITO
Ban Ecuador	Crédito para pequeñas y medianas empresas	Montos desde \$5000 a \$500000. Frecuencia de pago personalizado de acuerdo al flujo de caja y al ciclo productivo. Tasa de interés se determina de acuerdo a la política de fijación de tasas de interés del banco. Diversos tipos de garantías: hipotecas, abierto sobre inmuebles, entre otros.
Banco Pichincha	Crédito de línea abierta	Monto mínimo \$3000, máximo \$150000. Plazo de 3 a 7 años. Tasa de interés según tarifario. Cuota mensual que se debitará de la cuenta. Garantía: Bien mueble principal no comprometido con otras deudas Se acepta hipotecas de terceros con 90% de avance en obra.
Banco del Austro	Crédito Prioritario	Monto, plazo y periodos de pago acoplado a la necesidad y al flujo de caja de su negocio. Tasa de interés de acuerdo al segmento, reajutable trimestralmente. Protección ante cualquier eventualidad, contando con un seguro de desgravamen e incendio. Garantía: De acuerdo al monto requerido. (Garantía real o personal).
Banco del Pacífico	Crédito Empresarial	Tasa de interés aplicada de acuerdo al segmento del crédito. Plazos dependerán del destino del crédito. Se deben presentar garantías reales. Solo para clientes del Banco.

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

La información de la tabla anterior fue obtenida de las páginas web de los bancos que otorgan créditos comerciales y de consumo en el país.

Para el financiamiento del proyecto se ha decidido realizar un crédito con BanEcuador, a una tasa de interés del 15%, a un plazo de 60 meses.

- **Distribución de la planta**

Es indispensable definir la infraestructura interna de la planta está conformada por algunos espacios en donde cada departamento con el que contará el centro de idiomas estará claramente detallado en la distribución de la planta.

Tabla N° 25: Distribución de la planta

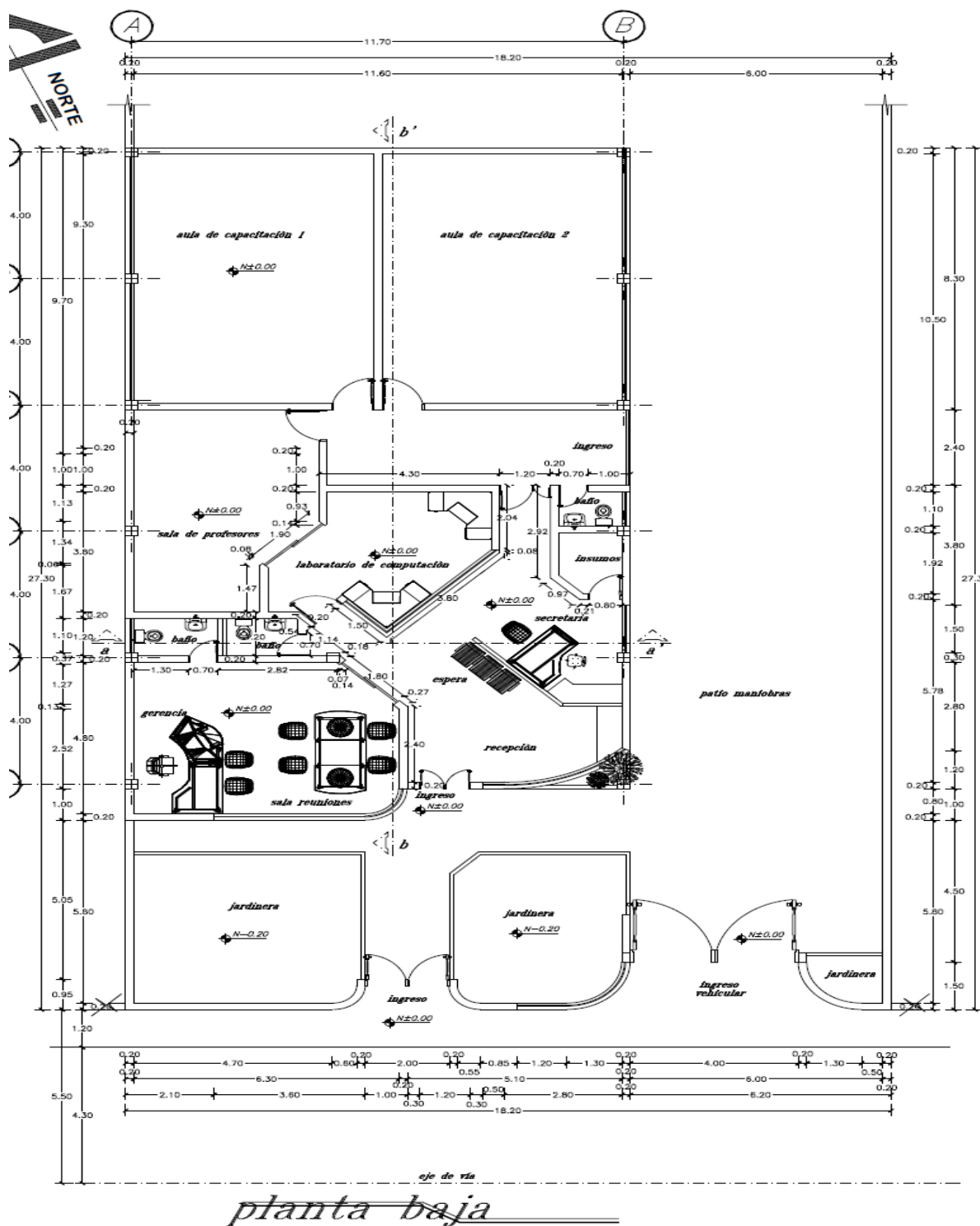
<b>Departamento</b>	<b>Ancho</b>	<b>Largo</b>	<b>Área</b>
Recepción-secretaría	4,80m	6,73m	32,30m
Administración	4,80m	7,30m	12,10m
Laboratorio de computación	3,80m	4,20m	15,96m
Aulas de capacitación 1	4,80m	6,73m	32,30m
Aulas de capacitación 2	4,80m	6,73m	32,30m
Sala de profesores	4,80m	6,00m	28,80m
Baño 1	1,30m	3,00m	3,90m
Baño 2	1,30m	3,00m	3,90m
<b>Total</b>			<b>161,56m</b>

Elaborado por: Arq. Jairo Jácome

Año: 2018



Ilustración 23: Infraestructura Interna del Proyecto



Elaborado por: Arq. Jairo Jácome  
 Año: 2018

- **Capacidad instalada**

La capacidad instalada máxima el proyecto está destinada para recibir a 5 estudiantes por clase, la mayoría de las academias de la localidad trabajan con un número máximo de 6 personas por clase, debido a que el proyecto estará en sus inicios; el nivel Elementary (A1) recibirá un total de 23 personas, mismas que estarán divididas en diferentes horarios en donde el docente trabajará mínimo con 2 estudiantes por clase de lunes a viernes y las personas quienes opten por el horario intensivo del día sábado será de 6 personas, el nivel Pre Intermediate (A2 KET) recibirá un total de 10 personas, mismas que estarán divididas en diferentes horarios en donde el docente trabajará mínimo con 2 estudiantes por clase de lunes a viernes y las personas quienes opten por el horario intensivo del día sábado será de 3 personas para garantizar el éxito del proceso enseñanza aprendizaje del idioma inglés.



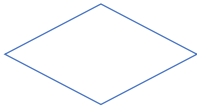






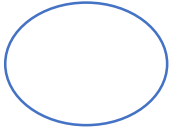
Por lo que el número máximo de estudiantes con los que se trabajará durante seis semanas que es el tiempo de duración de cada nivel será de 39 personas, lo que corresponde al 15% de la demanda insatisfecha obtenida en el estudio de mercado.

#### **4.5 Descripción técnica del proceso productivo**

La simbología ANSI es una norma de símbolos para la diagramación de diagramas de flujo, la cual es empleada en el procedimiento electrónico de datos con el propósito de representar los flujos de información, la aplicación de una u otra norma, o su combinación, dependerá de la necesidad a satisfacer al momento de desarrollar el trabajo de diagramación administrativa.

Para describir el proceso de enseñanza- aprendizaje del idioma inglés se utilizará la siguiente simbología de flujogramas:

Tabla N° 26: Simbología del flujograma

SIMBOLOGÍA	NOMBRE	SIGNIFICADO
	Inicio y Final	Figura que sirve para comenzar o finalizar el flujograma.
	Proceso	Se usa para dar información cualquier tipo de operación que genere actividad.
	Decisión	Sirve para tomar una decisión lógica para continuar una acción de proceso.
	Documento	Representa aquel elemento que de relévele información de interés.
	Entrada y Salida	Simboliza la lectura de datos en la entrada y la impresión de datos en la salida.
	Línea de flujo	Indica el sentido de ejecución del proceso o une símbolos entre sí.
	Almacenamiento	Permite el almacenamiento de datos o de información de las actividades.
	Preparación	Expresa proceso de una llamada subalterna.
	Conector	Sirve para enlazar dos partes de un diagrama, o a la conexión en distinta página del diagrama.
	Cinta magnética	Enlaza entre si partes de un flujograma para dar sentido a la conexión.

Fuente: American National Standards Institute (ANSI)  
Año: 2018

#### **4.5.1 Proceso Contrato- pago**

Para la firma del contrato y el pago de un nivel de inglés se seguirá el siguiente proceso:

##### **a) Información acerca del portafolio de productos**

En esta etapa la secretaria o el administrador del centro de idiomas darán a conocer al cliente cuales son los paquetes de clases ofertados, las destrezas y habilidades a desarrollar dentro del proceso enseñanza-aprendizaje, el precio y el tiempo que se necesitará para aprobar cada nivel.

##### **b) Interés de contratación**

Si la información llega al cliente de manera correcta este tendrá la intención de contratar el curso, si la información fue deficiente se perderá el interés por parte del cliente en la contratación del servicio.

##### **c) Prueba de ubicación**

La prueba de ubicación se aplicará en el centro de idiomas con el fin de determinar el nivel de dominio y conocimiento del idioma inglés, evaluando las destrezas speaking, witting, listening and reading; por lo que se podrá ubicar en uno de estos tres niveles: elementary, pre-intermediate, intermediate.

##### **d) Determinación del nivel**

El nivel de inglés será determinado de acuerdo a las habilidades que ha desarrollado el estudiante, esto servirá para fortalecer los conocimientos previos del mismo y permitir desarrollar más las destrezas lingüísticas.

##### **e) Formas de pago**

Las formas de pago que se ofrecerá en el centro de idiomas son: efectivo, cheque, tarjeta de crédito y pagos graduales durante las seis semanas que dura cada nivel de inglés por medio de la firma de tres letras de cambio.

**f) Emisión de factura**

La factura será el respaldo del pago efectuado por la contratación de las clases de inglés.

**g) Firma del contrato**

Con la firma del contrato se legalizará la negociación del nivel de inglés, en donde las partes asumen obligaciones y derechos con respecto al servicio.

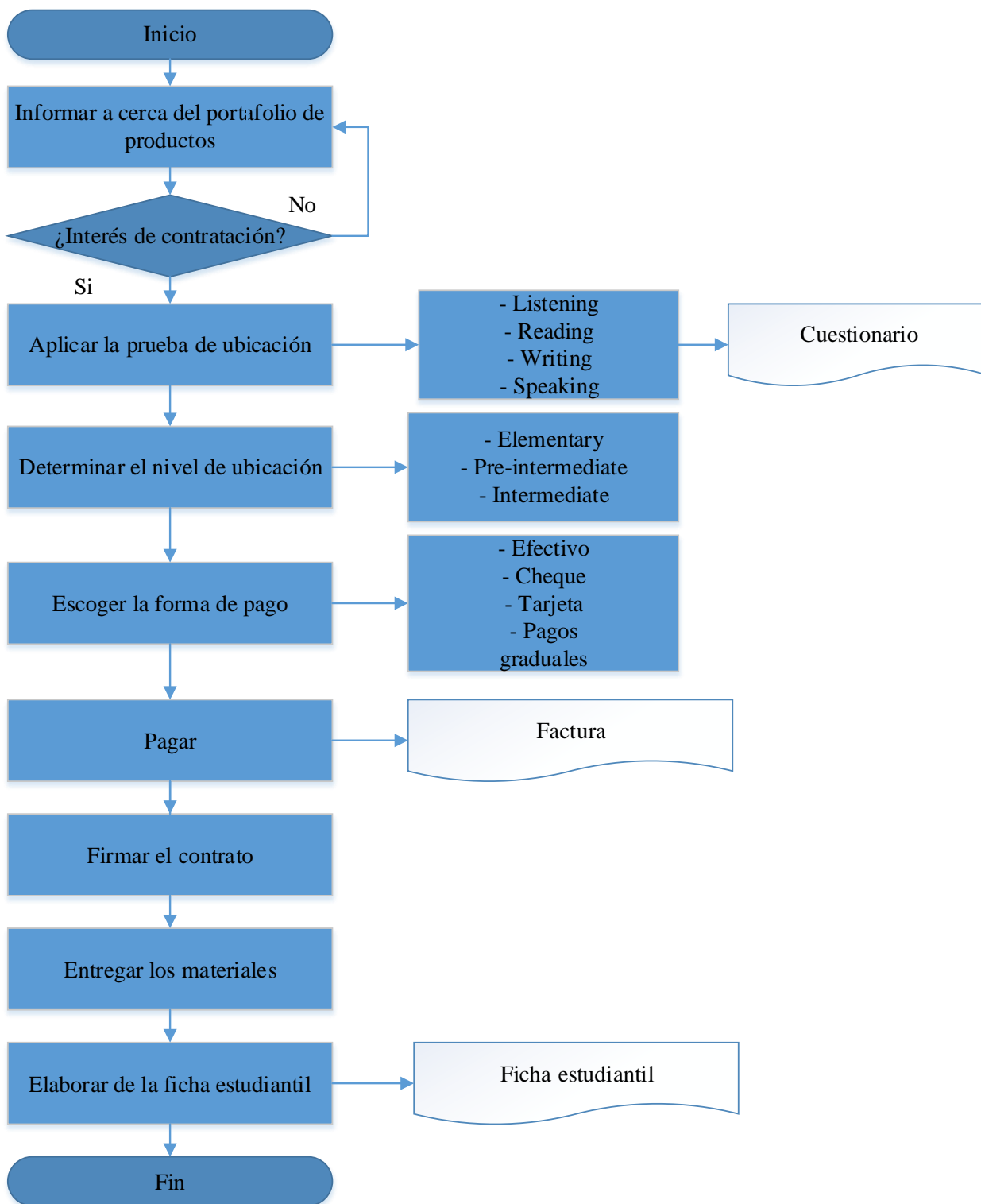
**h) Entrega de materiales**

Con la entrega de materiales, el estudiante podrá registrar sus datos en la plataforma virtual de Cambridge y podrá empezar a desarrollar las actividades correspondientes a su nivel de estudio.

**i) Archivo de la ficha estudiantil**

Se realizará una ficha estudiantil con los datos informativos del estudiante y sus respectivas evaluaciones.

Ilustración 24: Flujograma del proceso contrato-pago



#### **4.5.2 Proceso Enseñanza-Aprendizaje**

Cada nivel de inglés sea este elementary, pre-intermediate o intermediate tendrá una duración de seis semanas en las que se desarrollarán 6 unidades, donde el estudiante completará un total de 60 horas de trabajo autónomo y 36 horas de clase con el docente.

##### **a) Trabajo autónomo plataforma Cambridge**

El estudiante recibirá un libro Cambridge, mismo que tiene un código para trabajar en la plataforma on-line, lo que corresponde al trabajo independiente del estudiante que será de 10 horas, esta actividad la puede realizar en el laboratorio del centro de idiomas o desde la casa con el registro del código del libro.

##### **b) Refuerzo con el docente**

El estudiante asistirá dos horas diarias durante tres días a la semana a clases presenciales con el docente para reforzar los conocimientos de la unidad estudiada.

Se aplicarán varios métodos como el audio-lingual que está basado en la repetición de palabras, frases o diálogos, en donde el estudiante aprende de esta forma a hablar y escuchar, después de desarrollar estas destrezas leerá y escribirá; el método de gramática y traducción que consiste en aprender las reglas gramaticales del idioma; método directo o natural en donde el aprendizaje es a través de la comunicación oral directa.

##### **c) Evaluación de la unidad**

Al concluir con el 100% del trabajo de la plataforma (10 horas por unidad) y cumplir con las clases con el docente (6 horas semanales), el estudiante estará habilitado para rendir la evaluación de la unidad.

