

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**



**TITULO DEL PROYECTO O TESIS**

**IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE CAPACITACION DOCENTE  
DE ESCUELAS Y COLEGIOS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL PARA EL  
MEJOR USO DE MATERIALES DIDACTICOS EXISTENTES EN LA  
ACTUALIDAD**

**Tesis de Grado**

**Previa a la obtención de los Títulos de:**

**INGENIERA COMERCIAL Y EMPRESARIAL  
ECONOMIA**

**Presentado por**

**Rossemay Acuña  
Roxana Parrales  
José Zambrano**

**Guayaquil - Ecuador**

**2011**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi gratitud a Dios por darme la vida y cobijarme en un hogar tan maravilloso.

A mis padres por su amor incondicional y por la acertada decisión de apoyarme en todo momento sin importar las adversidades para poder cumplir mis metas.

A mis profesores, quienes con sabiduría y entusiasmo depositaron en mí sus vastos conocimientos y su experiencia.

En general quisiera agradecer a todas y cada una de las personas que han vivido conmigo la realización de este trabajo.

**Roxana Parrales González**

## **AGRADECIMIENTO**

Ha sido DIOS, quien ha iluminado mi sendero cuando más oscuro ha estado, ha sido el creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando he estado a punto de caer; por ello, con toda la humildad que de mi corazón puede emanar, agradezco primeramente mi trabajo a Dios. Sin el nada de esto hubiese sido posible.

Agradezco también la confianza y el apoyo de mis padres y hermanos, porque han contribuido positivamente para llevar a cabo y concluir esta etapa de mi vida.

A todos los Profesores de la FEN que me asesoraron e instruyeron cada uno con sus valiosos conocimientos, y me ayudaron a crecer como persona y profesional.

Finalmente, agradezco a mis amigos, que formaron parte importante en mi carrera universitaria y especialmente a aquellos que me brindaron cariño, comprensión y apoyo, dándome con ello, momentos muy gratos que jamás olvidare.

**Rossemay Acuña**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco infinitamente a Dios por haberme dado la sabiduría y valentía necesaria para poder culminar mis estudios, a mi familia por siempre ser un apoyo incondicional de tal manera pudiendo cumplir una de mis metas.

**José Zambrano Cevallos**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto de graduación se la dedico a mis amados padres por ser siempre un pilar fundamental en mi vida personal, por ser parte de mi formación profesional y sobre todo por su infinito amor y comprensión.

Los amo, este trabajo es con todo mi amor para ustedes. Una vez más,  
¡Gracias!

**Roxana Parrales González**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a mis padres porque han estado conmigo en todo momento dándome todo su apoyo para poder culminar esta etapa tan importante de mi vida. De la misma manera a mis hermanos, quienes con sus consejos, soporte, y compañía han sido una ayuda esencial para mí y una inspiración especial para proponerme grandes metas, y lograr durante mi vida todos los objetivos propuestos.

**José Antonio Zambrano Cevallos**

## ***DEDICATORIA***

Quiero dedicar este trabajo a quien más amo a Dios, que siempre obro de una manera muy especial en mi, siempre dándome sabiduría e inteligencia para dirigir y guiar mis pasos por el camino correcto, llenándome de fortaleza cuando me he sentí frágil y que gracias a el estoy terminando un etapa muy importante en mi vida; a mis amados padres, porque me han dado ejemplos dignos de superación y entrega, y en gran parte gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, creyendo en mi en todo momento; a mis queridos hermanos que siempre han estado alentándome a conseguir mis objetivos a pesar de las pruebas. Y a mí amada tía Carmén que siempre me amo sin condición.

**Rossemary Acuña**

**TRIBUNAL DE GRADUACION**

---

Eco. María Elena Romero  
Presidente del tribunal

---

Ing. Marco Tulio Mejía  
Director de tesis



## DECLARACION EXPRESA

“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto le corresponden exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL.”

-----  
ROSSEMARY ACUÑA

-----  
ROXANA PARRALES

-----  
JOSE ZAMBRANO

## **INDICE GENERAL**

Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	V
Tribunal de Graduación.....	VIII
Declaración Expresa .....	IX
Índice General.....	X
Índice de Cuadros.....	XIII
Índice de Figuras .....	XIV

## **CAPITULO I:**

<b>1</b> Introducción.....	15
<b>1.1</b> Definición del tema .....	15
<b>1.2</b> Antecedentes.....	15
<b>1.3</b> Marco teórico.....	16
1.3.1 Sociedad de la información.....	18
1.3.2 Sociedad del conocimiento.....	18
1.3.3 Contexto educacional.....	19
1.3.4 Constructivismo y enseñanza significativa.....	20
1.3.5 Función mediadora del docente y la intervención educativa.....	22
1.3.6 El proceder investigativo en la gestión escolar.....	23
<b>1.4</b> Planteamiento del problema .....	26
<b>1.5</b> Justificación.....	27
<b>1.6</b> Características del Servicio .....	27
<b>1.7</b> Objetivos.....	29
1.7.1 Objetivo general.....	29
1.7.2 Objetivo específicos.....	29
<b>1.8</b> Importancia del estudio .....	29
<b>1.9</b> Limitaciones del estudio .....	30
<b>1.10</b> Metodología.....	31
1.10.1 Muestreo.....	31
1.10.2 Recolección de datos.....	31
1.10.3 Capital de trabajo.....	31

