

PROYECTO SOBRE CENTRO DE ESTUDIO DE LA LENGUA INGLESA PARA PUBLICO EMPRESARIAL AVANZADO

Jorge Andrés Calderón

Pedro Andrés Cedeño

Director: Leonardo Estrada



GLOBAL

ENGLISH

GROUP



Investigación de Mercado

- Planteamiento del problema
- Descripción del perfil del estudiante del idioma.
- Población y muestra
- Encuesta



Resultados

Su trabajo demanda dominio del idioma inglés

si	85.00%
no	15.00%

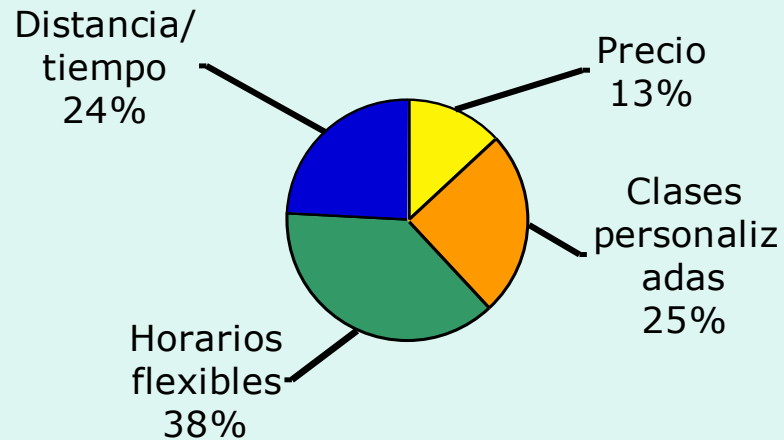
Auto-Calificación de dominio del idioma inglés

No requiere mejorar	5.00%
Requiere práctica	25.00%
Nivel medio	55.00%
Nivel cero	15.00%



Resultados

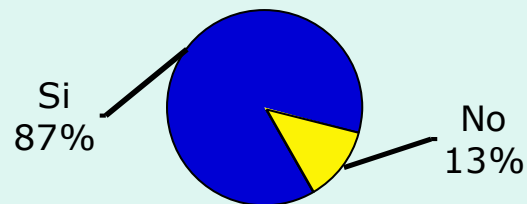
Factores determinantes a la hora de elegir un programa de Inglés



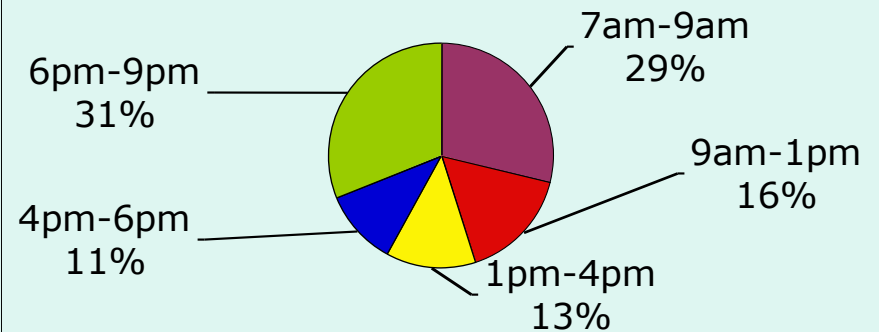


Resultados

Estaría interesado en recibir clases de tipo conversacional por medio de Video Conferencia desde su oficina u hogar?



En caso de registrarse en un curso, ¿Cuál sería su horario de preferencia?





- Análisis de la competencia
 - competencia directa
 - competencia indirecta

- Estrategia de Posicionamiento
 - entender al relacionar
 - mejores que la competencia