**d) Evaluación final**

La evaluación final será al concluir las seis unidades del libro, lo que corresponde a seis semanas de estudio con treinta y seis (36) horas de clases con el docente, y sesenta (60) horas de trabajo autónomo que en condiciones normales de asistencia se efectuará en un mes dos semanas.

**a) Aprobación del nivel**

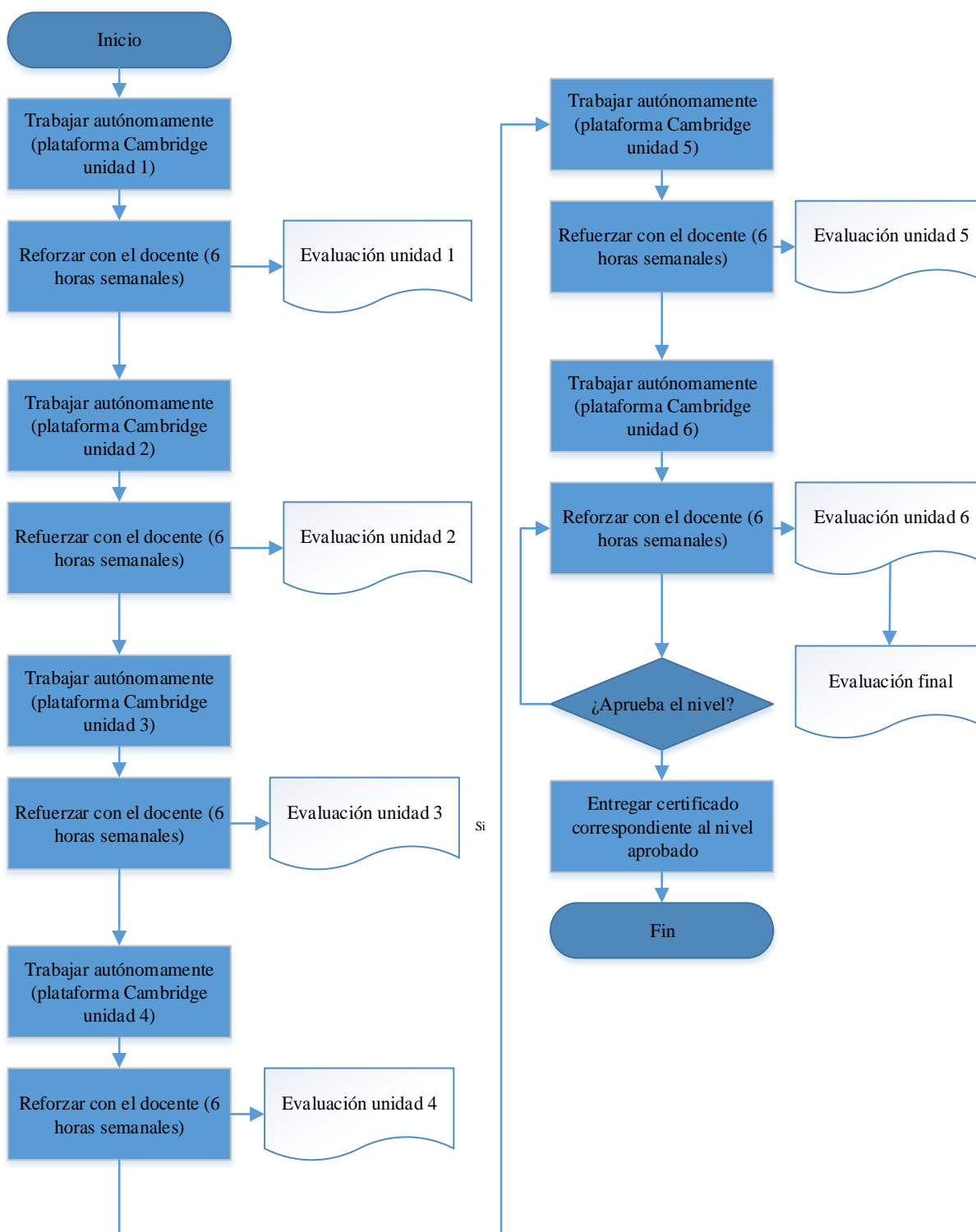
Al concluir las 6 unidades en la plataforma y en el libro, el docente certificará la aprobación de los 3 módulos que corresponden a un nivel de estudios.

**e) Entrega del certificado**

El certificado Cambridge será entregado al estudiante cuando éste haya concluido con el tiempo de clases autónomas y presenciales y obtenga un porcentaje mayor al 80% en la evaluación final.



Ilustración 25: Flujograma del proceso enseñanza-aprendizaje



Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

## 4.6 Gastos administrativos

### 4.6.1 Disponibilidad de talento humano

Es el segmento más importante para poner en funcionamiento el proyecto, al contar con talento humano calificado y comprometido con sus labores, se garantiza el éxito de la organización.

El talento humano a emplearse será en el área administrativa y operativa necesaria para poder cubrir la demanda, los cuales estarán distribuidos de la siguiente manera:

*Tabla N° 27: Disponibilidad de talento humano*

# De trabajadores	Cargo
1	Administrador
1	Secretaria
3	Docentes

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

*Tabla N° 28: Costo anual sueldo más beneficios sociales del administrador*

Cargo: Administrador	# de Trabajadores:	1
Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Remuneración Mensual	\$ 700,00	\$ 8.400,00
(Aporte Patronal 12,15%)	\$ 85,05	\$ 1.020,60
Décimo tercer sueldo	\$ 58,33	\$ 700,00
Décimo cuarto sueldo	\$ 32,17	\$ 386,00
<b>Total</b>	<b>\$ 875,55</b>	<b>\$ 10.506,60</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

*Tabla N° 29: Costo anual sueldos más beneficios sociales de la secretaria*

Cargo: Secretaria	# de Trabajadores:	1
Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Remuneración Mensual	\$ 400,00	\$ 4.800,00
(Aporte Patronal 12,15%)	\$ 48,60	\$ 583,20
Décimo tercer sueldo	\$ 33,33	\$ 400,00
Décimo cuarto sueldo	\$ 32,17	\$ 386,00
<b>Total</b>	<b>\$ 514,10</b>	<b>\$ 6.169,20</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

Tabla N° 30: Costo anual sueldos más beneficios sociales docentes (3)

Cargo: Docentes	# de Trabajadores:		3	
Detalle	Costo Mensual por Docente	Costo Anual x Docente	Costo Anual Total	
Remuneración Mensual	\$ 550,00	\$ 6.600,00	\$ 19.800,00	
(Aporte Patronal 12,15%)	\$ 66,83	\$ 801,90	\$ 2.405,70	
Décimo tercer sueldo	\$ 45,83	\$ 550,00	\$ 1.650,00	
Décimo cuarto sueldo	\$ 32,17	\$ 386,00	\$ 1.158,00	
<b>Total</b>	<b>\$ 694,83</b>	<b>\$ 8.337,90</b>	<b>\$ 25.013,70</b>	

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

Tabla N° 31: Resumen gastos talento humano

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Remuneración Mensual	\$ 9.727,55	\$ 33.000,00
(Aporte Patronal 12,15%)	\$ 935,55	\$ 4.009,50
Décimo tercer sueldo	\$ 641,67	\$ 2.750,00
Décimo cuarto sueldo	\$ 450,33	\$ 1.930,00
<b>Total</b>	<b>\$ 11.755,10</b>	<b>\$ 41.689,50</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

Tabla N° 32: Costo anual Contador

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Remuneración Mensual	\$ 500,00	\$ 6.000,00
<b>Total</b>	<b>\$ 500,00</b>	<b>\$ 6.000,00</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

#### 4.6.2 Suministros de oficina

Los suministros de oficina son importantes para el correcto desarrollo de las actividades de la organización.

Tabla N° 33: Suministros de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Calculadora	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Carpeta colgante	100	\$ 0,45	\$ 44,60
Carpeta de cartón	50	\$ 0,23	\$ 11,50
Corchografo	1	\$ 23,34	\$ 23,34
Archivador oficina color	24	\$ 2,90	\$ 69,60
Caja de hojas	5	\$ 28,00	\$ 140,00
Caja de esferos	3	\$ 6,50	\$ 19,50
Caja de lápices	1	\$ 2,23	\$ 2,23
Caja de borradores	1	\$ 2,40	\$ 2,40
Caja de correctores	1	\$ 7,77	\$ 7,77
Grapadora	4	\$ 7,05	\$ 28,20
Grapas	4	\$ 0,98	\$ 3,92
Caja de clips	6	\$ 0,36	\$ 2,16
Perforadora	4	\$ 3,75	\$ 15,00
Marcador para pizarra	12	\$ 0,56	\$ 6,72
Borrador para pizarra	4	\$ 0,40	\$ 1,60
Tijera	2	\$ 0,40	\$ 0,80
Barra de goma	2	\$ 0,57	\$ 1,14
Saca grapas	4	\$ 0,56	\$ 2,24
Cuaderno académico	5	\$ 1,33	\$ 6,65
Dispensador de cinta	2	\$ 2,06	\$ 4,12
Cinta adhesiva	4	\$ 0,26	\$ 1,04
Tinta para sellos	4	\$ 1,22	\$ 4,88
Tinta impresora	16	\$ 8,92	\$ 142,72
Factureros 100 hojas	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Recibera 100 hojas	2	\$ 10,00	\$ 20,00
<b>Subtotal</b>			\$ 786,13
<b>IVA</b>			\$ 94,34
<b>Total</b>			\$ 880,47

Fuente: Proveedor MegaPS

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

### 4.6.3 Servicios Básicos

Los servicios básicos con los que el centro contará son: luz, agua, teléfono, internet ya que cada uno de ellos es indispensable para cumplir con todas las actividades de la entidad.

Tabla N° 34: Servicios básicos

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	\$ 20,00	\$ 240,00
Energía eléctrica	\$ 70,00	\$ 840,00
Teléfono	\$ 40,00	\$ 480,00
Internet	\$ 40,00	\$ 480,00
<b>Total</b>	\$ 80,00	\$ 960,00

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: La Autora

#### 4.6.4 Gasto Arriendo

Para el funcionamiento del centro de idiomas se arrendará un local que brinda todas las instalaciones adecuadas, el precio del arriendo es el siguiente.

*Tabla N° 35: Gasto arriendo*

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	\$ 800,00	\$ 9.600,00
<b>Total</b>	\$ 800,00	\$ 9.600,00

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

#### 4.6.3 Inventario

Los libros Cambridge para los tres niveles de inglés: elementary, preintermediate, intermediate constituirán el inventario del centro de idiomas para un año de servicios.

*Tabla N° 36: Inventario (libros)*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Elementary	184	\$ 55,22	\$ 10.160,48
Pre- Intermediate	80	\$ 55,22	\$ 4.417,60
Intermediate	48	\$ 55,22	\$ 2.650,56
<b>Total</b>			\$ 17.228,64

Fuente: Proveedor Booksandbits

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

#### 4.7 Inversión de activos fijos

Para el proyecto se necesitará realizar una inversión en adquisición de muebles y enseres, equipo de oficina y equipo de computación.

##### 4.7.1 Muebles y enseres

En las oficinas del centro de idiomas se instalarán muebles y enseres para brindar un mejor ambiente y presentación, el proyecto se abastecerá de lo siguiente:

Tabla N° 37: Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio en L	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Counter	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Silla giratoria	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Archivador aéreo	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Librero mdf 1.40 x 1.75x0.30	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Librero metálico con puertas de vidrio	1	\$ 140,00	\$ 140,00
Archivadores metálicos 4 cajones	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Mini escritorios para computadoras	10	\$ 110,00	\$ 1.100,00
Mesa de reuniones 8 puestos	2	\$ 160,00	\$ 320,00
Sillas	26	\$ 20,00	\$ 520,00
Sillas de espera 3 en 1	3	\$ 130,00	\$ 390,00
Pizarrones	3	\$ 120,00	\$ 360,00
<b>Total</b>		<b>\$ 1.305,00</b>	<b>\$ 4.150,00</b>

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

#### 4.7.2 Equipo de computación

Para el mejor funcionamiento del centro de idiomas se implementará el laboratorio y se dotará a las aulas y oficinas de los equipos necesarios.

Tabla N° 38: Equipo de computación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadoras Quasad COREI5 Octava generación	10	\$ 779,00	\$ 7.790,00
Not Dell 3467 Ci5	2	\$ 722,33	\$ 1.444,66
Proyector Epson	2	\$ 493,35	\$ 986,70
Audífono + micrófono	8	\$ 5,25	\$ 42,00
Parlantes	3	\$ 81,34	\$ 244,02
Not Dell 3467 Ci5	2	\$ 722,33	\$ 1.444,66
Multifunción Epson	2	\$ 191,88	\$ 383,76
TV LED 43" SAMSUNG	1	\$ 543,75	\$ 543,75
<b>Subtotal</b>			\$ 12.879,55
<b>IVA</b>			\$ 1.545,55
<b>Total</b>			\$ 14.425,10

Fuente: Proveedor Worldcomputers

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

#### 4.8 Gastos de constitución

Dentro de los gastos de constitución están aquellos que incurren para obtener los permisos de funcionamiento que permitirán poner en marcha a la empresa.

*Tabla N° 39: Gastos de constitución*

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Patente municipal	\$ 45,00
Permiso de bomberos	\$ 20,00
<b>Total</b>	<b>\$ 65,00</b>

Fuente: Investigación Personal  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

#### 4.9 Gastos de publicidad

Este presupuesto se sujeta a lo establecido en el estudio de mercado dentro de la estrategia de promoción y publicidad, todos estos elementos contribuirán para la captación de clientes.

*Tabla N° 40: Gastos de publicidad*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Volantes A6	1000	\$ 65,00	\$ 65,00
Tarjetas de presentación	1000	\$ 55,00	\$ 55,00
Banner (2*0,80) en PET	2	\$ 85,00	\$ 170,00
Rótulo en caja de luz 2x1,50	1	\$ 270,00	\$ 270,00
Señalética	8	\$ 2,50	\$ 20,00
Publicidad Diario El Norte 1/8 pág.	30	\$ 37,50	\$ 1.125,00
<b>Subtotal</b>			<b>\$ 1.705,00</b>
<b>IVA</b>			<b>\$ 204,60</b>
<b>Total</b>			<b>\$ 1.909,60</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

#### 4.10 Inversión variable

El capital mínimo para que la empresa inicie sus actividades operativas antes de percibir sus primeros ingresos se presenta a continuación:

Tabla N° 41: Inversión variable

Descripción	Mensual	Inversión variable
<b>Inventarios</b>	<b>\$ 1.435,72</b>	<b>\$ 17.228,64</b>
Libros	\$ 1.435,72	\$ 17.228,64
Gastos de venta	<b>\$ 159,13</b>	<b>\$ 1.909,60</b>
Publicidad	\$ 159,13	\$ 1.909,60
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 4.932,91</b>	<b>\$ 59.194,97</b>
Sueldos y Salarios Administrador	\$ 875,55	\$ 10.506,60
Sueldos y Salarios Secretaria	\$ 514,10	\$ 6.169,20
Sueldos y salarios docentes (3)	\$ 2.084,48	\$ 25.013,70
Contador	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Arriendo local comercial	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Suministros de oficina	\$ 73,37	\$ 880,47
Servicios Básicos	\$ 80,00	\$ 960,00
<b>Activos Diferidos</b>	<b>\$ 5,42</b>	<b>\$ 65,00</b>
Patente /Permiso de funcionamiento de bomberos	\$ 5,42	\$ 65,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.527,77</b>	<b>\$ 78.333,21</b>

Fuente: Investigación Personal  
Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

#### 4.11 Capital de trabajo

Para establecer el capital de trabajo se toma en cuenta todos aquellos costos y gastos necesarios para la ejecución del proyecto y de la puesta en marcha de las actividades inherentes al giro del negocio; dentro del capital de trabajo se pueden considerar los siguientes costos y gastos necesarios dentro de los tres primeros meses de puesta en marcha del proyecto.