1.10.4 Técnicas de evaluación.....	31
------------------------------------	----

## **CAPITULO II:**

<b>2</b> Estudio Organizacional.....	32
<b>2.1.1</b> Misión.....	32
<b>2.1.2</b> Visión.....	32
<b>2.1.3</b> Principios.....	32
<b>2.1.4</b> Organigrama.....	34
<b>2.2</b> ANALISIS FODA.....	36
<b>2.2.1</b> Fortalezas.....	36
<b>2.2.2</b> Oportunidades.....	36
<b>2.2.3</b> Debilidades.....	36
<b>2.2.4</b> Amenazas.....	36
<b>2.3</b> Investigación del Mercado y su Análisis.....	37
<b>2.3.1</b> Objetivo Principal de la Investigación del Mercado.....	37
<b>2.3.2</b> Tipo de Investigación.....	37
<b>2.4</b> Descripción del mercado potencia.....	37
<b>2.4.1</b> Fuentes de Información Primaria.....	38
<b>2.4.2</b> Fuentes de Información Secundaria.....	38
<b>2.4.3</b> Planeación de la Investigación.....	38
<b>2.5</b> Determinación del Tamaño de la Muestra.....	39
<b>2.5.1</b> Tamaño de la Muestra.....	39
<b>2.5.2</b> Tamaño final de la muestra.....	40
<b>2.6</b> Formato de la encuesta.....	41
<b>2.7</b> Análisis de los resultados.....	44
<b>2.8</b> Conclusión de las encuestas.....	53
<b>2.9</b> Matriz B.C.G.....	54
<b>2.10</b> Macro y Micro segmentación.....	54
<b>2.11</b> Matriz de PORTER.....	55
<b>2.12</b> Marketing MIX: 5P`S.....	56
<b>2.13</b> Estudio Técnico.....	57

## **CAPITULO III**

<b>3</b> Plan financiero.....	58
<b>3.1</b> Inversiones .....	58
<b>3.2</b> Ingresos.....	59

3. 2.1	Proyección de Ingresos.....	59
3. 2.1	Depreciación de Activos Fijos.....	60
3.3	Costos.....	61
3.3.1	Gastos Fijos.....	61
3.3.2	Otros Gastos Fijos.....	62
3.3.3	Proyección Anual de Costos Fijos.....	62
3.3.4	Costos Variables.....	63
3.4	Capital de trabajo: Déficit Máximo Acumulado.....	63
3.5	Estado de Resultado.....	63
3.6	Flujo de Caja.....	64
3.7	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	65
3.8	Tasa de Descuento (TMAR).....	67
3.9	Calculo del Valor Actual Neto (VAN).....	69
3.10	PAYBACK.....	69
3.11	Análisis de Sensibilidad.....	70
 <b>CONCLUSIONES.....</b>		 72
<b>RECOMENDACIONES.....</b>		<b>73</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>		<b>74</b>

## **INDICE DE FIGURAS**

<b>Figura 1.</b> Organigrama de la empresa.....	34
<b>Figura 2.</b> Distribución de edades.....	44
<b>Figura 3.</b> Distribución por sexo.....	44
<b>Figura 4.</b> Estado civil.....	45
<b>Figura 5.</b> Lugar de residencia.....	45
<b>Figura 6.</b> Nivel educativo.....	46
<b>Figura 7.</b> Sector donde imparte clases.....	46
<b>Figura 8.</b> Distribución de salarios.....	47
<b>Figura 9.</b> Frecuencia de capacitación.....	47
<b>Figura 10.</b> Cursos de capacitación.....	48
<b>Figura 11.</b> Utilización de materiales.....	48
<b>Figura 12.</b> Características del servicio.....	49
<b>Figura 13.</b> Dispuesto a invertir.....	49
<b>Figura 14.</b> Capacidad de pago.....	50
<b>Figura 15.</b> Horario.....	50
<b>Figura 16.</b> Localización del servicio.....	51
<b>Figura 17.</b> Tiempo de capacitaciones.....	52
<b>Figura 18.</b> Matriz BCG.....	54
<b>Figura 19.</b> Matriz de PORTER.....	55

## INDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1.....</b>	<b>58</b>
<b>Cuadro 2.....</b>	<b>59</b>
<b>Cuadro 3.....</b>	<b>60</b>
<b>Cuadro 4.....</b>	<b>61</b>
<b>Cuadro 5.....</b>	<b>62</b>
<b>Cuadro 6.....</b>	<b>62</b>
<b>Cuadro 7.....</b>	<b>64</b>
<b>Cuadro 8.....</b>	<b>67</b>
<b>Cuadro 9.....</b>	<b>69</b>
<b>Cuadro 10.....</b>	<b>70</b>
<b>Cuadro 11.....</b>	<b>71</b>

## **CAPITULO I**

### **1.- INTRODUCCIÓN**

#### **1.1.- Definición del tema**

El presente proyecto realiza un análisis para la implementación de una empresa de capacitación docente de escuelas y colegios donde trabajaremos con tormentas de ideas, dramatizaciones, técnicas expositivas, partiendo de la hipótesis de que los colegios privados desean una mejor enseñanzas para sus alumnos y por ende invierten en capacitar mejor a sus docentes en sus metodologías de enseñanza.

Elegimos este tema, por la importancia que hoy tiene el agilizar los procesos educativos a favor de un servicio de calidad, aspecto que no es nuevo para ninguna institución.

Sin embargo, hoy en día se le ha dado la relevancia que merece, pensando así que la alternativa más manejable dentro de las instituciones: es el recurso humano, el cual, frente a una invasión de nuevos conocimientos educativos y tecnologías tiende a quedar estático, lo que provoca un retardo en la acción y una débil entrega del servicio; por ello, la estrategia necesaria para hacer frente a estos problemas, es la incorporación permanente de estos nuevos conocimientos educativos y la capacitación es el proceso que responde a dichos cambios.

#### **1.2.- Antecedentes**

Los motivos que despertaron nuestro interés para la realización de este trabajo fue la poca capacitación que existe dentro de las Instituciones Educativas y con esto pretendemos mostrar que tan importante es la

capacitación para cada una de las instituciones existentes ya que sin esto los docentes no realizarían su trabajo de una manera integra.

Conforme a nuestras inquietudes nos dábamos cuenta que se les daba a algunos docentes una capacitación al momento de ingresar pero después ya no se les daba; se basaban solamente en la experiencia de cada uno, es por ello nuestro interés por demostrar tanto a docentes como a Rectores del interés de éstas.

### **1.3.- Marco Teórico**

**Capacitación.-** es la adquisición de conocimientos intelectuales técnicos, científicos y administrativos con el fin de prepararlo para alcanzar los objetivos de su puesto o de un puesto diferente al suyo.

El desarrollo de las tecnologías en el mundo ha sido últimamente un instrumento excepcional para satisfacer múltiples necesidades, ya que el apoyar el crecimiento del conocimiento así lo amerita.

Los prototipos van innovándose acorde a las necesidades sociales y culturales y son estos mismos los que, a su vez, van dando forma a la integración de los procesos educativos formales o informales, recreándose y adaptándose a las capacidades y requerimientos de nuevas destrezas comunicativas, las mismas que son obligatorias en la actualidad.