Marketing Mix

- Producto/servicio

*Servicio Personalizado
Oficial*

*Video Conferencia
Horarios*

- Precio

\$2500

- Promoción

Lanzamiento

*Marketing Directo
Publicidad*

- Plaza

*Oficinas Adm.
Centro de .Op*



Estudio Técnico

Análisis FODA

Evaluación Interna	Evaluación Externa
<p data-bbox="575 529 826 561">FORTALEZAS</p> <ul data-bbox="459 608 877 746" style="list-style-type: none"><li data-bbox="459 608 749 639">• Horarios flexibles.<li data-bbox="459 644 877 675">• Programación de Horarios.<li data-bbox="459 679 755 711">• Video conferencia.<li data-bbox="459 715 807 746">• Clases personalizadas.	<p data-bbox="1064 529 1354 561">OPRTUNIDADES</p> <ul data-bbox="967 608 1445 818" style="list-style-type: none"><li data-bbox="967 608 1282 639">• Creciente demanda.<li data-bbox="967 644 1340 675">• Auge de uso de internet.<li data-bbox="967 679 1302 711">• Alianzas estratégicas.<li data-bbox="967 715 1406 746">• Expansión a otros Mercados.<li data-bbox="967 751 1445 818">• Mayor Eficiencia Operativa por Reestructuración de Costos.
<p data-bbox="575 903 826 935">DEBILIDADES</p> <ul data-bbox="459 982 929 1160" style="list-style-type: none"><li data-bbox="459 982 736 1013">• Posicionamiento.<li data-bbox="459 1018 909 1049">• Curva de aprendizaje óptimo.<li data-bbox="459 1053 788 1085">• Precio del programa.<li data-bbox="459 1089 929 1160">• Congestionamiento en horarios pico.	<p data-bbox="1103 903 1315 935">AMENAZAS</p> <ul data-bbox="967 982 1406 1082" style="list-style-type: none"><li data-bbox="967 982 1340 1049">• Centros posicionados implementen el servicio.<li data-bbox="967 1053 1406 1082">• Entorno político y económico.



Estudio Técnico

- Determinación del Establecimiento
- Alianzas estratégicas
- Requisitos para acceder al curso



ESTUDIO FINANCIERO

- Inversión Inicial
- Ingresos
- Gastos
- Resultados y situación financiera
- Evaluación Económica y Financiera



Inversión Inicial

<i>Costos equipamiento (Pcs, adecuaciones)</i>	6.110
<i>Oficinas y Salones de Conferencia</i>	22.248
<i>Constitución legal de la compañía</i>	2.500
<i>Campaña de lanzamiento</i>	33.000
<i>Cotos totales</i>	63.858



Ingresos

Numero de Personas captadas (estimado mensual)	De 7 a 15 ejecutivos
Precio del servicio (Inicial)	\$ 2500

Gastos

Comisión por ventas	10 % por programa
Costo hora profesor	\$ 4 hora profesor
Sueldos administrativos y personal	\$ 3,027
Alquiler local (de operaciones)	\$ 500
Servicios (Básicos y Contratados)	\$ 1,240
Publicidad	\$ 1,000

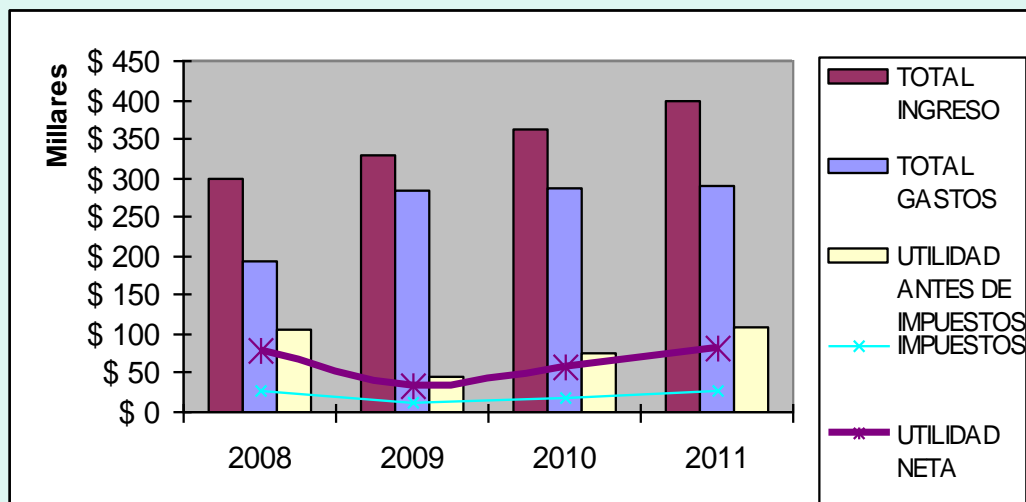
Demanda Proyectada



	Empresas		Prom. Ejecutivos	Altos		
Grandes	350	x	10	=	3500	Altos E. en las Grandes Emp.
PYMES	5000	x	3	=	15000	Altos E. en las PYMES.
					18500	Altos E. en Guayaquil (Población)