Tabla N° 42: Capital de trabajo

Descripción	Mensual	Inversión variable
<b>Inventarios</b>	<b>\$ 1.435,72</b>	<b>\$ 17.228,64</b>
Libros	\$ 1.435,72	\$ 17.228,64
Gastos de venta	<b>\$ 159,13</b>	<b>\$ 1.909,60</b>
Publicidad	\$ 159,13	\$ 1.909,60
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 4.932,91</b>	<b>\$ 59.194,97</b>
Sueldos y Salarios Administrador	\$ 875,55	\$ 10.506,60
Sueldos y Salarios Secretaria	\$ 514,10	\$ 6.169,20
Sueldos y salarios docentes (3)	\$ 2.084,48	\$ 25.013,70
Contador	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Arriendo local comercial	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Suministros de oficina	\$ 73,37	\$ 880,47
Servicios Básicos	\$ 80,00	\$ 960,00
<b>Activos Diferidos</b>	<b>\$ 5,42</b>	<b>\$ 65,00</b>
Patente /Permiso de funcionamiento de bomberos	\$ 5,42	\$ 65,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.527,77</b>	<b>\$ 73.333,21</b>

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

#### 4.12 Mercado

El mercado potencial visualizado en la ciudad de Atuntaqui, de acuerdo con las cifras de la demanda insatisfecha obtenida en el estudio de mercado, y al crecimiento en función de la oferta actual existente, determinan el alcance que tendrá la oferta del nuevo centro de idiomas.

Dentro del cantón Antonio Ante existen varias entidades financieras las cuales ofertan diferentes créditos a ciertas tasas de interés. En base a estos resultados el proyecto plantea cubrir para el año 2018, al menos el 15% del mercado, e ira con un crecimiento del 2% anual, hasta alcanzar en el año 2023 abastecer alrededor del 25% del mercado.

Tabla N° 43: Demanda insatisfecha

Año	Demanda insatisfecha del proyecto (anual)	Capacidad instalada	Porcentaje a satisfacer
2018	3.139	470	15%
2019	3.239	550	17%
2020	3.342	635	19%
2021	3.448	724	21%
2022	3.557	818	23%
2023	3.669	917	25%

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

### 4.13 Financiamiento

El proyecto contará con una inversión inicial de \$25.102,86; la cual estará conformada por activos fijos, inventario y capital de trabajo. El 60% de capital será propio, sin embargo estos recursos no son suficientes para poner en marcha el proyecto, por tal motivo se requiere de recursos de instituciones financieras correspondientes al 40% de la inversión.

Tabla N° 44: Composición del capital

Concepto	Valor en USD	
Capital Propio	\$	15.102,86
Capital Financiado	\$	10.000,00
<b>Total</b>	<b>\$</b>	<b>25.102,86</b>

Fuente: Investigación Personal

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

El monto financiado corresponde a un valor de \$ 10.000.00, mismo que será otorgado por Banecuador a una tasa de interés del 15%.

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO FINANCIERO**

#### **5.1 Introducción**

El estudio financiero es fundamental ya que permite tomar las decisiones de inversión, basándose en la información obtenida en el estudio de mercado y en el estudio técnico; para realizar las proyecciones de ingresos, costos y gastos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, con el fin de determinar si existe la capacidad de endeudamiento y rentabilidad a través de la aplicación de indicadores a los rubros proyectados en base a tasas promedio considerando los últimos cinco años. Además se plantean los estados financieros proforma, estados de situación financiera al año cero, estado de resultados proforma para cada uno de los años de vida del proyecto, estado de flujo de caja a partir del cual se hará el análisis del estudio financiero que ayudará a la evaluación de factibilidad financiera del proyecto.

#### **5.2. Objetivos**

##### **5.2.1 Objetivo general**

Elaborar un estudio financiero a través del uso de indicadores como la tasa de rendimiento medio, tasa interna de retorno, valor presente neto, periodo de recuperación de la inversión, costo beneficio, entre otros, que permitan evidenciar la viabilidad económica del proyecto.

##### **5.2.2 Objetivos específicos**

- Determinar y proyectar el nivel de ingresos que generará el proyecto
- Identificar los costos y gastos que incurrirán en el desarrollo del proyecto

- Realizar el estado de situación financiera inicial, estado de resultados y flujo de efectivo del proyecto
- Evaluar y analizar mediante los indicadores la viabilidad financiera de la inversión.

### 5.3 Determinación de ingresos proyectados

Para realizar la proyección anual de ingresos en base al número de estudiantes que contratarán el servicio se tomó en cuenta la capacidad instalada del proyecto; cada nivel de inglés tendrá una duración de 6 semanas, por lo que la proyección de los ingresos está dada para 48 semanas al año, en las que se abrirán las inscripciones 8 veces al año; las 4 semanas sobrantes del año están tomadas en cuenta dentro de las fechas de feriados obligatorios.

También se utilizó la tasa de inflación promedio de los últimos 5 años que es de 0,4752 para la proyección de los precios por nivel de inglés. A continuación se presenta la tabla de proyecciones de ingresos:

*Tabla N° 45: Proyección de los ingresos de un año*

PRODUCTOS	CANTIDAD (6 SEMANAS)	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNIT	TOTAL
ELEMENTARY	23	184	\$ 310,00	\$ 57.040,00
PRE-INTERMEDIATE	10	80	\$ 310,00	\$ 24.800,00
INTERMEDIATE	6	48	\$ 310,00	\$ 14.880,00
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS	39	312		\$ 96.720,00

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

Tabla N° 46: Proyección de los ingresos 5 años del proyecto

PRODUCTOS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
ELEMENTARY	184	\$ 310,00	\$ 57.040,00	189	311,473	\$ 58.868,42	194	312,953	\$ 60.712,93	199	314,440	\$ 62.573,64	204	315,935	\$ 64.450,66
PRE-INTERMEDIATE	80	\$ 310,00	\$ 24.800,00	82	311,473	\$ 25.540,80	84	312,953	\$ 26.288,07	86	314,440	\$ 27.041,87	88	315,935	\$ 27.802,25
INTERMEDIATE	48	\$ 310,00	\$ 14.880,00	49	311,473	\$ 15.262,18	50	312,953	\$ 15.647,66	51	314,440	\$ 16.036,46	52	315,935	\$ 16.428,60
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS	312		\$ 96.720,00	320		\$ 99.671,40	328		\$ 102.648,66	336		\$ 105.651,97	344		\$ 108.681,51

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

### 5.3.1 Proyección de los ingresos

La proyección de los ingresos se realizó con el promedio de inflación anual de los últimos 5 años, como se presenta en la siguiente tabla:

*Tabla N° 47: Promedio de la inflación*

AÑOS	% INFLACIÓN
2013	3,68
2014	3,62
2015	3,66
2016	1,12
2017	-0,2
TOTAL	2,376
PROMEDIO	0,4752

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

### 5.4 Determinación de egresos

Los egresos son los desembolsos de dinero generados por los diversos movimientos económicos para el funcionamiento de la empresa, estos están conformados por costos y gastos de inventario, mano de obra, que se necesitará para poner en marcha el proyecto.

A continuación se presentará la proyección de los costos y gastos que generará la empresa de acuerdo a la capacidad instalada establecida en el estudio técnico, además para este proceso de análisis se utiliza las tasas establecidas en el estudio de mercado.

#### 5.4.1 Inventarios (Libros)

Este rubro corresponde a la cantidad de libros que se necesitarán para el número de estudiantes proyectados para los 5 años.

Tabla N° 48: Proyección del inventario

PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	TOTAL LIBROS	TOTAL LIBROS	TOTAL LIBROS	TOTAL LIBROS	TOTAL LIBROS
ELEMENTARY	10.160,48	\$ 10.486,17	\$ 10.814,74	\$ 11.146,18	\$ 11.480,53
PRE-INTERMEDIATE	4.417,60	\$ 4.549,56	\$ 4.682,67	\$ 4.816,94	\$ 4.952,39
INTERMEDIATE	2.650,56	\$ 2.718,64	\$ 2.787,30	\$ 2.856,56	\$ 2.926,41
<b>TOTAL MATERIALES DIRECTOS</b>	<b>17.228,64</b>	<b>\$ 17.754,37</b>	<b>\$ 18.284,71</b>	<b>\$ 18.819,68</b>	<b>\$ 19.359,33</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

### 5.4.2 Mano de obra

La mano de obra corresponde al segundo elemento del costo: dentro del rubro de mano de obra se tomó en cuenta al administrador, secretaria y a los 3 docentes.

A todos los empleados del centro de idiomas se les pagará el sueldo establecido en las tablas sectoriales del IESS más los beneficios de ley que son décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo, aporte patronal y a partir del segundo año fondos de reserva.

Tabla N° 49: Proyección de la mano de obra

PERSONAL ADMINISTRATIVO	REMUNERACION (RMU)	INGRESO ANUAL	APORTE PATRONAL MENSUAL	APORTE PATRONAL ANUAL	FONDOS DE RESERVA	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
ADMINISTRADOR	700	8400	85,05	1020,6	700	700	386	10506,60	11641,37	12123,09	12624,75	13147,17
SECRETARIA	400	4800	48,6	583,2	400	400	386	6169,20	6824,48	7106,88	7400,97	7707,22
<b>SUBTOTAL PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>	<b>1100</b>	<b>13200</b>	<b>133,65</b>	<b>1603,8</b>	<b>1100</b>	<b>1100</b>	<b>772</b>	<b>16675,80</b>	<b>18465,85</b>	<b>19229,97</b>	<b>20025,72</b>	<b>20854,39</b>
<b>MOD</b>												
DOCENTE 1	550	6600	66,825	801,9	550	550	386	8337,90	9232,93	9614,99	10012,86	10427,20
DOCENTE 2	550	6600	66,825	801,9	550	550	386	8337,90	9232,93	9614,99	10012,86	10427,20
DOCENTE 3	550	6600	66,825	801,9	550	550	386	8337,90	9232,93	9614,99	10012,86	10427,20
<b>TOTAL MOD</b>	<b>1650</b>	<b>19800</b>	<b>200,475</b>	<b>2405,70</b>	<b>1650</b>	<b>1650</b>	<b>1158</b>	<b>25013,70</b>	<b>27698,78</b>	<b>28844,96</b>	<b>30038,58</b>	<b>31281,59</b>
<b>TOTAL REMUNERACIONES</b>	<b>2750</b>	<b>33000</b>	<b>334,125</b>	<b>4009,5</b>	<b>2750</b>	<b>2750</b>	<b>1930</b>	<b>41689,5</b>	<b>46164,6</b>	<b>48074,9</b>	<b>50064,3</b>	<b>52136</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

### 5.4.2.1 Proyección de la mano de obra

Para el cálculo de la proyección de la mano de obra se tomó en cuenta los sueldos básicos unificados desde el año 2013 hasta el 2018 y se procedió a calcular el promedio de incrementos como se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla N° 50: Índice de incremento Salario básico unificado

AÑOS	SBU	1-(375/386)	% CRECIMIENTO
2018	386	0,028	2,850
2017	375	0,024	2,400
2016	366	0,032	3,279
2015	354	0,033	3,390
2014	342	0,087	8,772
2013	312		20,690
PROMEDIO INCREMENTO SBU			4,138
% PROMEDIO INCREMENTO SBU			0,04138

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

Es decir, el crecimiento del salario básico unificado promedio de los últimos cinco años asciende al 4,14% anual.

### 5.4.3 CIF y Gastos

Los CIF corresponden al tercer elemento del costo, son parte importante ya que permiten ejecutar las actividades de una empresa completamente.

Los costos indirectos de fabricación están conformados por la mano de obra indirecta, materiales indirectos, servicios básicos y depreciaciones.

Para la ejecución del proyecto se tomó en cuenta como CIF a los útiles de oficina, servicios básicos, publicidad y arriendo del local.

Tabla N° 51: Proyección de CIF y gastos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Útiles De Oficina	880,47	884,65	888,85	893,08	897,32
<b>Total CIF</b>	<b>880,47</b>	<b>884,65</b>	<b>888,85</b>	<b>893,08</b>	<b>897,32</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018



<b>Gastos</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Servicios Básicos	960,00	964,56	969,15	973,75	978,38
Publicidad	1.909,60	1.918,67	1.927,79	1.936,95	1.946,16
Arriendo	9.600,00	9.645,62	9.691,46	9.737,51	9.783,78
<b>Total Gastos</b>	<b>12.469,60</b>	<b>12.528,86</b>	<b>12.588,39</b>	<b>12.648,21</b>	<b>12.708,32</b>

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

## 5.5. Depreciación de Activos

La depreciación de los activos fijos es el desgaste de estos por el uso con el pasar del tiempo, perdiendo su valor monetario.

Para este proyecto se adquirirán los siguientes activos fijos:

*Tabla N° 52: Valor de los activos*

<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>
Muebles Y Enseres	\$ 4.150,00
Equipo De Computo Laboratorio	\$ 11.768,27
Equipo De Computo Administrativo	\$ 2.656,83
<b>Total</b>	<b>\$ 18.575,10</b>

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

*Tabla N° 53: Datos para realizar los cálculos de depreciación:*

<b>Descripción</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Valor Residual</b>
Muebles Y Enseres	4.150,00	10	10%
Equipo De Computo Laboratorio	11.768,27	3	10%
Equipo De Computo Administrativo	2.656,83	3	10%
<b>Total</b>	<b>18.575,10</b>		

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Para el cálculo de la depreciación se aplicara la formula por el método de línea recta.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor actual} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

### 5.5.1 Depreciación del equipo de computación

El equipo de computación tiene una vida útil de tres años, con esta información se realizó la siguiente tabla de depreciación:

*Tabla N° 54: Depreciación equipo de computación (administrativo)*

<b>Equipo De Computo Administrativo</b>	<b>Valor En Libros</b>	<b>Depreciación</b>	<b>Depreciación Acumulada</b>	<b>Saldo</b>	<b>Depreciación Costo</b>	<b>Depreciación Gasto</b>
Año 1	2.656,83	797,05	797,05	1.859,78		
Año 2	2.656,83	797,05	1.594,10	1.062,73		797,05
Año 3	2.656,83	797,05	2.391,15	265,68		

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

*Tabla N° 55: Depreciación equipo de computación (laboratorio)*

<b>Equipo De Computo Laboratorio</b>	<b>Valor En Libros</b>	<b>Depreciación</b>	<b>Depreciación Acumulada</b>	<b>Saldo</b>	<b>Depreciación Costo</b>	<b>Depreciación Gasto</b>
Año 1	11.768,27	3.530,48	3.530,48	8.237,79		
Año 2	11.768,27	3.530,48	7.060,96	4.707,31	3.530,48	
Año 3	11.768,27	3.530,48	10.591,44	1.176,83		

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

### 5.5.2 Depreciación de muebles y enseres

El tiempo de vida útil de muebles y enseres es de diez años, según lo establecido en la Ley de régimen tributario interno:

Tabla N° 56: Depreciación muebles y enseres

Muebles Y Enseres	Valor En Libros	Depreciación	Depreciación Acumulada	Saldo	Depreciación Costo	Depreciación Gasto
Año 1	4.150,00	373,50	373,50	3.776,50		
Año 2	4.150,00	373,50	747,00	3.403,00		
Año 3	4.150,00	373,50	1.120,50	3.029,50		
Año 4	4.150,00	373,50	1.494,00	2.656,00		
Año 5	4.150,00	373,50	1.867,50	2.282,50		
Año 6	4.150,00	373,50	2.241,00	1.909,00		373,50
Año 7	4.150,00	373,50	2.614,50	1.535,50		
Año 8	4.150,00	373,50	2.988,00	1.162,00		
Año 9	4.150,00	373,50	3.361,50	788,50		
Año 10	4.150,00	373,50	3.735,00	415,00		

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

## 5.6. Gastos financieros

Los gastos financieros son el costo de acceder al financiamiento externo; para la implementación del proyecto es necesario acceder a un préstamo con Banecuador bajo las siguientes condiciones:

Tabla N° 57: Información del crédito

Información básica del crédito	
Tasa de interés	15%
Frecuencia	Mensual
Monto	\$ 10.000
Número de pagos anuales	12
Total de cuotas a pagar	60
Tasa periódica	0,01171
Cuota mensual	\$ 232,98