El marco teórico comienza, con la Sociedad de la información y por ende de la enseñanza, pues a través de los procesos evolutivos de la sociedad muestra una cantidad extraordinaria de métodos educativos para el personal docente de las Instituciones educativas con el fin de mejorar la calidad y



precisión de la enseñanza y a su vez la relación existente entre profesor-alumno.

La transformación de una sociedad de la información a una sociedad de la enseñanza, responde a la necesidad de extraer conocimientos precisos de otros que no lo sean, con la finalidad de ser utilizados en forma fructífera.

A continuación con el desarrollo y aprendizaje bajo el paradigma de la sociedad de la información, el contexto de la enseñanza es significativo, ya que permite visualizar como se está considerando el fomento del conocimiento.

Posteriormente, la globalización considera importante el desenvolverse bajo el concepto de “competencias”, que se han potenciado a través del “modelo constructivista”, es decir aprender a aprender, pero para ello se deben manejar un lenguaje universal que permita a los estudiantes, comunicarse a través de vocablos similares y de fácil interpretación que fortalezca su desempeño laboral.

De acuerdo a esto, es necesario visualizar la enseñanza como una vía inductiva, es decir a partir de la práctica el docente es capaz de desarrollar su método de enseñanza, construir sus ideas de una forma muy diferente y aplicar en el medio laboral, que lo demanda.

A continuación de lo anterior, se tiene que la función mediadora del docente y la intervención educativa, permite la mejora de los aprendizajes bajo el modelo del constructivismo. El proceder investigativo en la gestión escolar, fortalece el aprendizaje significativo del alumno, que está involucrado en un proceso de enseñanza-aprendizaje.

Y para finalizar, otro concepto de gran valor corresponde a la evaluación, que permite mantener la información y su retroalimentación para la mejora continua de los aprendizajes en los alumnos y de esta manera potenciar su crecimiento intelectual.

### **1.3.1.- SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN**

La información, el conocimiento y la tecnología son herramientas valiosas para el desarrollo y el crecimiento económico, social y cultural de todos los países.

Estos conceptos van en apoyo del desarrollo humano mediante el uso de la información y comunicación, generando oportunidades para el desarrollo en el proceso de aprendizaje. Sin embargo, una visión más generalizada de la sociedad de la información debe hacer prevalecer la importancia de las personas.

Por otro lado, la inversión prioritaria no puede ser en consumismo y servicios varios sino en desarrollo social y especialmente en educación. Particularmente, el acceso a la sociedad de la información está ligado a la escolarización y a la alfabetización de la población, no sólo por razones económicas y de desarrollo humano, sino por razones culturales, pues la cultura informacional no es más que la potenciación técnica de la cultura instruida que sigue siendo en cierta forma la razón de ser de la escolarización.

### **1.3.2.- SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO**

La Sociedad del Conocimiento es una sociedad con capacidad para generar, apropiar, y utilizar el conocimiento para atender las necesidades de su

desarrollo y así construir un futuro, convirtiendo la creación y transferencia del conocimiento en herramienta de la sociedad para su propio beneficio.

Como dice Gates:

Hay logros que hemos hecho en menos tiempo del previsto y otros aún no, como la comprensión e interpretación automática del lenguaje natural hablado, pero al final lo conseguiremos”.

La aplicación de modalidades de enseñanza, han permitido el avance de la ciencia y el descubrimiento; pues antes se limitaba a fuentes informativas más cercanas, en el hoy, se tiene una escala de conocimientos que en forma gradual han permitido el crecimiento y desarrollo de aprendizajes de los alumnos.

### **1.3.3.- CONTEXTO EDUCACIONAL**

Educación Competencias Para La Vida Práctica señala que el giro que Ecuador requiere dar en educación exige una mejor combinación, entre formación general y formación especializada; entre formación de ciclo corto, medio y largo; y una revisión de la relación entre formación teórica y práctica.

Debemos pasar, por tanto de programas de estudio casi exclusivamente determinados por la oferta de las instituciones a un esquema más sensible a la demanda, a los intereses de las personas y a las dinámicas del mercado.

Por lo tanto se deben preparar actualmente personas competentes para la vida práctica, el desempeño de ocupaciones; para abordar y solucionar problemas, emprender actividades y generar tácticas y métodos para innovar la enseñanza. En muchos aspectos, nuestra educación no ha sido

suficientemente moderna, con la excepción de algunas pocas instituciones y especialidades.

Para mantener su competitividad e incrementarla, Ecuador necesita volverse mucho más sofisticado en todos los ámbitos, para tener la fuerza de competir y ser capaz de ganarse un lugar en el mundo. Es así que es necesario un conjunto de habilidades educativas a través de los docentes que permiten generar en el alumno competencias para su vida adulta y laboral.

#### **1.3.4.- CONSTRUCTIVISMO Y ENSEÑANZA SIGNIFICATIVA**

El constructivismo mantiene que el individuo tanto en los aspectos cognitivos y sociales del comportamiento como en los afectivos su conocimiento no es copia fiel de la realidad, sino una construcción de ser humano.

Según algunos autores más destacados de esta área mencionan que:

Según Piaget:

"Existen innegables mecanismos comunes entre las explicaciones biológicas y las explicaciones psicológicas de la adaptación general e intelectual".  
Piaget (1991)

Según Vigotsky:

"Los instrumentos de mediación, incluidos los signos, los proporciona la cultura, el medio social. Pero la adquisición de los signos no consiste sólo en tomarlos del mundo social externo, sino que es necesario interiorizarlos, lo cual exige una serie de transformaciones o procesos psicológicos...". (Citado por Pozo, 1994)

De acuerdo a las distintas perspectivas de Constructivismo según estos autores se tiene que:

La concepción constructivista del aprendizaje escolar se sustenta en la idea de que la finalidad de la educación que se imparte en la entidad educativa es promover los procesos de crecimiento personal del alumno en el marco de la cultura del grupo al que pertenece. Uno de los enfoques constructivistas es el **"Enseñar a pensar y actuar sobre contenidos significativos y contextuales"**.