Perdidas y Ganancias

(EN MILES)				
AÑOS	2008	2009	2010	2011
TOTAL INGRESO	300	330	363	399
GASTOS OPERATIVOS	155	234	236	240
GASTOS ADMINISTRATIVOS	22	32	32	33
GASTOS FINANCIEROS	20	25	24	24
TOTAL GASTOS	197	292	294	298
EBIT	102	38	68	101
IMPUESTOS	25	9	17	25
UTILIDAD NETA	77	28	51	76





Evaluación Económica y Financiera

Tasa de descuento (TMAR)

$$\text{CAPM} = R_f + \beta (R_m - R_f) + \text{Prima Riesgo País}$$

$$\text{CAPM} = 4,74 \% + 0,5 \times (8,64\% - 4,74\%) + 7,5\%$$

$$\text{TMAR} = \text{CAPM} = 14,19 \%$$

Variables consideradas para la sensibilidad del proyecto

- Número de estudiantes mensualmente captados
- Variación del precio del curso
- Escenarios de concurrencia por el estudiante al curso ofrecido
- Costo por hora profesor
- Componentes del CAPM

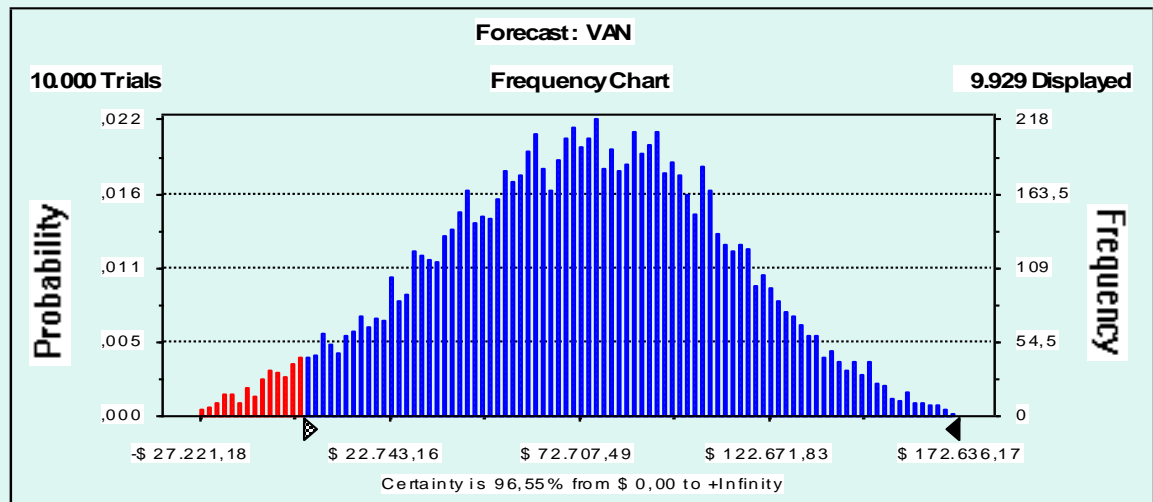


Análisis de Sensibilidad

(En miles)

	- INVERSIÓN	+ EBIT	- IMPUESTOS 25%	+ DEPREENCIA CIÓN	+ VALOR RESIDU AL	FLUJO LIBRE DE CAJA	Acumulacio n de flujos
AÑO 0	64					-64	
1	46	102	26	5		36	-28
2		38	10	9		38	9
3		69	17	6		58	67
4		101	25	5	23	103	171

TIR	63%
TMAR	17%
VAN	75
TRI	413 DIAS





Conclusiones

- Viabilidad del proyecto
- Factor globalizador
- Costos y Gastos vs. Ingresos



Recomendaciones

- Expansión de mercado
- Ampliación de servicios ofrecidos
- Estudio periódico - medición de satisfacción
- Mayor eficiencia operativa por reestructuración de costos



MUCHAS GRACIAS