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

Tabla N° 58: Amortización del Crédito

N° CUOTA	CAPITAL	VALOR CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO	CAPITAL ANUAL	INTERES ANUAL
1	\$ 10.000,00	\$ 232,98	\$ 117,15	\$ 115,83	\$ 9.884,17		
2	\$ 9.884,17	\$ 232,98	\$ 115,79	\$ 117,19	\$ 9.766,98		
3	\$ 9.766,98	\$ 232,98	\$ 114,42	\$ 118,56	\$ 9.648,41		
4	\$ 9.648,41	\$ 232,98	\$ 113,03	\$ 119,95	\$ 9.528,46		
5	\$ 9.528,46	\$ 232,98	\$ 111,63	\$ 121,36	\$ 9.407,10		
6	\$ 9.407,10	\$ 232,98	\$ 110,20	\$ 122,78	\$ 9.284,32		
7	\$ 9.284,32	\$ 232,98	\$ 108,77	\$ 124,22	\$ 9.160,11		
8	\$ 9.160,11	\$ 232,98	\$ 107,31	\$ 125,67	\$ 9.034,43		
9	\$ 9.034,43	\$ 232,98	\$ 105,84	\$ 127,15	\$ 8.907,29		
10	\$ 8.907,29	\$ 232,98	\$ 104,35	\$ 128,63	\$ 8.778,65		
11	\$ 8.778,65	\$ 232,98	\$ 102,84	\$ 130,14	\$ 8.648,51		
12	\$ 8.648,51	\$ 232,98	\$ 101,32	\$ 131,67	\$ 8.516,84	\$ 1.483,16	\$ 1.312,64
13	\$ 8.516,84	\$ 232,98	\$ 99,77	\$ 133,21	\$ 8.383,64		
14	\$ 8.383,64	\$ 232,98	\$ 98,21	\$ 134,77	\$ 8.248,87		
15	\$ 8.248,87	\$ 232,98	\$ 96,63	\$ 136,35	\$ 8.112,52		
16	\$ 8.112,52	\$ 232,98	\$ 95,04	\$ 137,95	\$ 7.974,57		
17	\$ 7.974,57	\$ 232,98	\$ 93,42	\$ 139,56	\$ 7.835,01		
18	\$ 7.835,01	\$ 232,98	\$ 91,79	\$ 141,20	\$ 7.693,82		
19	\$ 7.693,82	\$ 232,98	\$ 90,13	\$ 142,85	\$ 7.550,97		
20	\$ 7.550,97	\$ 232,98	\$ 88,46	\$ 144,52	\$ 7.406,44		
21	\$ 7.406,44	\$ 232,98	\$ 86,77	\$ 146,22	\$ 7.260,22		
22	\$ 7.260,22	\$ 232,98	\$ 85,05	\$ 147,93	\$ 7.112,29		
23	\$ 7.112,29	\$ 232,98	\$ 83,32	\$ 149,66	\$ 6.962,63		
24	\$ 6.962,63	\$ 232,98	\$ 81,57	\$ 151,42	\$ 6.811,22	\$ 1.705,63	\$ 1.090,16
25	\$ 6.811,22	\$ 232,98	\$ 79,79	\$ 153,19	\$ 6.658,03		
26	\$ 6.658,03	\$ 232,98	\$ 78,00	\$ 154,98	\$ 6.503,04		
27	\$ 6.503,04	\$ 232,98	\$ 76,18	\$ 156,80	\$ 6.346,24		
28	\$ 6.346,24	\$ 232,98	\$ 74,35	\$ 158,64	\$ 6.187,60		
29	\$ 6.187,60	\$ 232,98	\$ 72,49	\$ 160,50	\$ 6.027,11		
30	\$ 6.027,11	\$ 232,98	\$ 70,61	\$ 162,38	\$ 5.864,73		
31	\$ 5.864,73	\$ 232,98	\$ 68,70	\$ 164,28	\$ 5.700,45		
32	\$ 5.700,45	\$ 232,98	\$ 66,78	\$ 166,20	\$ 5.534,25		
33	\$ 5.534,25	\$ 232,98	\$ 64,83	\$ 168,15	\$ 5.366,10		
34	\$ 5.366,10	\$ 232,98	\$ 62,86	\$ 170,12	\$ 5.195,98		
35	\$ 5.195,98	\$ 232,98	\$ 60,87	\$ 172,11	\$ 5.023,87		
36	\$ 5.023,87	\$ 232,98	\$ 58,85	\$ 174,13	\$ 4.849,74	\$ 1.961,47	\$ 834,32
37	\$ 4.849,74	\$ 232,98	\$ 56,81	\$ 176,17	\$ 4.673,57		
38	\$ 4.673,57	\$ 232,98	\$ 54,75	\$ 178,23	\$ 4.495,34		
39	\$ 4.495,34	\$ 232,98	\$ 52,66	\$ 180,32	\$ 4.315,02		
40	\$ 4.315,02	\$ 232,98	\$ 50,55	\$ 182,43	\$ 4.132,59		

N° CUOTA	CAPITAL	VALOR CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO	CAPITAL ANUAL	INTERES ANUAL
41	\$ 4.132,59	\$ 232,98	\$ 48,41	\$ 184,57	\$ 3.948,02		
42	\$ 3.948,02	\$ 232,98	\$ 46,25	\$ 186,73	\$ 3.761,29		
43	\$ 3.761,29	\$ 232,98	\$ 44,06	\$ 188,92	\$ 3.572,37		
44	\$ 3.572,37	\$ 232,98	\$ 41,85	\$ 191,13	\$ 3.381,23		
45	\$ 3.381,23	\$ 232,98	\$ 39,61	\$ 193,37	\$ 3.187,86		
46	\$ 3.187,86	\$ 232,98	\$ 37,35	\$ 195,64	\$ 2.992,23		
47	\$ 2.992,23	\$ 232,98	\$ 35,05	\$ 197,93	\$ 2.794,30		
48	\$ 2.794,30	\$ 232,98	\$ 32,73	\$ 200,25	\$ 2.594,05	\$ 2.255,69	\$ 540,10
49	\$ 2.594,05	\$ 232,98	\$ 30,39	\$ 202,59	\$ 2.391,45		
50	\$ 2.391,45	\$ 232,98	\$ 28,02	\$ 204,97	\$ 2.186,49		
51	\$ 2.186,49	\$ 232,98	\$ 25,61	\$ 207,37	\$ 1.979,12		
52	\$ 1.979,12	\$ 232,98	\$ 23,19	\$ 209,80	\$ 1.769,32		
53	\$ 1.769,32	\$ 232,98	\$ 20,73	\$ 212,26	\$ 1.557,07		
54	\$ 1.557,07	\$ 232,98	\$ 18,24	\$ 214,74	\$ 1.342,32		
55	\$ 1.342,32	\$ 232,98	\$ 15,73	\$ 217,26	\$ 1.125,07		
56	\$ 1.125,07	\$ 232,98	\$ 13,18	\$ 219,80	\$ 905,26		
57	\$ 905,26	\$ 232,98	\$ 10,61	\$ 222,38	\$ 682,89		
58	\$ 682,89	\$ 232,98	\$ 8,00	\$ 224,98	\$ 457,90		
59	\$ 457,90	\$ 232,98	\$ 5,36	\$ 227,62	\$ 230,29		
60	\$ 230,29	\$ 232,98	\$ 2,70	\$ 230,29	\$ 0,00	\$ 2.594,05	\$ 201,75
<b>Total</b>		<b>\$ 13.978,97</b>	<b>\$ 3.978,97</b>	<b>\$ 10.000,00</b>	<b>\$ 329.649,67</b>	<b>\$ 12.000,00</b>	<b>\$ 4.774,76</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

## 5.7. Resumen de costos y gastos

El siguiente cuadro detalla la totalidad de los egresos que va a generar la implementación del centro de idiomas:

Tabla N° 59: Resumen de costos y gastos

<b>RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCION</b>					
<b>CUENTAS</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>	<b>AÑO</b>
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
INVENTARIO (LIBROS)	17.228,64	17.754,37	18.284,71	18.819,68	19.359,33
MANO DE OBRA DIRECTA (DOCENTES)	25.013,70	27.698,78	28.844,96	30.038,58	31.281,59
UTILES DE OFICINA	880,47	884,65	888,85	893,08	897,32
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>43.122,81</b>	<b>46.337,80</b>	<b>48.018,52</b>	<b>49.751,34</b>	<b>51.538,24</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>					
DEPRECIACION COSTO	3.530,48	3.530,48	3.530,48	0,00	0,00
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>3.530,48</b>	<b>3.530,48</b>	<b>3.530,48</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL COSTOS PRODUCCION</b>	<b>46.653,29</b>	<b>49.868,28</b>	<b>51.549,00</b>	<b>49.751,34</b>	<b>51.538,24</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>					
ARRIENDO	9.600,00	9.645,62	9.691,46	9.737,51	9.783,78
PUBLICIDAD	1.909,60	1.918,67	1.927,79	1.936,95	1.946,16
<b>TOTAL GTO DE VENTAS</b>	<b>11.509,60</b>	<b>11.564,29</b>	<b>11.619,25</b>	<b>11.674,46</b>	<b>11.729,94</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACION</b>					
GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	16.675,80	18.465,85	19.229,97	20.025,72	20.854,39
HONORARIOS PROFESIONALES (CONTADOR)	6.000,00	6.028,51	6.057,16	6.085,94	6.114,86
SERVICIOS BASICOS	960,00	964,56	969,15	973,75	978,38
DEP (GTOS ADMIN)	1.170,55	1.170,55	1.170,55	373,50	373,50
PATENTE /PERMISO FUNCIONAMIENTO BOMBEROS	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>24.871,35</b>	<b>26.694,47</b>	<b>27.491,83</b>	<b>27.523,91</b>	<b>28.386,13</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
INTERESES	1.312,64	1.090,16	834,32	540,10	201,75
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>1.312,64</b>	<b>1.090,16</b>	<b>834,32</b>	<b>540,10</b>	<b>201,75</b>
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>84.346,87</b>	<b>89.217,21</b>	<b>91.494,40</b>	<b>89.489,81</b>	<b>91.856,05</b>
TOTAL CYG VARIABLES	43.122,81	46.337,80	48.018,52	49.751,34	51.538,24
TOTAL CYG FIJOS	41.224,07	42.879,41	43.475,88	39.738,47	40.317,82
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>84.346,87</b>	<b>89.217,21</b>	<b>91.494,40</b>	<b>89.489,81</b>	<b>91.856,05</b>
DATOS CAPITAL DE TRABAJO	78.333,21				
= EGRESOS LIQUIDOS/12	6.527,77				

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

## 5.8. Estados proforma

Los estados financieros son herramienta de gestión para la toma de decisiones ya que ofrecen una visión de la situación financiera de la empresa, los recursos con los que cuenta, los resultados obtenidos, las entradas y salidas de efectivo que se han proyectado, la rentabilidad generada, entre otros aspectos de gran relevancia para la operación y administración de la empresa.

### 5.8.1 Estado de situación inicial

El estado de situación inicial es un documento que contiene información financiera acerca de los recursos con los cuales la empresa comenzará a trabajar, está formado por activos, pasivos y patrimonio.

Tabla N° 60: Estado de situación inicial

<b>CENTRO DE IDIOMAS ENGLISH FOR YOU</b>	
<b>Estado de Situación Financiera (Inicial)</b>	
<b>Año 0</b>	
<b>En USD</b>	
<b>ACTIVOS</b>	
<b>Corrientes</b>	<b>\$ 6.527,77</b>
Bancos	\$ 6.527,77
<b>No corrientes</b>	<b>\$ 18.575,10</b>
Equipo de computación	\$ 14.425,10
Muebles de oficina	\$ 4.150,00
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 25.102,86</b>
<b>PASIVOS</b>	
No Corrientes	
Préstamo	\$ 10.000,00
<b>Total Pasivos</b>	<b>\$ 10.000,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Aporte de capital	\$ 15.102,86
<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$ 15.102,86</b>
<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>	<b>\$ 25.102,86</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

Siendo la inversión inicial de \$6.527,77 para cubrir gastos del primer mes como arriendo, sueldos y salarios, libros.

### 5.8.2. Estado de resultados proyectado

El estado de resultados en un documento que presenta ordenadamente los ingresos, costos y gastos generados en un periodo contable, y por ende su utilidad o pérdida.

Tabla N° 61: Estado de resultados proyectado

<b>Estado de Resultados</b>					
<b>CUENTAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
VENTAS NETAS	96.720,00	99.671,40	102.648,66	105.651,97	108.681,51
- CTO PRODUCCION	46.653,29	49.868,28	51.549,00	49.751,34	51.538,24
= UTILIDAD BRUTA	50.066,71	49.803,12	51.099,66	55.900,63	57.143,27
- GTO ADMINISTRACION	24.871,35	26.694,47	27.491,83	27.523,91	28.386,13
- GTO VENTAS	11.509,60	11.564,29	11.619,25	11.674,46	11.729,94
= UTILIDAD BRUTA OPERACIONES	13.685,77	11.544,36	11.988,58	16.702,26	17.027,20
- GASTOS FINANCIEROS (INTERESES)	1.312,64	1.090,16	834,32	540,10	201,75
= UTILIDA NETA ANTES DE PART. TRABAJ.	12.373,13	10.454,19	11.154,26	16.162,16	16.825,45
- 15% PART TRABAJADORES	1.855,97	1.568,13	1.673,14	2.424,32	2.523,82
= UTILIDAD NETA ANTES DE IR	10.517,16	8.886,06	9.481,12	13.737,84	14.301,64
- IR	0,00	0,00	0,00	123,39	151,58
= UTILIDAD NETA	10.517,16	8.886,06	9.481,12	13.614,44	14.150,05

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

### 5.8.3. Estado de flujo de efectivo

Es un reporte que presenta información acerca de las variaciones y movimientos de efectivo y sus equivalentes en un periodo determinado.



El estado de flujo de efectivo es una base significativa para el desarrollo del proyecto, ya que muestra las entradas y salidas de dinero; es el punto de partida para el desarrollo de los indicadores financieros convirtiéndose en una herramienta importante para la toma de decisiones.

Tabla N° 62: Estado de flujo de efectivo

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO							
CUENTAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
UTILIDAD NETA		10.517,16	8.886,06	9.481,12	13.614,44	14.150,05	
VALOR DEL SALVAMENTO							2.282,50
+ DEPRECIACION		4.701,03	4.701,03	4.701,03	3.903,98	3.903,98	
- INVERSIONES	-18.575,10						
+ CREDITO	10.000,00						
- CAPITAL DE TRABAJO	-6.527,77						
- AMORTIZACION DEL PRESTAMO		-1.483,16	-1.705,63	-1.961,47	-2.255,69	-2.594,05	
<b>= FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>-25.102,86</b>	<b>13.735,03</b>	<b>11.881,46</b>	<b>12.220,68</b>	<b>15.262,73</b>	<b>15.459,98</b>	<b>2.282,50</b>

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

## 5.9. Evaluación financiera

La evaluación financiera es un conjunto de indicadores que permitirá establecer un diagnóstico acerca de la situación actual y futura del proyecto, este análisis permitirá una correcta administración y toma de decisiones, reduciendo el margen de riesgo financiero.

### 5.9.1 Costo de oportunidad

Permite comparar la tasa activa y pasiva, para conocer el rendimiento que tendrá el proyecto, para lo que se ha tomado como referencia las tasas referenciales del Banco Central del Ecuador.

Tabla N° 63: Costo de oportunidad

Origen	Inversión	% Composición	Tasa De Operación	Valor Ponderado
Aporte Propio	\$ 15.102,86	0,60	4,50%	0,0270
Aporte Financiado	\$ 10.000,00	0,40	15%	0,0597
Total	\$ 25.102,86	1,00		0,0868
				<u>8,6827</u>

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

La empresa estableció un porcentaje de inversión propia del 60%, mientras que la inversión financiada representa el 40%; el costo de oportunidad es de 8,68%, es decir que el proyecto si generará un rendimiento; ya que si el inversionista dedica estos recursos una inversión a plazo fijo generaría una rentabilidad del 4,50% según la tasa referencial del BCE para el año 2018.

### 5.9.2 Valor actual neto

El valor presente neto es un método que evalúa proyectos a largo plazo ya que permite determinar si una inversión cumple con el objetivo de maximizar los beneficios.

Comprende los flujos de caja traídos a valor presente para determinar si es o no factible el proyecto, a través de la aplicación de una tasa de descuento.

El valor actual neto de la inversión se calculó tomando los flujos de caja y actualizándolos a valor presente, haciendo una división del flujo correspondiente a cada periodo para el factor de conversión:

$$\text{Factor de conversión} = \frac{\text{Flujo de efectivo año 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{Flujo de efectivo año n}}{(1+i)^n} + \dots$$

$$\text{Factor de conversión} = -25.102,86 + \frac{13.735,03}{1,15} + \frac{11.881,46}{1,32} + \frac{12.220,68}{1,52} + \frac{15.262,73}{1,75} + \frac{15.459,98}{2,01} + \frac{2.282,50}{2,31}$$

$$VAN = \$21.259,68$$

Tabla N° 64: Flujos Netos de Efectivo

Años	Flujos Netos
0	-\$ 25.102,86
1	\$ 13.735,03
2	\$ 11.881,46
3	\$ 12.220,68
4	\$ 15.262,73
5	\$ 15.459,98
	\$ 2.282,50
<b>Total</b>	<b>\$ 43.457,03</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

Tabla N° 65: Cálculo del VAN

<b>Flujos Netos y Actualizados</b>				
<b>Inversión</b>	0	-\$ 25.102,86	0	-\$ 25.102,86
<b>Flujos</b>	1	\$ 13.735,03	1,15	11.943,51
	2	\$ 11.881,46	1,32	8.984,09
	3	\$ 12.220,68	1,52	8.035,30
	4	\$ 15.262,73	1,75	8.726,52
	5	\$ 15.459,98	2,01	7.686,34
<b>Valor de salvamento</b>		\$ 2.282,50	2,31	986,79
<b>Total</b>		<b>\$ 43.457,03</b>		
<b>VAN</b>				<b>\$ 21.259,68</b>

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

El valor actual neto es mayor a cero lo que indica que el proyecto tendrá rendimientos económicos futuros más altos que el retorno de la inversión, por lo tanto la implementación del centro de idiomas es factible para los inversionistas.