La enseñanza ocurre solo si se satisfacen una serie de condiciones: que el alumno sea capaz de relacionar de manera no arbitraria y sustancial, la nueva información con los conocimientos y experiencias previas y familiares que posee en su estructura de conocimientos y que tiene la disposición de aprender significativamente y que los materiales y contenidos de enseñanza tienen significado potencial o lógico.

Las condiciones que permiten el logro de la enseñanza significativa requieren de varias condiciones: la nueva información debe relacionarse de modo no parcial y sustancial con lo que el alumno ya sabe, depende también de la disposición (motivación y actitud) de éste por aprender, así como los materiales o contenidos de aprendizajes con significado lógico.

De acuerdo a lo mencionado en el párrafo anterior, se tiene que motivación es:

“La voluntad de ejercer un nivel persistente y alto de esfuerzo hacia las metas, condicionada por la habilidad del esfuerzo de satisfacer una necesidad individual”. (S.P. Robbins,)

### **1.3.5.- FUNCIÓN MEDIADORA DEL DOCENTE Y LA INTERVENCIÓN EDUCATIVA**

Desde diferentes perspectivas pedagógicas, al docente se le han asignado diversos roles: el de transmisor de conocimientos, el de supervisor o guía del proceso de aprendizaje, e incluso el de investigador educativo.

El docente puede reducirse solo a transmitir información, manteniendo paradigmas anteriores en los cuales se visualiza a este generando solo aprendizaje reproductivo, es decir en donde entrega el conocimiento, pero el estudiante solo esta en un proceso de recepción de datos, sin proceder a la generación de su constructor.

Con el pasar de los años el docente comenzó a adquirir otros prototipos de enseñanza que evolucionaron el aprendizaje de los estudiantes, es así que actualmente se debería de encargarse de facilitar el aprendizaje, además tiene que mediar el encuentro de sus estudiantes con el conocimiento en el sentido de guiar y orientar la actividad constructiva de ellos.

Aquí el papel del docente es inducir motivos en sus alumnos en sus aprendizajes y comportamientos para aplicarlos de manera voluntaria a los trabajos de clase. Y desde esta perspectiva formar nuevos aprendizajes a partir de las propias experiencias del alumno, contando con el material que en este caso puede otorgar el docente al educando fortaleciendo la generación de conocimientos, habilidades y actitudes en el alumno.

La aplicación de nuevas metodologías de enseñanza fortalecidos por distintos autores, como Piaget, Vigotsky, Bruner, Ausubel entre otros., apuntan a la mejora de los aprendizajes de los educando.

Por lo tanto; ***“Es probable que la educación vaya mejorándose constantemente y que cada generación de un paso hacia la perfección***

***de la humanidad. Desde ahora puede ocurrir esto, porque se empieza a juzgar con acierto y a ver con claridad lo que propiamente conviene a una buena educación”***

La nueva información con los conocimientos y experiencias previas que posee el individuo en su estructura de conocimientos unido a una disposición de aprender significativamente , van conectando experiencias que fortalecen la mejora educativa de cada Institución educativa, país o contexto cultural, con el propósito de integrarnos a un mundo globalizado y cada vez más creciente, en donde la información desborda generación de conocimientos en diferentes puntos del mundo, al servicio de la humanidad.

### **1.3.6.- EL PROCEDER INVESTIGATIVO EN LA GESTIÓN ESCOLAR**

El proceso de enseñanza a través de los tiempos ha pasado por diversos cambios; entre estos se pueden considerar la entrega de los conocimientos a aquellos que han tenido el privilegio de adquirirlo.

Comenzando por la generación del conocimiento, antiguamente entregada por un aprendizaje reproductivo, es decir donde este se entregaba basado en la aplicación rutinaria de aprendizajes anteriores, por lo tanto llevada a la repetitividad de situaciones sin la creación propia de escenarios donde construir y donde el individuo se encuentre participando en el proceso de aprendizaje.

Por otro lado, sabemos que el proceso de actuación docente – educativo debe entregar un aprendizaje significativo, que en estos tiempos aún no ha sido concientizado por nosotros. En definitiva, el conocimiento se considera como un proceso de transformación, es decir se recoge, se procesa y posteriormente se entrega al medio externo, para ser utilizado.

El sentido de esto, se produce cuando somos capaces de aplicarlo a distintos escenarios cotidianos de la existencia humana, con el propósito de responder a un requerimiento de la sociedad, que necesita generaciones particulares de nuevos conocimientos, es decir con la utilidad de explicar diferentes realidades de la vida cotidiana (conocimiento científico-conocimiento empírico- conocimiento escolar).

Es así que a medida que avanzaron los años, aproximadamente a finales del siglo XX, los modelos de educación fueron cambiando debido a los cambios globales que se fueron produciendo en el medio externo, que necesitaba personas que entregaran productos en base a los conocimientos obtenidos; el sentido era transformar lo actual y crear nuevas técnicas acordes a las necesidades de la globalización. Todo esto es por lo tanto aplicable a la educación, es decir los centros educativos, ya que es ahí donde se crean y nacen los conocimientos.

El siguiente paso lo constituye la investigación, que es parte importantísima de esta cadena de aprendizaje, ya que este constituye el camino de satisfacción de nuestra necesidad de conocimiento continuo, aplicable a los métodos de educación de las personas y que además estas sean capaces de generar sus “nuevas metodologías”, en el ámbito educacional o en otras instancias de actuación.

Actualmente tenemos a nuestro poder tres tipos de enfoques de Investigación, que se han desarrollado y aplicado a través de los años, estos son:

- ✓ “ el empírico – analítico”
- ✓ “el interpretativo o hermenéutico”
- ✓ y “ el socio critico, participativo o investigación –acción”



los cuales han nacido para responder a las necesidades del medio actual de cada etapa o época, y que sin descalificar a ninguno pueden ser integrados en la práctica de la enseñanza en el aula de clases, pero que de alguna forma han entregado una mayor importancia al enfoque- investigativo “ Socio crítico”.

Este enfoque entrega una mayor relevancia a la construcción de conocimientos a través de experiencias enriquecedoras y prácticas que permitan generar una nueva realidad, y entregar un nuevo conocimiento que finalmente permite el aprendizaje.

Por otro lado, es integradora de las diferentes realidades expuestas en un determinado contexto, que implica una conducta inicial para otras etapas sucesivas de aprendizaje y que evalúa cada uno de los procesos de los cuales se hace participe el individuo que construye.

Finalmente, en base estos análisis de los procesos educativos, queda agregar o establecer metodologías de trabajo que permita aplicabilidad en la sala de clases; estos pasos son:

- 1.- *Encuadre de la clase***, que permite plantear los objetivos que pretende el curso.
- 2.- *Generar el trabajo en Equipo***, actividad que permite generar competencias en el alumno útiles a su contexto real.
- 3.- *Generación de Estrategias de Trabajo***, aplicadas en el aula de clases que incentiven al alumno y produzca el aprendizaje significativo.
- 4.- *Construcción de su propia realidad***, es decir promover la aparición de valores y competencias potenciales en el estudiante.
- 5.- *Generación de Visión Holística en el estudiante***, para reordenar sus conocimientos.
- 6.- *Retroalimentación del proceso***, reflexión del caso. (Soubal ,2004)

Este análisis constituye un proceso paulatino de adaptación y aplicación en el conjunto educativo, para obtener recompensas sociales internas y para el medio.

#### **1.4.- Planteamiento del problema**

Los estudiantes de escuelas y colegios del siglo XXI, son persona que se ven constantemente expuestos a una cultura visual. Juegos de Videos, televisores Plasmás, películas con muchos efectos especiales, presentaciones de documentales y videos en clase, para nombrar algunos de los medios de comunicación que constantemente están bombardeando el subconsciente del alumno, por ello, una clase en la cual el profesor y su pizarra es el centro de la actividad resulta altamente aburrido. Estos métodos antiguos tuvieron su razón de ser en una sociedad en que los individuos debían hacer uso de su imaginación porque no existían los materiales adecuados para la facilitar la enseñanza del mismo.

El individuo actual, por el contrario centra su atención en lo externo, en las imágenes y las formas. Por ello para poder captar la atención del estudiante y poder penetrar en su mundo de imágenes, es imprescindible hacer uso de material didáctico que le permita "ver" el problema que se le plantea y por tanto poder analizarlo mejor y encontrar alternativas de solución...Pero a pesar de que en la actualidad hay mucho material educativo a disposición, los maestros muchas veces no saben utilizarlo, y para que la aplicación de un recurso didáctico resulte eficaz en el logro de él aprendizajes, no basta con que se trate de un "buen material", es decir, no es necesario tener los recursos más avanzados para dar una excelente clase, lo que se tiene que tener es una buen uso de los mismos, y esto se lograría capacitando al docente para la mejor utilización de estos recursos didácticos.

## **1.5.-Justificación**

Por esta razón nosotros como empresa nos encargaremos de capacitar a los docentes para que no utilicen de maneja inadecuada el material didáctico, sino que basados en objetivos, contenidos, características de los estudiantes, características del contexto y estrategias didácticas se den cuenta de cuál es el material apropiado para impartir sus enseñanzas y como aplicarlo para hacer un optimo uso del mismo.

Con esto lograremos que los docentes eleven su nivel de interacción entre sus estudiante obteniendo más atención de los mismos y por ende podrán lograr que los estudiantes retengan más conocimientos de lo aprendido. (En Piura se capacito a mas de 52,000 maestros a nivel nacional y los resultados han sido exitosos.)

## **1.6.-Características del servicio:**

Las técnicas didácticas son el entramado organizado a través de las cuales se pretende cumplir un objetivo. Son mediaciones a final de cuentas. Como mediaciones, tienen detrás una gran carga simbólica relativa a la historia personal del docente: su propia formación social, sus valores familiares, su lenguaje y su formación académica; también forma al docente su propia experiencia de aprendizaje en el aula.

Las técnicas didácticas forman parte de la didáctica. En este estudio se conciben como el conjunto de actividades que vamos a estructurar para que el Maestro construya el conocimiento, lo transforme, lo problematice, y lo evalúe. De este modo las técnicas didácticas ocupan un lugar medular en el proceso de enseñanza aprendizaje.

Entre las que utilizaremos están las siguientes:

### **1.6.1.-TORMENTA DE IDEAS.**

La lluvia de ideas es una técnica en la que un grupo de personas, en conjunto, crean ideas. Esto es casi siempre más productivo que cada persona pensando por sí sola.

Cuando deseamos o necesitamos obtener una conclusión grupal en relación a un problema que involucra a todo un grupo.

Cuando es importante motivar al grupo, tomando en cuenta las participaciones de todos, bajo reglas determinadas.

### **1.6.2.- DRAMATIZACIÓN.**

También conocida como socio-drama o simulación, esta técnica consiste en reproducir una situación o problema real. Los participantes deberán representar varios papeles siguiendo instrucciones precisas en un determinado tiempo. La interacción entre los diferentes actores tiene como objetivo encontrar, sobre la marcha, una solución aceptada por las diferentes partes.

### **1.6.3.- TÉCNICA EXPOSITIVA.**

La exposición como aquella técnica que consiste principalmente en la presentación oral de un tema. Su propósito es "transmitir información de un tema, propiciando la comprensión del mismo" Para ello el docente se auxilia en algunas ocasiones de encuadres fonéticos, ejemplos, analogías, dictado, preguntas o algún tipo de apoyo visual; todo esto establece los diversos tipos de exposición que se encuentran presentes y que se abordan a continuación: exposición con preguntas, en donde se favorecen principalmente aquellas preguntas de comprensión y que tienen un papel más enfocado a promover la participación grupal.

## **1.7.- Objetivos**

### **1.7.1.- Objetivo general**

Implementar un empresa para la capacitación del personal docente de los colegios particulares de la ciudad de Guayaquil, en el uso de materiales didácticos concretos , que les permita desempeñarse de una mejor forma profesional y por ende brindar una educación de excelencia a todo el alumnado de la institución

### **1.7.2.- Objetivos específicos**

- Identificar los costos apropiados en los diferentes paquetes académicos que se van a realizar, por medio de la investigación de mercados.
- Determinar la rentabilidad ofrecida por el proyecto (TIR), para su posterior comparación con la rentabilidad exigida por el inversor (TMAR).
- Determinar la aceptación del proyecto en el mercado de Guayaquil.
- Identificar los costos de inversión para este tipo de empresa.
- Realizar un estudio técnico y de localización para el proyecto.