### 5.9.3 Tasa interna de retorno

Es la tasa de rendimiento que se espera que genere la inversión, por lo tanto debe ser mayor a la tasa activa referencial.

La TIR se asume que es la tasa a la que el valor presente neto se igual a cero, por lo tanto, se buscará este valor mediante el cálculo de la sumatoria de los flujos netos actualizados menos el valor de la inversión inicial igualados a cero.

Debido a que realizar el cálculo de este indicador financiero de manera manual es muy demoroso se lo realizo en Excel con la aplicación de la formula financiera TIR.

Para el cálculo de la TIR se utilizó una tasa de descuento del 15% que corresponde a la tasa activa promedio que las instituciones financieras cobran en créditos otorgados a sus clientes.

Tabla N° 66: Cálculo Tasa Interna de Retorno

<b>Año</b>	<b>Flujos Netos</b>
0	- \$ 25.102,86
1	\$ 13.735,03
2	\$ 11.881,46
3	\$ 12.220,68
4	\$ 15.262,73
5	\$ 15.459,98
<b>TIR</b>	<b>45%</b>

TASA INTERNA DE RETORNO = 0,45 = 45%

TASA INTERNA DE RETORNO DESCONTADA = 0,30 = 30%

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Se determinara la viabilidad del proyecto de acuerdo a los siguientes criterios:

Tabla N° 67: Criterios Tasa Interna de Retorno

<b>CRITERIOS TASA INTERNA DE RETORNO</b>			
TIR	>	Costo de oportunidad	Realiza el proyecto
TIR	<	Costo de oportunidad	No realiza el proyecto
TIR	=	Costo de oportunidad	Es indiferente

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

La tasa interna de retorno se muestra superior a cero, por lo que se espera que el proyecto recupere su inversión y reciba ganancias adicionales; así se puede demostrar su viabilidad desde este punto de vista, ya que la TIR es del 45%, siendo mayor a la tasa activa que en promedio cobran las instituciones financieras para la concesión de un crédito comercial que es del 15%.

#### **5.9.4 Relación costo-beneficio**

Es un indicador que asocia los ingresos y gastos para evaluar la rentabilidad de la inversión durante el periodo de vida del proyecto.

Para conocer el beneficio que se obtendrá al hacer la inversión, se procedió a calcular el factor de actualización, tomando como base los porcentajes de inflación de los últimos cinco años y se reemplazó valores en la siguiente formula:

Tabla N° 68: Relación costo-beneficio

Año	Ingresos	Factor (Inflación)	Flujo De Ingresos Actualizado	Costos	Costos Actualizados
0	-25.102,86	1,00	-25.102,86	0,00	0,00
1	96.720,00	1,00	96.262,56	84.346,87	83.947,95
2	99.671,40	0,99	98.730,83	89.217,21	88.375,29
3	102.648,66	0,99	101.199,10	91.494,40	90.202,35
4	105.651,97	0,98	103.667,37	89.489,81	87.808,81
5	108.681,51	0,98	106.135,64	91.856,05	89.704,33
			<b>480.892,65</b>		<b>44.0038,73</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

$$\text{INDICE BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{SUMATORIA INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{SUMATORIA COSTOS ACTUALIZADOS}} = \frac{\$ 480.892,65}{\$ 440.038,73} = \$ 1,09$$

Tomando en cuenta el valor del dinero en el tiempo, transcurridos cinco años, el centro de idiomas recibirá 0,09 centavos adicionales por cada dólar de inversión del proyecto, lo que demuestra que la empresa podrá recuperar la inversión y establecer un margen de utilidad.

### 5.9.5 Periodo de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación de la inversión constituye el tiempo en el cual se espera alcanzar a cubrir el valor invertido en el año cero, para esto se procede a sumar los flujos netos de efectivo actualizados hasta encontrar el valor más semejante pero que no supere la sumatoria de la inversión total; así se puede determinar los años, meses y días que el proyecto necesita para alcanzar a recobrar estos recursos.

Tabla N° 69: Cálculo del tiempo de recuperación

Año		Flujo Actualizado	Flujos Acumulados
1	\$	11.943,51	\$ 11.943,51
2	\$	8.984,09	\$ 20.927,60
3	\$	8.035,30	\$ 28.962,89
4	\$	8.726,52	\$ 37.689,41
5	\$	7.686,34	\$ 45.375,75

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Se realiza la sumatoria de los flujos netos hasta el segundo año dando como resultado \$20.927,60 y lo que falta se recuperará en el tercer año es decir \$4.175,26. Se procede a dividir el flujo neto de caja actualizado esperado para el tercer año para doce meses; se reparte la diferencia de \$4.175,26, para el valor mensual obtenido, dando como resultado seis meses. Por último, el valor mensual dividido para treinta días constituye el importe diario a recuperar, por lo que si se fracciona la diferencia ultima encontrada para el valor diario se obtiene cinco días.

Se pudo determinar que el centro de idiomas recuperará la inversión en dos años, seis meses, cinco días.

### 5.9.6 Tasa de rendimiento promedio

La tasa de rendimiento promedio es una forma de expresar con base anual, la utilidad neta que se obtiene de la inversión promedio.

$$\begin{aligned} \text{Tasa de Rendimiento Promedio} &= \frac{11.329,7684}{\$ 25.102,86} \\ \text{Tasa de Rendimiento Promedio} &= 45\% \end{aligned}$$

La TRP de este proyecto corresponde al 45%.

### 5.9.7 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio hace referencia a la cantidad en unidades y en dólares en donde la empresa no presenta pérdidas ni ganancias, es decir ha alcanzado el nivel de ventas en el que cubre sus costos y gastos. A mayor punto de equilibrio el riesgo incrementa.

Para realizar los cálculos del punto de equilibrio se tomó en cuenta los datos del primer año.

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \text{COSTOS VARIABLES / VENTAS}} = \frac{\$ 41.224,07}{0,554147998} = \$ 74.391,80$$

Una vez realizados los cálculos para determinar el punto de equilibrio, se estableció un valor de \$74.391.80, lo que corresponde a un porcentaje de ventas del 76%, en donde recupera su inversión y lo demás constituye la rentabilidad generada por el proyecto.

Tabla N° 70: Punto de equilibrio

Productos	Cantidad	Precio Unitario	Total	% Composición	Participación en Dólares	Punto De Equilibrio En Cantidades
Starter	184	\$ 310,00	57.040	0,5897	\$ 43.872,09	142,00
Elementary	80	\$ 310,00	24.800	0,2564	\$ 19.074,82	62,00
Pre-Intermediate	48	\$ 310,00	14.880	0,1538	\$ 11.444,89	37,00
<b>Total Ingresos Proyectados</b>	312		96.720	1,00	\$ 74.391,80	241,00

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

El centro de idiomas debe tener 241 estudiantes para estar en el punto de equilibrio, sin generar ni ganancia, ni pérdida.

### 5.10. Tablero integral de comandos

A continuación se presenta un cuadro resumen de los indicadores financieros:

Tabla N° 71: Resumen indicadores financieros

<b>Tablero Integral De Comandos</b>	<b>Valor Obtenido</b>	<b>Valor Esperado</b>	<b>Resultado</b>
<b>Costo De Oportunidad</b>	8,68%	Superior A Tasa Pasiva	Factible
<b>Valor Actual Neto</b>	\$ 21.259,68	>0 Es Ejecutable	Factible
<b>Tasa Interna De Retorno</b>	45%	> A La Tasa Activa	Factible
<b>Tasa Interna De Retorno Descontada</b>	30%	Superior A Tasa Pasiva	Factible
<b>Costo – Beneficio</b>	\$ 1,09	Superior A Un Dólar	Factible
<b>Periodo De Recuperación De La Inversión</b>	2 Años 6 Meses	Media De Años Vida Útil	Factible
<b>Tasa De Rendimiento Promedio</b>	45%	Superior A Tasa Pasiva	Factible
<b>Punto De Equilibrio En Dólares</b>	\$74.391,80	Cerca Al 76% De Las Ventas Totales	Factible
<b>Punto De Equilibrio En Cantidades</b>	241	Cerca Al 76% De Las Ventas Totales	Factible

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

### 5.11. Oportunidad de negocio

Después de haber establecido todos los indicadores financieros se ha determinado que si la empresa ejecuta el proyecto, la organización podría generar beneficios económicos futuros, ya que el costo-oportunidad del proyecto es de 8,68%, el cual supera la tasa de interés pasiva que pagan las instituciones financieras en inversiones a plazo fijo; además la tasa de rendimiento promedio es del 45%, la tasa interna de retorno es del 45% por lo que indica que es viable el proyecto en el momento de la ejecución; el VAN calculado fue de \$21.259.68, siendo superior a cero, por lo que desde este punto de vista, el proyecto es ejecutable. El costo beneficio da a conocer que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de 0,09 centavos; además se espera recuperar la inversión en dos años, seis meses y cinco días por lo que se puede concluir que el proyecto es financieramente factible.



## CAPÍTULO VI

### 6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

#### 6.1 Introducción

En este capítulo se determinará la razón de ser de la empresa, y la visión que tiene a futuro; la estructura organizacional es para una empresa el punto de partida para sus operaciones. El objetivo de su formulación es establecer la distribución jerárquica y las funciones de cada miembro de la organización, brindando un ambiente de trabajo óptimo para los empleados, desarrollando las actividades de manera eficiente y eficaz; además de ofrecer un servicio de calidad para los clientes.

También se definirá el nombre de la empresa, misión, visión, objetivos, políticas, valores y la filosofía institucional.

#### 6.2. Objetivos

##### 6.2.1 Objetivo general

- Realizar una propuesta de estructura organizacional mediante la creación de un manual de funciones, organigrama estructural y funcional con la finalidad de asignar responsabilidades de manera clara que permitan el correcto funcionamiento de la empresa.

##### 6.2.2 Objetivos específicos

- Establecer la razón social, logotipo y slogan del proyecto
- Establecer la misión, visión, objetivos, políticas y valores del proyecto
- Diseñar un organigrama estructural para el personal que colaborará en el centro de idiomas
- Elaborar un manual de funciones de cada puesto de trabajo

- Investigar los requisitos legales para la puesta en marcha del centro de idiomas.

### 6.3 Denominación de la microempresa

La denominación o razón social de la empresa tiene como propósito fundamental facilitar su identificación dentro del mercado y diferenciarla de otras que brinden servicios similares.

El nombre de la entidad ha sido escogido considerando las siguientes variables:

- Corto y conciso: con el objetivo de facilitar su posicionamiento en la mente del consumidor
- Relación estrecha con la actividad empresarial: un término que pueda ser asociado con facilidad en la mente de las personas, en este caso con el aprendizaje del inglés.
- De fácil pronunciación: para evitar confusiones y dificultad a la hora de mencionar al centro de idiomas.

En consecuencia, el nombre que ha sido seleccionado para el centro de idiomas es “ENGLISH FOR YOU” (EFY), que hace referencia a la importancia del inglés en la vida estudiantil y profesional de las personas.

### 6.4 Logotipo y slogan



El slogan de la empresa es el siguiente: “Las oportunidades esperan por ti”. Se optó por esta frase ya que su contenido representa las oportunidades del servicio que se brindará, enfocándose en la excelencia en la enseñanza del idioma inglés como lengua extranjera.

### **6.5 Misión**

El Centro de idiomas ENGLISH FOR YOU” (EFY), es el instituto responsable de la enseñanza del idioma inglés, en el ámbito escolar, universitario y de la sociedad en general, que proporciona a sus estudiantes los conocimientos lingüísticos imprescindibles para una mejor formación personal, académica y profesional.

### **6.6 Visión**

Ser un instituto líder y competitivo en la enseñanza del idioma inglés, comprometido con la excelencia académica y la calidad del servicio, garantizando la satisfacción de las necesidades de nuestros clientes con mejora continua, para convertirnos en un referente de enseñanza inglesa a nivel local y nacional.

### **6.7 Objetivos organizacionales**

- Brindar un servicio de calidad con los niveles de inglés ofertados, cumpliendo con el Marco Común Europeo de Referencia.
- Generar beneficios para el cliente con el servicio ofertado, como también para el emprendedor del proyecto y sus colaboradores.
- Establecer una relación de confianza entre los empleados, proveedores y todos los involucrados en el proyecto.

- Incorporar de forma continua técnicas innovadoras de enseñanza para mantener la motivación de los estudiantes.

### **6.8 Valores corporativos**

A continuación se presentan los valores bajo los cuales se desenvolverá la organización dentro del ámbito empresarial y social.

- **Ética profesional:** Quienes hacen el centro de idiomas actuarán con profesionalismo, integridad y respeto, lo que se verá reflejado en la eficiencia de sus actividades.
- **Compromiso:** El talento humano del centro de idiomas desempeñará sus funciones con la convicción de que realizar un buen trabajo traerá beneficios para toda la organización.
- **Servicio:** Todos los esfuerzos está orientado en la satisfacción del cliente, apostando por una enseñanza de calidad.
- **Innovación:** Promover la mejora continua en los procesos de enseñanza de inglés en el centro.
- **Liderazgo:** Se actuará con iniciativa y responsabilidad en el desarrollo de todas nuestras actividades y en la solución de los problemas.
- **Trabajo en equipo:** Se fomentará la participación de todos los integrantes del instituto para alcanzar un objetivo común compartiendo información y conocimientos.

### **6.9 Principios**

- **Responsabilidad social:** El centro de idiomas busca generar el desarrollo del dominio del idioma inglés para mejorar las oportunidades de estudio y laborales de la sociedad anteña.

- Responsabilidad ambiental: el centro de idiomas se encuentra comprometido con el respeto al medio ambiente y con el desarrollo sostenible.

## **6.10 Políticas empresariales**

### **6.10.1 Políticas para la entidad**

- En cuanto a la parte administrativa y de servicios se trabajara 6 días a la semana, que comprenden de lunes a viernes de viernes de 9h00 a 13h00 y en la tarde de 14h00 a 18h00 y los días sábado de 8h00 a 14h00.
- Cumplir con los pagos de sueldos dentro de los primeros ocho días del mes con el personal que colabora en el centro de idiomas.
- Cumplir con todos los beneficios de ley con los empleados
- Obtener todos los permisos necesarios para poner en marcha el proyecto.

### **6.10.1 Políticas para el personal**

- El personal deberá siempre atender al público de manera gentil, con respeto cumpliendo con todos los requerimientos del cliente, brindando toda la información del servicio.
- Se deberá iniciar las labores a la hora establecida en el contrato con un tiempo máximo de 5 minutos de retraso.
- Las faltas por parte del personal deberán ser justificadas dentro de las 48 horas siguientes a la inasistencia misma que deberá ser validada con un certificado médico avalado por el hospital del IESS, o con el justificativo correspondiente al motivo de la ausencia.
- En el caso de que las faltas superen 2 veces al mes se procederá a descontar el 2% de la remuneración percibida por el empleado.

- Si las faltas superan los tres días se procederá a actuar bajo lo estipulado por el Ministerio de Trabajo.
- Deberán cumplir los principios y valores establecidos en este capítulo, con la finalidad de cumplir con las actividades del centro de idiomas.
- Cuidar de la mejor manera la estructura física de la entidad y los activos de la misma.

#### **6.10.2 Políticas para los clientes**

- Cumplir con los horarios de atención al cliente de lunes a viernes de 9h00 a 13h00 y en la tarde de 14h00 a 18h00 y los días sábado de 8h00 a 14h00.
- Respetar todas las condiciones establecidas en el contrato.
- Los estudiantes podrán suspender sus clases presenciales dos días antes de la fecha establecida.
- Los pagos podrán ser en efectivo, con cheques, tarjetas de crédito o pagos graduales con letras de cambio.
- Es responsabilidad de cada estudiante el cuidado del libro que se le entregará, así como también el cumplimiento de las horas de trabajo autónomo en la plataforma on-line y las clases presenciales para el correcto aprendizaje del nivel contratado.
- Se aplicarán los descuentos establecidos en la promoción y publicidad del centro de idiomas.