### **1.8.- Importancia del estudio**

Este punto es muy importante ya que con este nos damos cuenta de cómo están las Instituciones Educativas en cuanto a capacitación y otros temas importantes como el desempeño laboral de los docentes, las relaciones con los estudiantes, si están a gusto en el trabajo en su cátedra, etc. Esto se realizará por medio de cuestionarios a los docentes de las Instituciones y de esta manera nos daremos cuenta que los docentes están escasos en cuanto a capacitación continua para el uso de materiales didácticos en las diversas áreas educativas.

De ahí es donde radicaré la importancia de estudio realizando encuestas o un estudio a fondo para darnos cuenta en donde existe el problema dentro de las Instituciones Educativas y sobre todo para darnos cuenta si esta en nuestras manos poder solucionarlo.

### **1.9.- Limitaciones de Estudio**

Las limitaciones que podíamos tener dentro de la realización de este trabajo sería que los Rectores de las Instituciones no accedieran a que sus docentes reciban capacitación continua dentro de la Institución para las diversas cátedras que se imparten, o que los docentes no quisieran recibir las capacitaciones por falta de comunicación, o simplemente por falta de interés que no les interesen mejorar su desempeño en el trabajo y en sus propias relaciones ya sean personales o interpersonales, o que no quieran mejorar su desarrollo para impartir mejor sus clases, también que no estén de acuerdo con los temas a tocar, etc.

Consideramos que para cualquier limitación que exista es considerable tomar en cuenta que con confianza y decisión podemos lograr lo que se propone al inicio de las actividades todo con el fin de mejorar ya sea dentro de un establecimiento o fuera de ella.

### **1.10.-METODOLOGÍA**

#### **Muestreo:**

Se hará por medio de la fórmula de población finita, ya que el proyecto está dirigido a un determinado segmento del mercado, se lo hará utilizando datos del INEC, y datos obtenidos de las encuestas.

**Recolección de datos:**

Información primaria por medio de encuestas realizadas a los docentes de las instituciones (Escuelas y colegios)

**Capital de trabajo:**

Se utilizara el método de déficit acumulado máximo.

**Técnicas de evaluación:**

Evaluación de la factibilidad económica y financiera del proyecto, utilizando el VAN, la TIR, el Payback, el análisis de inversiones en condiciones de riesgo e incertidumbre.

## **CAPITULO II**

### **LA EMPRESA**

#### **2. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

Este estudio analiza los factores propios de la actividad ejecutiva y administrativa de la empresa.

##### **2.1.1.- MISION**

Capacitar a docentes comprometidos y solidarios para el trabajo mediante sistemas flexibles para los diferentes sectores educacionales, de acuerdo a los avances tecnológicos y demandas de los usuarios de la Formación estudiantil.

##### **2.1.2.- VISION**

Ser la Institución oficial, líder de la Formación docente de escuelas y colegios para el mejor uso de materiales didácticos, que desarrolla su gestión acorde a los cambios sociales y tecnológicos.

##### **2.2.3.- PRINCIPIOS**

La Institución intenta ayudar al docente a clarificar e impartir sus propios conocimientos y actuar de acuerdo con ellos, incorporándolos, crear las condiciones que ayuden a los alumnos a descubrirlos.

Impartir capacitaciones bajo 4 principios básicos de la sugestopedia:

1. **Infantilización.-** Las percepciones periféricas -el entorno, la luz, el ambiente amable y lúdico, la actitud del capacitador, el empleo de los diferentes tonos de voz, el humor, la sorpresa, los juegos, las canciones, la música, el arte, etc.- son parte integrante de dicho proceso de capacitación.



2. **Desescolarización.-** La capacitación se torna agradable, no alienante, ¡un disfrute!... El sentido del tiempo desaparece. Hay armonía en todo el proceso. Así va a conseguir la apertura de habilidades potenciales que raramente se estimulan en los procesos tradicionales de enseñanza, ya que éstos van dirigidos exclusivamente a la mente consciente.

El resultado será la memorización a largo plazo de gran cantidad de materia en muy poco tiempo, sin fatiga, sin aburrimiento, sin tensión, sin miedo, aumentando la motivación por adquirir nuevos conocimientos y fomentando la creatividad, es decir, incidiendo positivamente en la salud mental, emocional y física del docente.

3. **Autoridad.-** Referida a la presentación de contenido que hace el expositor, esta depende de su capacidad y posteriormente se determinara el grado de autoridad positiva, se refiere explícitamente a la aceptación y confianza, tanto personal como profesional que le confiere el docente al estudiante.

Este ultimo podrá coordinar gestos expresiones, forma de caminar, forma de mirar y entonación, logrando que los alumnos establezcan espontáneamente esta autoridad natural y no hará falta castigo ni amenaza para que este se imponga.

4. **Pseudo-pasividad.-** La enseñanza y el aprendizaje sugestopédico ocurren en una atmósfera relajada y agradable, en la cual el comportamiento del capacitador debe transmitir al docente tranquilidad y confianza, el cual facilita un desenvolvimiento eficaz de los procesos mentales, así como también adquiere una actitud positiva que acelera y facilita el aprendizaje.

En concordancia, Sambrano (ob. cit.), señala que:

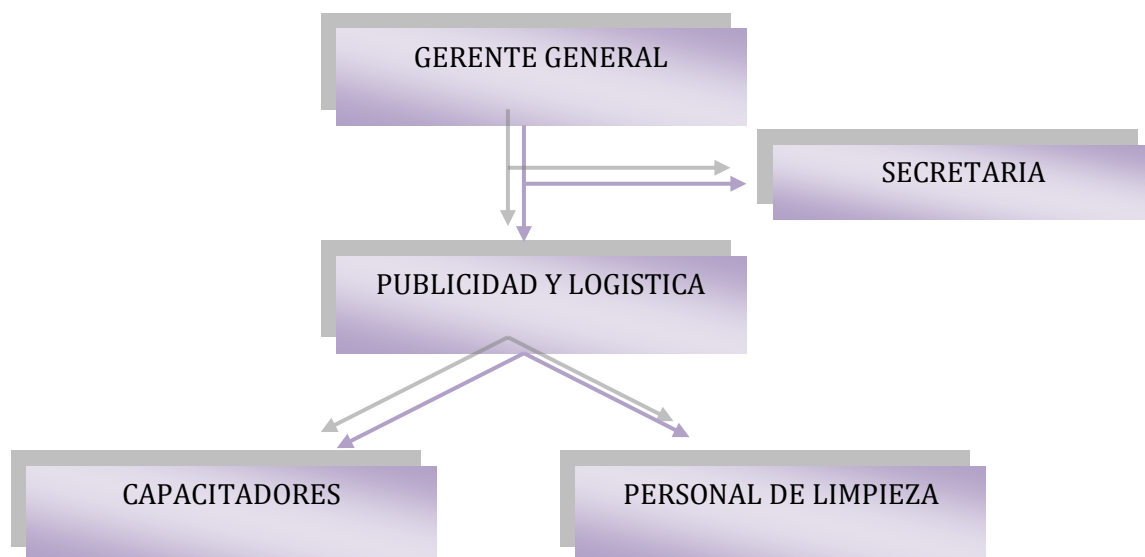
*Es importante acotar que un grado de tensión o estrés activa la mente y el cuerpo, provocando un clima de alerta o bien de disposición a la actuación, pero la tensión en exceso convierte al hombre en un ser torpe y ansioso, desperdiciando así la energía que pudiera emplear en las actividades positivas tales como: estudiar, aprender, trabajar, entre otras.*

#### 2.1.4.- ORGANIGRAMA

La empresa está conformada por:

##### **Gráfico # 1**

##### **ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA**



**ELABORACION:** Los autores

**Gerente General.-** Será el responsable de liderar y coordinar las funciones de planeamiento estratégico. Otra de sus funciones importantes es revisar el comportamiento de la empresa y tomar decisiones acertadas para el crecimiento de esta.

**Secretaria.-** Es la relación y la ayuda logística entre los departamentos y el gerente facilitando a que la comunicación sea directa, posee técnicas de archivo, Digitación o mecanografía, atención de llamadas de clientes, Manejo y organización de la agenda, Redacción de correspondencia general, comercial y administrativa, Manejo adecuado de documentos, pagos.

**Publicidad y logística.-** Sera el encargado de ofrecer nuestro servicio de capacitación a los diferentes docentes de escuelas y colegios de Guayaquil, analizar las preferencias de los docentes para satisfacer la demanda, realizar estudios de mercados sobre nuevas maneras de ofrecer el servicio de capacitación, promover el servicio de capacitación en el mercado con constantes campañas publicitarias, visualizar y tratar a cada uno de los objetivos como unidades estratégicas de negocio, a través del establecimiento y ejecución de planes y estrategias de mercadotecnia claras y efectivas y fijar el precio deseado de las distintas capacitaciones.

Tiene como reto:

*Lograr posicionar la marca en el mercado así como en el cliente y satisfacer la demanda.*

**Capacitadores.-** Actualizar sus conocimientos con las nuevas técnicas y métodos de trabajo que garantizan eficiencia, contar con un personal calificado y productivo, contribuir al desarrollo personal y profesional de los individuos a la vez que redundan en beneficios para la empresa, prepara al personal para la ejecución inmediata de las diversas tareas del cargo.

Tiene como retos:

*Mejorar el conocimiento del puesto a todos los niveles, creando mejor imagen, forjando líderes y mejorar las aptitudes comunicativas.*

*Subir el nivel de satisfacción con el puesto, desarrollando un sentido de progreso en muchos campos.*

**Personal de limpieza.-** Sera el encargado de mantener las instalaciones limpias y con buena presentación para nuestros docentes.

## **2.2. ANALISIS FODA**

### **2.2.1. FORTALEZA**

- Calidad de expositores.
- Expositores especializados en cada metodología de enseñanza.
- Método de enseñanza innovadores.
- Interacción entre expositores y docentes.

### **2.2.2. OPORTUNIDADES**

- Desarrollar cursos a corto plazo y que tengan la aceptación deseada.
- Aplicar en el día a día lo aprendido en nuestros eventos.
- Ofertas de postgrados a distancia en docencia universitaria.

### **2.2.3. DEBILIDADES**

- Falta de experiencia en el mercado de capacitación docente.
- Falta definir políticas de control, incentivos y sanciones a la práctica docente.
- Falta implementar sistema de Carrera Docente.
- La falta de lineamientos que orienten la capacitación pedagógica de docentes e incentiven la formación en líneas temáticas de interés para la oferta académica de las escuelas y colegios.

### **2.2.4. AMENAZAS**

- La competencia dado que ya existen otras empresas que ya están posesionadas en el mercado.
- No llegar a la meta deseada en cada evento realizado.
- Restricciones en el presupuesto que ponen en riesgo el normal funcionamiento del Centro de Capacitación.
- Otras instituciones de capacitación con ofertas académicas en modalidad virtual.

## **2.3. INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y SU ANALISIS**

La formación de docentes para los niveles Inicial y Básico está confiada a los institutos pedagógicos, los cuales dependen del Ministerio de Educación y Culturas. Actualmente existen 28 Institutos pedagógicos (IPED), estos fueron creados para atender las demandas de docentes de manera sectorizada.

### **2.3.1 OBJETIVO PRINCIPAL DE LA INVESTIGACION DE MERCADO**

La investigación de mercado deberá proporcionar la información necesaria que nos servirá para determinar la factibilidad del negocio y conocer su viabilidad. Por medio de esta investigación podremos recopilar datos que nos ayuden a realizar el respectivo análisis, y de esta manera realizar una adecuada toma de decisiones para lograr la satisfacción del cliente.

### **2.3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Se desarrollará una investigación cuantitativa de índole descriptiva, este tipo de investigación consiste en observación, experimentación y técnicas de encuesta, lo que a su vez permitirá comprender los efectos de diversos servicios en el consumidor, dando así a los investigadores la oportunidad de predecir su comportamiento. Finalmente, los resultados son descriptivos, empíricos y, si se recaban en forma aleatoria (utilizando una muestra probabilística), pueden generalizarse a poblaciones más grandes.

## **2.4. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO POTENCIAL**

El análisis se realizará bajo el procedimiento de muestreo en la cual cada elemento de la población tiene una oportunidad probabilística.