#### **6.10.3 Políticas para los proveedores**

- Los proveedores deberán entregar lo requerido en la fecha establecida
- Antes de recibir el pedido se verificará que las cantidades y precios correspondan a la orden de pedido.

- El centro de idiomas se comprometerá a realizar el pedido a los proveedores en un lapso de cinco días antes de la fecha de recepción.

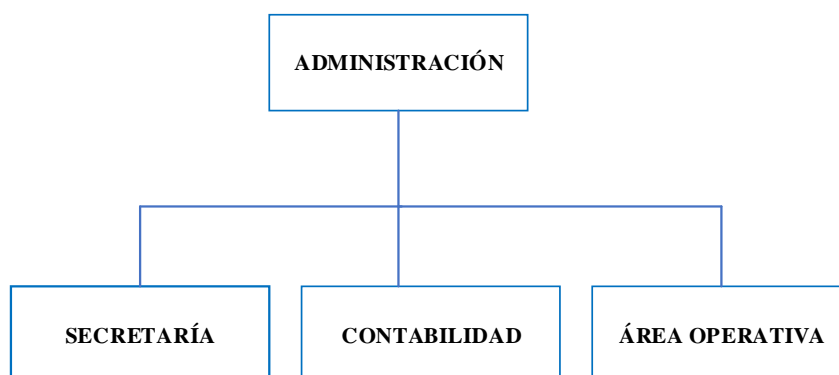
## 6.11 Estructura organizacional

Para lograr cumplir con los objetivos propuestos es necesario determinar una estructura administrativa y operativa, ya que ésta ayuda de manera formal y ordenada a establecer los parámetros de buen funcionamiento de una entidad.

### 6.11.1 Organigrama estructural

Esta estructura tiene el objetivo de identificar la jerarquización en los puestos de trabajo del centro de idiomas, señalando los niveles de autoridad, niveles operativos y de apoyo.

*Ilustración 26: Organigrama estructural*

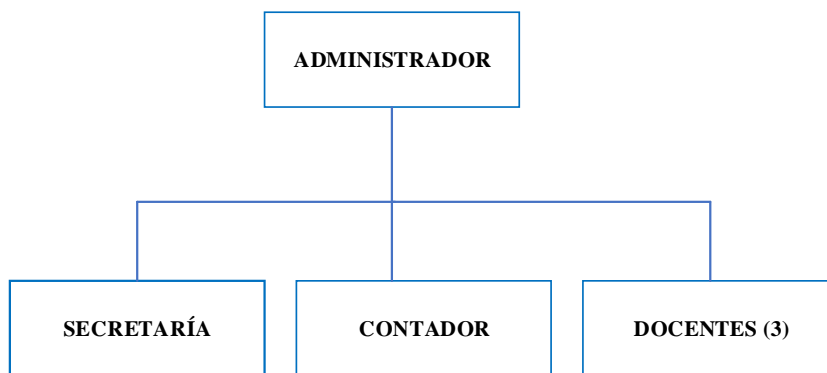


Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

### 6.11.2 Organigrama funcional

En este organigrama se especifica los cargos y funciones de cada uno de los colaboradores del centro de idiomas, los cuales se detallarán en el manual de funciones.

*Ilustración 27: Organigrama funcional*

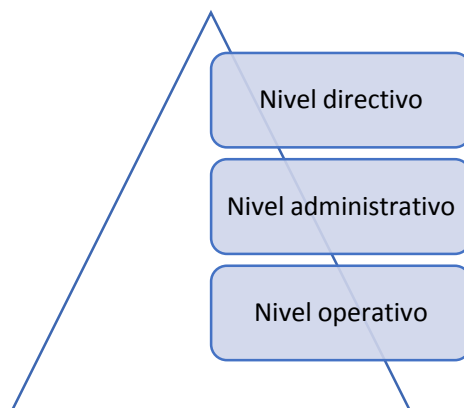


Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

### 6.12. Niveles administrativos

Toda organización cuenta con personal y recursos para la consecución de las metas planteados, es por esto que es necesario realizar una división de trabajo para alcanzar los objetivos con eficiencia.

*Ilustración 28: Niveles administrativos*



Elaborado por: La Autora  
Año: 2018



### **6.12.1 Nivel directivo**

El nivel directivo se establecen las normas, reglas y parámetros necesarios para el correcto desarrollo de las actividades normales de la organización y así poder conseguir con éxito los objetivos planteados y el cumplir con la visión propuesta.; en este proyecto quien ejercería estas funciones seria el emprendedor.

### **6.12.2 Nivel administrativo**

El nivel administrativo se encarga de la ejecución de actividades que se efectúan dentro de las oficinas de la entidad, el cual está conformado por el administrador que se encargará de todas las actividades que corresponden a logística.


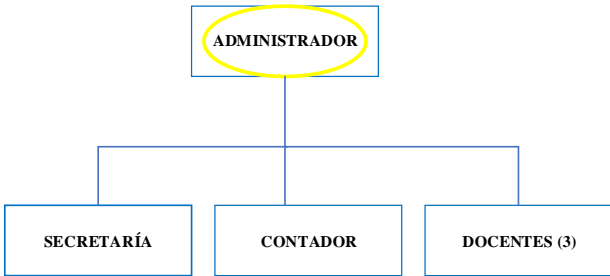
### **6.12.3 Nivel operativo**

El nivel operativo es la base para el desarrollo del proyecto, porque su responsabilidad se focaliza en brindar el servicio ofertado en óptimas condiciones, en este proyecto se contará con docentes calificados para la enseñanza del idioma inglés.

## **6.13 Funciones y competencias del personal**


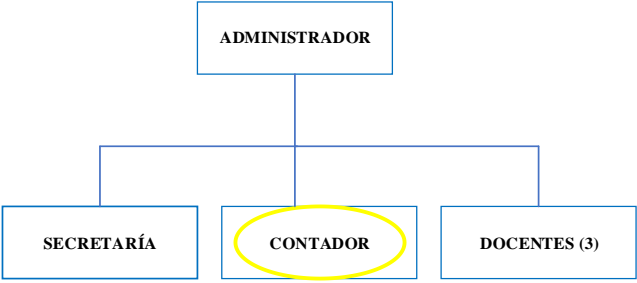
Se elaboró un manual de funciones para cada puesto de trabajo, donde se establece las condiciones para la contratación como: la formación académica y experiencia laboral; además se especifica las responsabilidades de cada puesto de trabajo.

Ilustración 29: Funciones del administrador

	<p><b>Área:</b> Administración</p> <p><b>Cargo:</b> Administrador</p> <p><b>Reporta a:</b> Emprendedor (Dueño de la empresa)</p>
<p><b>Perfil o competencias:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad para el cumplimiento de las funciones asignadas.</li> <li>• Buen desenvolvimiento en actividades bajo presión.</li> <li>• Liderazgo en trabajo en equipo.</li> <li>• Comunicación directa y precisa.</li> <li>• Capacidad de negociación.</li> </ul>	
<p><b>Funciones:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representa legalmente a la empresa.</li> <li>• Trabajar conjuntamente con el personal por el cumplimiento de la misión y visión empresarial.</li> <li>• Firmar los contratos de la prestación del servicio con los clientes.</li> <li>• Efectuar evaluaciones periódicas al personal para verificar el cumplimiento de sus funciones.</li> <li>• Planear y programar metas a corto y largo plazo, alineándose a los objetivos institucionales.</li> <li>• Establecer buenas relaciones con los trabajadores, clientes y proveedores para el correcto desarrollo empresarial.</li> </ul>	
<p><b>Requisitos:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título profesional en administración de empresas o carreras afines.</li> <li>• Experiencia laboral en cargos similares de dos años.</li> <li>• Actualización constante de conocimientos en el área administrativa.</li> <li>• Hablar nivel básico de inglés.</li> </ul>	
<p><b>Organigrama:</b></p>	
 <pre> graph TD     A[ADMINISTRADOR] --- B[SECRETARÍA]     A --- C[CONTADOR]     A --- D[DOCENTES (3)]   </pre>	

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018


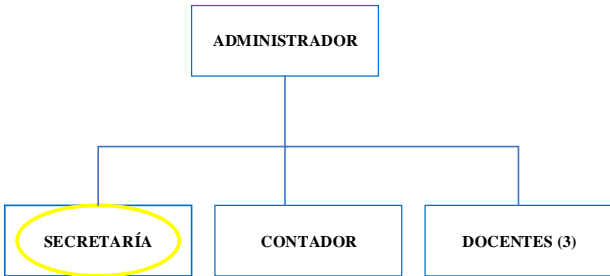
Ilustración 30: Funciones del contador

	<p>Área: Contabilidad  Cargos: Contador  Reporta a: Administrador</p>
<b>Perfil o competencias:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad numérica y negociadora.</li> <li>• Buena actitud bajo trabajo a presión.</li> <li>• Ética profesional y moral.</li> <li>• Puntualidad.</li> </ul>	
<b>Funciones:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear, organizar y archivar la documentación de respaldo de la actividad económica del centro de idiomas.</li> <li>• Preparación de pagos correspondientes, en cheques bajo la supervisión y firma del administrador.</li> <li>• Cálculo y pago de sueldos y salarios más beneficios de ley de todo el personal.</li> <li>• Llevar la contabilidad de la empresa garantizando el cumplimiento de las disposiciones legales y tributarias.</li> </ul>	
<b>Requisitos:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de tercer nivel en contabilidad y auditoría.</li> <li>• Experiencia laboral en cargos similares de dos años.</li> <li>• Capacidad de análisis e interpretación de información financiera.</li> </ul>	
<b>Organigrama:</b>	
 <pre> graph TD   A[ADMINISTRADOR] --&gt; B[SECRETARÍA]   A --&gt; C[CONTADOR]   A --&gt; D[DOCENTES (3)]   style C stroke:#ffff00   </pre>	

Elaborado por: La Autora

Año: 2018


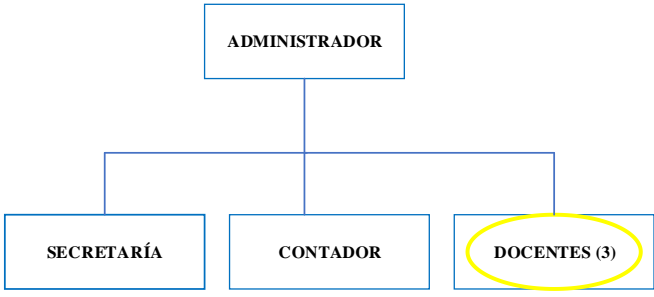
Ilustración 31: Funciones de la secretaria

	<p>Área: Secretaría</p> <p>Cargo: Secretaria- Recepcionista</p> <p>Reporta a: Administrador</p>
<p><b>Perfil o competencias:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buen trato con los clientes.</li> <li>• Carismática.</li> <li>• Buena presencia.</li> <li>• Responsable con las labores encomendadas.</li> </ul>	
<p><b>Funciones:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redactar y digitar memorandos, oficios e informes.</li> <li>• Realizar y recibir llamadas telefónicas para transmitir mensajes a las personas responsables.</li> <li>• Tener en orden los documentos bajo su custodia.</li> <li>• Atender al público y agendar entrevistas y citas.</li> <li>• Reservar las fechas de clase de los estudiantes.</li> <li>• Elaborar y sellar los certificados de aprobación de los niveles de inglés.</li> </ul>	
<p><b>Requisitos:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de tercer nivel en secretariado ejecutivo.</li> <li>• Experiencia laboral en cargos similares de un año.</li> <li>• Buenas relaciones interpersonales.</li> <li>• Comprensión oral y escrita del idioma inglés.</li> </ul>	
<p><b>Organigrama:</b></p>	
 <pre> graph TD     A[ADMINISTRADOR] --&gt; B[SECRETARÍA]     A --&gt; C[CONTADOR]     A --&gt; D[DOCENTES (3)]   </pre>	

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

Ilustración 32: Funciones de los docentes

	<b>Área:</b> Operativa <b>Cargo:</b> Docentes <b>Reporta a:</b> Administrador
<b>Perfil o competencias:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buen control de grupos de clase.</li> <li>• Incentivar el trabajo en equipo y el aprendizaje independiente</li> <li>• Responsabilidad para el cumplimiento de las funciones asignadas.</li> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Tener experiencia en pedagogía</li> </ul>	
<b>Funciones:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar el desarrollo de las unidades del libro conjuntamente con las horas clase.</li> <li>• Presentar la planificación de la semana próxima cada viernes.</li> <li>• Hacer seguimiento del rendimiento estudiantil.</li> <li>• Calificar el trabajo autónomo de los estudiantes en la plataforma.</li> <li>• Presentar los avances de los contenidos cada viernes.</li> </ul>	
<b>Requisitos:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título profesional de licenciado en inglés.</li> <li>• Experiencia laboral en cargos similares de dos años.</li> <li>• Actualización constante de conocimientos en métodos de enseñanza de lengua extranjera.</li> <li>• Hablar nivel intermedio-avanzado de inglés.</li> </ul>	
<b>Organigrama:</b>	
 <pre> graph TD     A[ADMINISTRADOR] --&gt; B[SECRETARÍA]     A --&gt; C[CONTADOR]     A --&gt; D[DOCENTES (3)]           </pre>	

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

#### **6.14 Documentos habilitantes para el funcionamiento de la empresa**

➤ Registro único de contribuyentes

El registro único de contribuyentes corresponde al número que permite identificar a una persona natural o jurídica ante la administración tributaria.

Los requisitos que se debe presentar para su obtención como persona natural son los siguientes:

- Copia de cédula y papeleta de votación
- Copia de una carta de servicio básico del domicilio del contribuyente

➤ Patente municipal

Conforme a lo establecido en el Art. 547 del COOTAD, deben declarar y pagar el impuesto a la patente municipal todas aquellas personas, empresas o sociedades domiciliadas o con establecimientos en el cantón Antonio Ante que realicen permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras inmobiliarias y profesionales.

Los requisitos para obtener la patente son:

- Copia del RUC actualizado
  - Copia de la cedula y papeleta de votación
  - Copia del comprobante del impuesto predial donde se desarrolla la actividad económica
  - Solicitud de inspección del cuerpo de Bomberos
- Permiso de funcionamiento de bomberos

Constituye una autorización legal emitida por el cuerpo de bomberos que garantiza el funcionamiento de cualquier local ubicado en el cantón Antonio Ante.

Los requisitos para obtener el permiso son:

- Copia del RUC actualizado
- Copia de la cedula y papeleta de votación

- Solicitud de inspección del local
- Informe de cumplimiento emitido después de la inspección.

➤ Clave patronal

Es una clave que otorga el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS para que el empleador pueda acceder al sistema del historial laboral.

El proceso de trámite consta de los siguientes pasos:

- Registro como empleador en la página web [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec), sección empleador, opción registro de nuevo empleador.
- Seleccione el sector al que pertenece y complete la información solicitada en los campos.
- Concluido el proceso de ingreso imprima el documento.

Después al empleador debe acercarse a las oficinas del IESS para solicitar la clave de empleador con los siguientes documentos:

- Solicitud de entrega de clave
- Copia del RUC
- Copia de la cedula y papeleta de votación
- Copia de una carta de servicio básico

Disponer de los documentos habilitantes antes mencionados, garantizara el normal funcionamiento de la empresa, evitando incurrir en incumplimiento de la normativa legal vigente.

## **CAPÍTULO VII**

### **7. IMPACTOS**

#### **7.1 Introducción**

La ejecución de un proyecto requiere de la valoración previa de algunos factores si se quiere que éste sea sostenible y rentable. Entre los principales aspectos que se deben tomar en cuenta están la capacidad financiera del emprendedor, la realización de un estudio de mercado que permita determinar si realmente existe demanda potencial para el proyecto, la disponibilidad de talento humano, disponibilidad de materia prima, ubicación del proyecto entre otros.

La valoración de los impactos constituye un elemento transcendental al momento de establecer la factibilidad de la inversión, ya que existe el riesgo de que al materializar el proyecto, éste resulte negativo impidiendo la permanencia de la empresa en el mercado.

En este capítulo se identificará los efectos que generará la implementación del proyecto y valorar cuantitativa y cualitativamente el nivel de impacto.

#### **7.2 Objetivos**

##### **7.2.1 Objetivo general**

Determinar los impactos que generará el proyecto a través del uso de herramientas de proyección que permitan impulsar los efectos positivos y disminuir los efectos negativos en cuanto a los aspectos socio-económicos, empresariales, educativos, ambientales, que pudieran generarse de la implementación del proyecto.



### 7.3 Matriz de valoración de impactos

Esta matriz es una herramienta que permite valorar los impactos, en la cual presenta una valoración de -3 y -1 es considerado para un impacto negativo entre 1 y 3 para los impactos positivos, siguiendo el orden de la recta numérica.

Tabla N° 72: Matriz de valoración de impactos

Valoración Cualitativa	Valoración Cuantitativa
Impacto alto negativo	-3
Impacto medio negativo	-2
Impacto bajo negativo	-1
No existe impacto	0
Impacto bajo positivo	1
Impacto medio positivo	2
Impacto alto positivo	3

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

### 7.4 Impacto económico

Es fundamental analizar el impacto económico porque el proyecto beneficiará al crecimiento económico de la ciudad, además podrá posicionarse en el mercado disminuyendo la demanda insatisfecha del servicio que ofrece la empresa.

Tabla N° 73: Matriz de valoración impacto económico

N°	Indicadores	Nivel de impacto							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Atención de la demanda insatisfecha							X	3
2	Crecimiento económico					X			1
3	Posicionamiento en el mercado						X		2
<b>TOTAL</b>									<b>6</b>
<b>PROMEDIO (Total/N° DE Indicadores)</b>									<b>2</b>
<b>Nivel de impacto</b>									<b>2</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

El impacto económico que generaría el proyecto sería medio positivo.

- **Atención de la demanda insatisfecha**

El proyecto a través de su ejecución pretende minimizar la demanda insatisfecha del cantón, en el ámbito de la enseñanza del idioma inglés como lengua extranjera.

- **Crecimiento económico**

La empresa también generará un cambio en el crecimiento económico debido a que la ciudadanía anteña debía movilizarse a ciudades cercanas como Otavalo e Ibarra para contratar este servicio.

- **Posicionamiento en el mercado**

El proyecto espera lograr posicionamiento en el mercado ya que no existe competencia directa en el sector.

## 7.5 Impacto social

Es indispensable estudiar el impacto social debido a que proyecto generará fuentes de empleo logrando que las familias puedan tener ingresos y mejorar su calidad de vida.

Tabla N° 74: Matriz de valoración impacto social

N°	Indicadores	Nivel de impacto							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Fuentes de trabajo					X			1
2	Calidad de vida						X		2
3	Ingresos de las familias						X		2
4	Mayores oportunidades laborales							X	3
5	Satisfacción del cliente							X	3
<b>TOTAL</b>									<b>11</b>
<b>PROMEDIO (Total/N° DE Indicadores)</b>									<b>2,2</b>
<b>Nivel de impacto</b>									<b>2</b>

Elaborado por: La Autora  
Año: 2018

El impacto social que generaría el proyecto sería medio positivo.

- **Fuentes de trabajo**

La implementación del proyecto permite generar fuentes de empleo, brindando la remuneración de acuerdo a la tabla sectorial y el cumplimiento de todos los beneficios de ley.

- **Calidad de vida**

Las familias del personal que laborará en la empresa tendrán una mejor calidad de vida, ya que percibirán sueldos dignos, permitiéndoles tener estabilidad familiar.

Ingresos de las familias

- **Ingresos de las familias**

Al haber una nueva empresa que genere una actividad económica, las familias de los empleados tendrán mayores ingresos, lo que permite que se dinamice la economía del cantón.

- **Mayores oportunidades laborales**

En el mundo globalizado en el que hoy nos desenvolvemos, el conocimiento y dominio del inglés ayudará mucho para acceder a oportunidades laborales en el país o en el exterior.

Con respecto al ámbito educativo la creación de este centro de idiomas tendrá un impacto significativo ya que permitirá que las personas tengan un mejor nivel en el dominio del inglés, cumpliendo con la normativa de la ley de educación básica y superior.

- **Satisfacción del cliente**

Puesto que el giro del negocio es brindar un servicio de enseñanza del idioma inglés, satisface una necesidad de conocimiento y educación en el cliente.

## **7.6 Impacto ambiental**

Es importante analizar este impacto debido a que toda actividad humana genera desechos, y en muchas ocasiones se puede evitar el excesivo uso de papel.

Tabla N° 75: Matriz de valoración de impacto ambiental

N°	Indicadores	Nivel de impacto							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Contaminación auditiva					X			1
2	Generación de desechos							X	3
<b>TOTAL</b>									<b>4</b>
<b>PROMEDIO (Total/N° DE Indicadores)</b>									<b>2</b>
<b>Nivel de impacto</b>									<b>2</b>

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

El impacto ambiental que generaría el proyecto sería medio positivo.

- **Contaminación auditiva**

La contaminación auditiva que podría generar en el proyecto al momento de realizar la propaganda por medios de radio y perifoneo en la ciudad, ya que éstos se realizan a un alto volumen incomodando a las personas.

- **Generación de desechos**

Este indicador hace referencia a los residuos generados en el desarrollo de las actividades diarias del centro de idiomas, la mayoría de desechos serían hojas de papel mismas que pueden ser reutilizadas o recicladas y preferentemente almacenar la información en medios digitales y no imprimir todos los documentos.

## 7.7 Impacto general

Tabla N° 76: Matriz de valoración de impacto general

N°	Indicadores	Nivel de impacto							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Impacto económico						X		2
2	Impacto social						X		2
3	Impacto ambiental						X		2
<b>TOTAL</b>									<b>6</b>
<b>PROMEDIO (Total/N° DE Indicadores)</b>									<b>2</b>
<b>Nivel de impacto</b>									<b>2</b>

Elaborado por: La Autora

Año: 2018

A nivel general la ejecución de este proyecto tendrá un impacto positivo, en cuanto al análisis de factores económicos, sociales y ambientales; por lo que se concluye que la ejecución del mismo es viable, ya que ayuda a la economía local, crea fuentes de empleo, mejora la calidad de vida y las oportunidades laborales de las familias anteñas; sin dejar a un lado el cuidado del medio ambiente ya que no provoca contaminación de ningún tipo.

Si bien el impacto positivo es medio, se prevé que a mediano y largo plazo conforme al desarrollo de las actividades empresariales este proyecto genere mayores beneficios tanto para el inversionista, como para sus clientes y proveedores.

## CONCLUSIONES

- En el diagnóstico situacional se ha podido identificar que la creación de un centro de enseñanza de inglés es una alternativa de solución a la necesidad de contratar estas clases sin la necesidad de desplazarse hacia Ibarra y Otavalo para buscar este servicio permitiendo a las familias ahorrar tiempo y dinero.
- El marco teórico contiene información secundaria de libros, revistas, artículos científicos e internet, para permitir al lector conceptualizar y entender de mejor manera todos los aspectos relacionados al desarrollo del proyecto.
- En el estudio de mercado se analizó la demanda y la oferta del servicio que se quiere ofertar, obteniendo como resultado el prestar los servicios de enseñanza del idioma inglés al 15,00% de la demanda insatisfecha que corresponde a 312 estudiantes al año.
- En el estudio técnico se determinó el tamaño del proyecto, el lugar estratégico para implementar el centro de idiomas, además se estableció la capacidad instalada del proyecto determinando los equipos y recursos necesarios para poner en marcha el proyecto y el tipo de financiamiento para cubrir la inversión total que es de \$25.102,86.
- En el estudio financiero se analizó los diferentes indicadores económicos para determinar la rentabilidad del proyecto, obteniendo como resultado un VAN de \$21.259,68, la TIR de 45% y la recuperación de la inversión se logrará en un lapso de dos años, seis meses.
- El desarrollo de la estructura organizacional permitió determinar que el centro de idiomas se constituirá como una persona natural no obligada a llevar contabilidad, también se presenta una estructura organizativa, manual de funciones con la finalidad de cumplir con los objetivos de la organización.

- El análisis de los impactos determina que el proyecto generará efectos en el ámbito económico, social y ambiental, dando como resultado un impacto medio positivo del 2%, lo cual permite corroborar que la puesta en marcha del proyecto traerá consigo beneficios para el emprendedor, los clientes y proveedores; por lo que se concluye que la ejecución es viable.

## RECOMENDACIONES

- En cuanto al diagnóstico situacional del proyecto es recomendable que la implementación del proyecto se haga en la ciudad de Atuntaqui, debido a que no existe un centro de idiomas con las características propuestas en éste proyecto.
- Respecto al marco teórico, se sugiere analizar los conceptos con profundidad con el fin de ampliar el conocimiento y entendimiento de los términos relacionados al proyecto para su posterior aplicación.
- Se debe aprovechar que existe acogida para el desarrollo del proyecto por parte de los clientes potenciales como resultado de las encuestas aplicadas, aprovechando la necesidad de conocimiento y dominio del idioma por niños, jóvenes y adultos sea por motivos de estudios o desarrollo profesional.
- En lo referente al estudio técnico es recomendable tomar en cuenta la capacidad instalada para cumplir con excelencia el proceso de enseñanza, garantizando el aprendizaje de cada uno de los estudiantes.
- Se recomienda poner en marcha el proyecto, por cuanto se conoce que la implementación el centro de idiomas es económicamente viable como lo demuestran los resultados del estudio financiero.
- Con respecto a la estructura organizacional del proyecto se sugiere que se respete la jerarquía propuesta, además de todas las consideraciones establecidas en el estudio, por cuanto de esto dependerá el correcto desempeño, organización y coordinación de las actividades en el centro de idiomas, tendiendo siempre a la mejora continua.
- Se sugiere establecer estrategias de mitigación ante cualquier aspecto negativo que traiga consigo el desarrollo de las actividades del centro de idiomas, con la finalidad de



evitar efectos adversos en los ámbitos económico, social y ambiental; siendo conscientes de la responsabilidad que trae la implementación de una empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- AMARU, A. C. (2009). *FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN*. Mexico: PEARSON.
- AMSTRONG, G., & KOTLER, P. (2013). *FUNDAMENTOS DE MARKETING* (DECIMO PRIMERA ed.). Mexico: PEARSON.
- ARAUJO ARÉVALO, D. (2013). *PROYECTOS DE INVERSIÓN*. Mexico: EDITORIAL TRILLAS S.A.
- ARBOLEDA VÉLEZ, G. (2013). *PROYECTOS, IDENTIFICACIÓN, FORMULACIÓN, EVALUACIÓN Y GERENCIA*. Colombia: ALFAOMEGA COLOMBIA S.A.
- ASENSIO DEL ARCO, E. (2013). *EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA*. España: EDICIONES PARANINFO.
- BACA URBINA, G. (2015). *INGENIERÍA ECONÓMICA* (Sexta ed.). Mexico: MCGRAW HILL EDUCATION.
- BENJAMÍN, E., & FINCOWSKY, F. (2014). *ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS*. Mexico: MCGRAW-HILL.
- BERNAL, C., & SIERRA, H. (2013). *PROCESO ADMINISTRATIVO PARA LAS ORGANIZACIONES DEL SIGLO XXI*. Colombia: PEARSON.
- BRAVO VALDIVIESO, M. (2013). *CONTABILIDAD GENERAL*. Quito: ESCOBAR IMPRESORES.
- CAMPO, R., & M, D. (2014). *GESTIÓN DE PROYECTOS*. Bogotá: EDICINES DE LA U.
- CASSANY, D., & MARTHA, L. (2003). *ENSEÑAR LENGUA*. Barcelona: GRAO.
- CHÁVEZ, N. (2014). *TESCOADMINISTRACIÓN*. Obtenido de <http://tescoadministracion.blogspot.com/>

- CHIAVENATO, I., & SAPIRO, A. (2012). *PLANEACIÓN ESTRATÉGICA*. Mexico: MCGRAW-HILL.
- COLLAZOS CERRÓN, J. (2016). *EVALUACIÓN EMPRESARIAL DE PROYECTOS*. Lima: EDITORIAL SAN MARCOS.
- CÓRDOBA PADILLA, M. (2011). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- CORDOBA, M. (2012). *GESTIÓN FINANCIERA*. Bogotá: ECOR EDICIONES.
- DÍAZ FONSECA, J. (2016). *APRENDER CONTABILIDAD FINANCIERA*. Mexico: EDITORIA TRILLAS S.A.
- FLORES URIBE, J. (2015). *PLAN DE NEGOCIOS PARA PEQUEÑAS EMPRESAS*. Bogotá: EDICIONES DE LA U.
- GITMAN, L., & CHAD, Z. (2016). *ADMINISTRACIÓN FINANCIERA*. Mexico: PEARSON.
- GUERRERO SANCHEZ, M. (2014). *METODOLOGÍAS ACTIVAS Y APRENDIZAJE POR DESCUBRIMIENTO. LAS TIC Y LA EDUCACIÓN*. Albacete: MARPADAL.
- GUTIERRES ARAGÓN, O. (2013). *FUNDAMENTOS DE LAS ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS*. Madrid: EDICIONES PIRÁMIDE.
- HUAMÁN, V., & RÍOS, F. (2015). *METODOLOGÍAS PARA IMPLANTAR LA ESTRATEGIA: DISEÑO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA*. Lima: EDITORIAL UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS S.A.C.
- ISIQUE HUAROMA, J. (2016). *PROYECTOS AGROPECUARIOS*. Perú: EDITORIAL MACRO.
- KOTLER, P., & GARY, A. (2012). *MARKETING*. Mexico: PEARSON.
- KOTLER, P., & KELLER, K. (2016). *DIRECCIÓN DE MARKETING*. Mexico: PEARSON.
- LAMB, C., & MC DANIEL, C. (2014). *MKTG MARKETING*. Mexico: PEARSON.

- LUNA GONZALES, A. (2014). *ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA*. Mexico: GRUPO EDITORIAL PATRIA S.A.
- LUNA GONZÁLES, C. (2014). *PROCESO ADMINISTRATIVO*. Mexico: LAROUSSE - GRUPO EDITORIAL PATRIA.
- LYNCH, T. (1996). *COMMUNICATION IN THE LANGUAGE CLASSROOM*. Oxford: OXFORD UNIVERSITY PRESS.
- MARÍN, J., & MONTIEL, E. (2014). *EVALUACIÓN DE INVERSIONES ESTRATÉGICAS*. Bogotá: LID EDITORIAL COLOMBIA.
- MEZA OROZCO, J. (2013). *EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- MEZA, M., & TURCI, S. (2007). USO DE MATERIALES INSTRUCCIONALES PARA EL DESARROLLO DE LA DESTREZA ORAL EN UN CURSO DE INGLÉS III PARA LAS CARRERAS COMERCIO EXTERIOR, TURISMO Y HOTELERÍA DE LA UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR. *REVISTA DE INVESTIGACIÓN SCIELO*.
- MINTZBERG, H. (2010). *DISEÑO DE ORGANIZACIONES EFICIENTES*. Argentina: COLOR EFE.
- MIRANDA, J. (2005). *GESTIÓN DE PROYECTOS*. Bogotá.
- MIRANDA, J. J. (2010). *GESTIÓN DE PROYECTOS*. Bogotá: MM EDITORES.
- MORENO VEGA, J., & MORENO VEGA, A. (2017). *ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA EMPRESA AGRARIA*. España: EDICIONES PARANINFO S.A.
- MOYA MORENO, L. (2015). *MANUAL DE POLÍTICAS CONTABLES EN LA APLICACIÓN DE NIIF PARA PYMES*. Colombia: LEGIS S.A.

- MUNCH, L. (2014). *ADMINISTRACIÓN GESTIÓN ORGANIZACIONAL, ENFOQUES Y PROCESO ADMINISTRATIVO*. Mexico: PEARSON EDICIONES.
- PÉREZ DÍAZ, L. (2014). *CURRÍCULO Y EMPRENDIMIENTO* . Bogotá: CMYK DISEÑO E IMPRESOS S.A.
- RINCÓN SOTO, C., & GRAJALES LONDOÑO, G. (2012). *ESTÁNDARES INTERNACIONALES EN CONTABILIDAD- EIC*. Bogotá: EDICIONES DE LA U.
- RIVERA CAMINO, J., & GARCILLAN. (2012). *DIRECCIÓN DE MARKETING FUNDAMENTOS Y APLICACIONES*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- RODRÍGUEZ, A., CAÑARTE, J., PIBAQUE, M., ACUÑA, M., PIONCE, A., & Y CAICEDO, C. (2017). *ESTRATEGIA METODOLÓGICA UTILIZANDO TÉCNICAS PARA DESARROLLAR LA COMPRENSIÓN LECTORA EN INGLÉS EN LOS ESTUDANTES DEL NIVEL SUPERIOR*. Manabí: EDITORIAL ÁREA DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO, S.L.
- ROJAS LOPEZ, M. (2015). *EVALUACIÓN DE PROYECTOS PARA INGENIEROS*. Bogotá: ECOE EDICIONES LTDA.
- ROJAS RISCO, D. (2013). *LA BIBLIA DEL MARKETING*. Barcelona: LEXUS.
- ROJAS RISCO, D. (2014). *MANUAL DE CONTABILIDAD Y COSTOS*. Barcelona: LEXUS EDITORES.
- SAAVEDRA, M. (2004). *EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE CONCEPTOS Y TÉCNICAS*. Mexico: EDITORIAL PAX MEXICO.
- SCADE, J. (09 de 05 de 2012). *ASPECTOS ECONÓMICOS EN RESPONSABILIDAD SOCIAL Y SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL*. Obtenido de

[http://www.eoi.es/wiki/index.php/Aspectos\\_econ%C3%B3micos\\_en\\_Responsabilidad\\_Social\\_y\\_Sostenibilidad\\_Empresarial](http://www.eoi.es/wiki/index.php/Aspectos_econ%C3%B3micos_en_Responsabilidad_Social_y_Sostenibilidad_Empresarial)

SIERRA PRIETO, C. (2014). *EMPRENDIMIENTO*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN DE MEXICO, S.A. DE C.V.

THOMSON, A., & A, P. (2012). *ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA*. Mexico: MCGRAW-HILL S.A.

URIBE MACÍAS, M. E., & REINOSO LASTRA, J. F. (2013). *EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO*. Bogotá: EDICIONES DE LA U.

ZAPATA, P. (2011). *CONTABILIDAD GENERAL*. Bogotá: MCGRAW HILL INTERAMERICANA EDITORES S.A.

## Anexo 1

### Encuesta dirigida a la población de Antonio Ante



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE ANTONIO ANTE**

La presente encuesta tiene como finalidad determinar el nivel de aceptación que tendrá un centro de idiomas en la ciudad de Atuntaqui.

Por favor lea las preguntas y responda de acuerdo a la información solicitada con la mayor sinceridad.

Sus respuestas servirán para alcanzar los objetivos propuestos en este estudio.

Instrucciones generales:

- Responda todas las preguntas
- Marque con una (x) en el recuadro que indique su respuesta

1) ¿Conoce usted alguna academia de inglés en Antonio Ante?

Alternativa	Respuesta
SI	
NO	

2) ¿La creación de una academia de inglés en la ciudad de Atuntaqui sería positiva para usted, miembros de su familia o empresa?

Alternativa	Respuesta
SI	
NO	

3) ¿Está de acuerdo en que actualmente es un requisito y beneficio para su vida el dominio del idioma inglés?

Alternativa	Respuesta
SI	
NO	

4) ¿Ha necesitado contratar clases de inglés?

Alternativa	Respuesta
SI	
NO	

5) ¿En qué rango se encuentra el nivel de ingresos mensuales de su hogar?

Alternativa	Respuesta
Entre \$386 a \$500	
Entre \$500 a \$1000	
Superior a \$1000	

6) ¿Estaría dispuesto a contratar un paquete de clases de inglés?

Alternativa	Respuesta
SI	
NO	

7) ¿Qué tipo de curso contrataría?

Alternativa	Respuesta
Junior	
Medio	
Avanzado	

8) ¿Cuántos niveles de inglés estaría dispuesto a contratar, sabiendo que cada nivel consta de tres módulos?

Alternativa	Respuesta
1 Nivel	
2 Niveles	
3 Niveles	

9) ¿Con qué academia de inglés ha tenido un acercamiento previo para conocer acerca de la oferta de cursos de inglés similares al que se plantea?

Alternativa	Respuesta
Ilvin Center	
Wall Street Institute	
Illinois Academy	
Premium Level	
Briston Institute	
Otra	

¿Cuál?

10) ¿Qué considera usted más importante al momento de contratar un paquete de clases de inglés?

Alternativa	Respuesta
Precio	
Prestigio de la empresa	
Personal especializado	
Recomendaciones	
Ubicación del centro de idiomas	

11) ¿Qué valor monetario estaría dispuesto a invertir por un nivel de inglés para un miembro de su familia o empresa, conociendo que cada nivel consta de tres módulos?

Alternativa	Respuesta
1 Módulo \$100	
2 Módulos \$200	
3 Módulos \$300	
1 Nivel \$ 275 (Módulos 1, 2 y 3)	

12) Para poder contratar un curso de inglés, ¿Cuál de las siguientes alternativas sería su forma de pago?

Alternativa	Respuesta
Efectivo	
Tarjeta de crédito	
Financiamiento propio (cheque)	
Pagos graduales	



13) ¿En dónde le gustaría que este ubicado el centro de idiomas en la ciudad de Atuntaqui?

Alternativa	Respuesta
Cerca al parque central	
Cerca al parque de la familia	
Cerca al mercado	
Otro	

¿Dónde?

14) ¿Cuáles son los medios de comunicación por los que le gustaría tener información sobre los cursos de inglés?

Alternativa	Respuesta
Radio	
Televisión	
Redes sociales	

## Anexo 2

### Proforma libros de inglés Books and Bits

Estimada María José Vásquez Pita

Le hago llegar la cotización solicitada el descuento que le aplicaríamos es del 25%



ISBN	DETALLE	PVP	NIV EL	PREC IO
978110746 9099	Cambridge English Empower Student's Pack & Online Workbook Advanced	3.63	7	60 55.22
978110746 6302	Cambridge English Empower Student's Pack & Online Workbook Elementary	3.63	7	60 55.22
978110746 6883	Cambridge English Empower Student's Pack & Online Workbook Intermediate	73.63		60 55.22
978110746 6524	Cambridge English Empower Student's Pack & Online Workbook Pre-Intermediate	3.63	7	60 55.22
978110746 5961	Cambridge English Empower Student's Pack & Online Workbook Starter	3.63	7	60 55.22
978110746 8757	Cambridge English Empower Student's Pack & Online Workbook Upper-Intermediate	3.63	7	60 55.22

Quedo atenta a sus comentarios.

Saludos

Johanna Arias

Telf. (593-2) 555-809 Ext.109 -0987656284

Av. 6 de Diciembre N22-02 y Jerónimo Carrión



## Anexo 3

## Útiles de oficina

## MEGA Ps

RAFAEL ROSALES 7-30 Y FLORES

Teléfono(s): 052544825

Nombre: MARIA JOSE WASQUEZ

Proforma # 001001

Dirección: ATUNTAQUI

Ruc: 1003626825

Ciudad:

Fecha: 14-jun-2018

Teléfono:

Representante:

Código	Descripción	UM	Cantidad	P. Unitario	Descuentos %			Total
					1	2	3	
5863	CARPETA COLGANTE	UN	100,00	0,448	0	0	0	44,84
69404	CORCHOGRIFO SILY-80	UN	1,00	26,338	0	0	0	26,34
5722	ARCHIVADOR OFICIO COLOR	UN	34,00	2,902	0	0	0	98,64
39107	CAJA REPRODAL A 10	UN	5,00	28,000	0	0	0	140,00
7129	CAJA DE ESFERO BIC PIF NEGRO	UN	3,00	6,518	0	0	0	19,55
4377	LA STAEITLER INORICA 102 46(CAJA x 12)	UN	1,00	2,223	0	0	0	2,23
9732	BORRADOR BESTER 807-20	UN	1,00	0,175	0	0	0	0,18
33155	CAJA DE CORRECTORES BESTER x 12	UN	1,00	7,768	0	0	0	7,77
64838	GRAPADORA WAPED	UN	4,00	7,054	0	0	0	28,21
74339	GRAPAS 2016 CARBONA X 5000 UNDS	UN	4,00	0,982	0	0	0	3,93
11670	CAJA CLIPS LANCER	UN	6,00	0,357	0	0	0	2,14
18536	PERFORADORA WIN-TRIO-812	UN	4,00	3,796	0	0	0	15,18
1524	MARCADOR PARA PIZARRA NEGRO PELIKAN	UN	12,00	0,580	0	0	0	6,96
2043	BORRADOR DE PIZARRA	UN	4,00	0,402	0	0	0	1,61
79910	CALCULADORA CIVIL MS-30MC-RD	UN	2,00	12,411	0	0	0	24,82
81157	TLIERA CARIOCA PUNTA REDONDA	UN	2,00	0,405	0	0	0	0,81
11516	GOMA EN BARRA BESTER 36G	UN	2,00	0,670	0	0	0	1,34
74823	SACOGRAFOS	UN	4,00	0,536	0	0	0	2,14
33894	CUADERNO ACADÉMICO ANDALUZ 100H CUADROE	UN	6,00	1,039	0	0	0	6,04
62256	DISPENSADOR DE CINTA ADHESIVA BESTER	UN	2,00	2,054	0	0	0	4,11
42242	CINTA ADHESIVA BESTER	UN	4,00	0,288	0	0	0	1,07
1382	TINTA PARA SELLOS PELIKAN VIOLETA	UN	4,00	1,226	0	0	0	4,91
28210	CARPETA DE CARTON	UN	50,00	0,229	0	0	0	11,16

Forma de Pago: CONTADO

Subtotal 426,79

Descuentos 0,00

Tarifa 12% 286,79

Tarifa 0% 140,00

IVA 34,41

# MEGA Ps

RAFAEL ROSALES T-JO Y FLORES  
Telefono(s) 06264885

Nombre **WARNA JOSIE VASQUEZ**  
ATLUNTACUJ

001001  
1000626825  
Fecha 14-jun-2018

Forma de Pago **CONTADO**  
*representante*

IVA	426,79
TOTAL	0,00
	286,79
	140,00
	34,41
	<u>461,20</u>

**Mega**  
**PS** RUC:  
1001993433001

## Anexo 4

### Publicidad Diario del Norte



Ibarra, junio de 2018

Señores

Presente.-

Reciba un cordial saludo del Grupo Corporativo del Norte, concesionaria de Diario El Norte, Radio Los Lagos, y [www.elnorte.ec](http://www.elnorte.ec); a la vez el deseo de éxito en sus actividades diarias.

EL NORTE, diario de información regional, pone a su disposición las tarifas publicitarias, a continuación detallamos la inversión para anunciar en nuestra edición:

ESPACIO	MEDIDAS	VALOR LUNES- VIERNES B/N	VALOR SABADO- DOMINGO B/N
1 PAG	26cm X 33,3cm	300,00	324,00
1/2 PAG	26cm X 16,39cm	150,00	162,00
1/3 PAG	26cm X 12,19cm	112,50	121,50
¼ PAG	12,75cm X 16,39cm	75,00	81,00
1/8 PAG	8 cm x 12 cm	37,50	40,50

**NOTA:** El valor especificado es por día, la cotización es en blanco y negro, si se requiere la publicación Full color, el valor se duplica.

**ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN IVA**



## Anexo 5

## Proforma publicidad



diseño y publicidad

agencia gráfica

## CLIENTE:

CANT.	DETALLE	V. UNIT.	V. TOTAL
1000	Volantes A6 un lado	65,00	65,00
1000	Tarjetas de presentación full color acabado mate y uv selectivo	55,00	55,00
2	Banner (2 x0.80) en pet banner	85,00	170,00
4	Sellos rectangulares mediano	14,00	56,00
1	Rotulo en caja de luz 2x150	270,00	270,00
8	Señaléticas A4 (Baño, Salida de emergencia, No fumar, 911, Gerencia, Secretaría, Tesorería, Aula)	2,50	20,00



## Anexo 7

Muebles de oficina

Sr. Carlos Imbago

Telf: 2959050/0997213031  
R.U.C. 1001597697001

**COTIZACIÓN N°**  
FORMA VENUS 250-5B

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: <b>MARIA JOSE VASQUEZ</b>		CIUDAD:	DÍA	MES	AÑO
ATENCIÓN:		DIRECCIÓN:	14	06	2018
SOLICITADO POR:		TELF.:	FAX:		
<b>ESTA COTIZACIÓN TIENE LAS SIGUIENTES CONDICIONES</b>					
VALIDA HASTA:		FECHA DE ENTREGA:	VENDEDOR:		
FORMA DE PAGO:		TRANSPORTE:	EMPAQUE:		

CÓDIGO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL	% IVA
3	3	PIZARRAS DE 1.20 X 2.44	85,00	255,00	
	1	ESCRITORIO EN L	180,00	180,00	
	1	COUNTER	180,00	180,00	
	3	PEDESTALES DE 1.20 X 2.44	40,00	120,00	
	2	SILLAS SECRETARIA CON BRAZOS	80,00	160,00	
	2	ARCHIVADOR AEREO	75,00	150,00	
	2	LIBREROS DE 1,40 X 1,75 X 0,30	150,00	300,00	
	2	ARCHIVADORES METALICOS	150,00	300,00	
	1	MESA PARA 10 COMPUTADORAS	400,00	400,00	
	2	MESAS PARA 8 PUESTOS	160,00	320,00	
	26	SILLAS	20,00	520,00	

BIENES Y/O SERVICIOS CON TARIFA 0%	BIENES Y/O SERVICIOS CON TARIFA	(1)	<b>SUBTOTAL:</b>
DESCUENTOS	DESCUENTOS	(2)	<b>TOTAL DESC.</b>
BASE IMPONIBLE DEL I.V.A. (1) MENUS (2) =		X	% I.V.A.
SON:	<b>IMBARTE</b>		<b>TOTAL</b> →
OBSERVACIONES:	FIRMA AUTORIZADA		
FECHA DE APROBACIÓN:	REVISADO POR:		ATENTAMENTE:

FORMA VENUS 250-5B

Producto elaborado por POLIGRAFICA C.A. compañía con certificación ISO 9001:2000 • Telf.: (04) 2566733, Quito. • (02) 2504164, Quito • \*26574\*



## Anexo 8

## Equipos de cómputo



Razón Social para Emisión de Retención: Norma Yolanda Córdova Paladines  
CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resolución N° 466

RUC 0701084121001



**PROFORMA**

NOMBRE: Sra. MARIA JOSE VASQUEZ

RUC: 1003626825

CONTACTO:

FECHA: 14/06/2017

TELÉFONO: 982155892



ASESOR: ISABEL PULE

DIRECCIÓN: Oviedo 9-59 y Chicanarvárez

TELÉFONO 0997523012

REFERENCIA:

Ibarra

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
10	<p>COMPUTADORES QUASAD COREI5 OCTAVA GENERACION Case Combo: Mouse Gamer+ Teclado y Parlantes QUASAD Negro Board Gigabyte B360 Octava Gener. Procesador Intel Corei5 8400 2.8GHZ MB Octava Gene Memoria RAM 8GB DDR4 Disco duro 1 TB SATA WD PC 7200RMP Blue 64Mb Cache S6.0 DVD RW LG Super Multi SATA 24x DVD / Regulador de voltaje Forza Lector de Memorias Interno 3.5" / Monitor LG 20" LED WINDOWS 10 ORIGINAL</p> 	779.00	7,790.00
4	Not. Dell 3467 C15 7ma 2.5G/8G/1TB/14" DVD W10 Azul Base+Mou	722.33	2,889.32
10	Audifono+Microfono Omega Cuero	5.25	52.50
3	Proyector Epson SV250 3200 Lumenes	493.35	1,480.05
2	Multifuncion Epson L380 Sistema Continuo	191.88	383.76
1	TV LED 43" Samsung UN43J5200 Smart Wifi 1080p	543.75	543.75
3	Parlantes Thonet & Vander Grub 2.1 48W	81.34	244.01
4	Cartucho Epson T664120 Negro L200/210/355/555	8.92	35.68
4	Cartucho Epson T664220 Cyan L200/210/355/555	8.92	35.68
4	Cartucho Epson T664320 Magenta L200/210/355/555	8.92	35.68
4	Cartucho Epson T664420 Yellow L200/210/355/555	8.92	35.68
	 VALIDEZ DE LA PROFORMA 8 DIAS	<b>SUBTOTAL</b>	<b>13,526.11</b>
		<b>IVA 12%</b>	<b>1,623.13</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>15,149.24</b>

FORMA DE PAGO: CONTADO

LA GARANTÍA Y CONFIANZA ES LO MÁS IMPORTANTE...

ACEPTAMOS TODAS LAS TARJETAS DE CRÉDITO



IBARRA: Pedro Moncayo 3 - 53 y Rocafuerte

TELÉFONOS: 2608 - 010 / 2643 - 036 / 2640 - 444

OTAVALO: Av. Quito entre Sucre y Modesto Jaramillo

TELÉFONOS: 2928 - 333 / 2925 - 743