En el diseño de la muestra se establecerá la característica fundamental de la población objetivo.

#### **2.4.1 FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA**

Como fuente de información primaria se cuenta con la realización de la investigación de mercado por medio de encuestas a docentes de la ciudad de Guayaquil, cuyas edades se encuentren comprendidas entre 23 y 45 años.

Para evaluar la factibilidad de las diferentes capacitaciones a organizarse por la empresa, se realizara un grupo focal, en el cual participaran docentes de diferentes colegios, contaremos con la presencia de un profesional y de un experto en esta clase de eventos.

#### **2.4.2 FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIA**

Se utilizaran:

- Pagina web del instituto de estadística y censo.
- Pagina web de la Unesco.
- Pagina web de la educación.
- Y demás páginas de internet para consultar modificaciones de las técnicas de enseñanzas.

#### **2.4.3 PLANEACION DE LA INVESTIGACION**

Para decidir a quién se deberá encuestar, es necesario contar con una definición explícita del universo o de los límites del mercado acerca del cual se desean obtener los datos, de manera que se selecciona una muestra adecuada.

Entrevistar a miembros del mercado meta correcto o el mercado meta potencial es un requisito fundamental para la validez del estudio, que en nuestra empresa sería el mercado de los docentes de escuelas y colegios de la ciudad de Guayaquil el primer mercado potencial a conquistar.

Se recolectarán datos de 20 colegios-escuelas de la ciudad de Guayaquil con un promedio de 30 docentes encuestados por cada establecimiento estudiantil para realizar la investigación de mercado. Se estima que cada encuesta en llenarla tomara aproximadamente unos cinco minutos.

## **2.5. DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA**

### **2.5.1. Tamaño de la muestra**

Para determinar el tamaño de la muestra, se utiliza la técnica de muestreo irrestricto aleatorio.

Para determinar el número de encuestas a realizar, se establece un grado de confianza y un margen de error y además se toman en cuenta los siguientes factores:

#### **Nivel de confianza (z)**

Es el porcentaje de datos que se abarca, dado el nivel de confianza establecido del 95%. Para este grado de confianza corresponde un valor de z de 1.96 obtenido de una tabla de distribución normal.

#### **Máximo error permisible (e)**

Es el error que se puede aceptar con base a una muestra "n" y un límite o grado de confianza "X". Este error ha sido definido con un margen del 5%

#### **Porción estimada (P)**

Es la probabilidad de ocurrencia de un fenómeno en específico, se toma el promedio con el que se trabaja en estos casos, que es del 50% de que acepten el producto o servicio.

#### **Determinación de la muestra**

La población encuestada se encuentra en la ciudad de Guayaquil, principal centro de demanda en el ámbito nacional para todo tipo de servicios de capacitación, donde:

- N= sería 600 un promedio de 30 profesores por colegios y encuestaremos a 20 colegios diferentes
- $Z_{\alpha/2} = 1.962$  (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (en este caso deseamos un 3%).

### 2.5.2 Tamaño final de la muestra

Para hallar el número de personas a encuestar, aplicamos la fórmula de una población finita, por lo tanto, la fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha/2}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha/2}^2 * p * q}$$

El tamaño de la muestra se obtuvo como resultado 232 encuestas a los docentes de escuelas y colegios, pero para un mejor análisis trabajaremos con las 250 encuestas.



## 2.6.- FORMATO DE LA ENCUESTA



### ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL ENCUESTA

#### PROYECTO DE CAPACITACION A LOS DOCENTES DE ESCUELAS Y COLEGIOS PARA EL USO DE MATERIALES DIDACTICOS

Somos estudiantes de Ingeniería Comercial y Economía de la ESPOL, estamos desarrollando para nuestra tesis un estudio de mercado para incentivar la capacitación continua a docentes de escuelas y colegios.

1.-EDAD: 23 - 25 años  26 – 30 años  31 - 35   
años  
36 - 40 años  41 – 45 años  de 45 en   
adelante

2.-GENERO: Femenino  Masculino

#### 3.- ESTADO CIVIL:

Soltero (a)  Casado (a)  Divorciado (a)  Viudo (a)

#### 4.- ¿Cuál es su lugar de residencia?

Norte  Centro  Sur

#### 5.- ¿Cuál es su nivel educativo?

Primaria  Secundaria  Universidad

#### 6.-Sector de la ciudad donde imparte clases:

Norte  Centro  Sur

7.- ¿Su salario como docente se encuentra entre?

\$210- \$350

\$361- \$ 450

\$450 en adelante

8.- ¿Con que frecuencia se capacita para mejorar sus destrezas como docente?

Frecuentemente

Rara vez

Casi nunca

9.- ¿Considera que los cursos de capacitación son interesantes y necesarios para su desarrollo laboral?

Totalmente de acuerdo  Parcialmente de acuerdo  Totalmente en desacuerdo

10.- Utiliza materiales didácticos en su hora de clase?

Si

No

11.- ¿Considera usted que los materiales didácticos son una excelente herramienta para mejorar el nivel de enseñanza y calidad de la educación?

Si

No

12.- Estaría usted dispuesto a invertir en un programa de capacitación de uso de materiales concretos de la enseñanza como un medio de mejorar su eficiencia académica?

Si

No

**Si su respuesta es SI continúe a la siguiente pregunta, caso contrario dé por terminada la encuesta. Muchas Gracias.**

13.- Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de capacitación?

Menos de \$50

Entre \$51 - \$100

Entre \$101- \$150

Más de \$150

14.- ¿En qué horarios le gustaría recibir su capacitación?

Matutino

Vespertino

Nocturno

15.- De acuerdo a su pregunta anterior, ¿Dónde le gustaría recibir su capacitación?

En el Establecimiento Educativo

En nuestras Instalaciones

**Si su respuesta es EN NUESTRAS INSTALACIONES continúe a la siguiente pregunta, caso contrario pase a la pregunta 18. Gracias**

16.- Dónde le gustaría que esté ubicado este centro de capacitación?

Norte

Centro

Sur

17.- Una vez localizado el sector, ¿en qué parte específicamente?

\_\_\_\_\_

18.- Cuántas veces le gustaría recibir esta clase de capacitación (cada vez con nuevo material)?

1-2 veces al año

3-4 veces al año

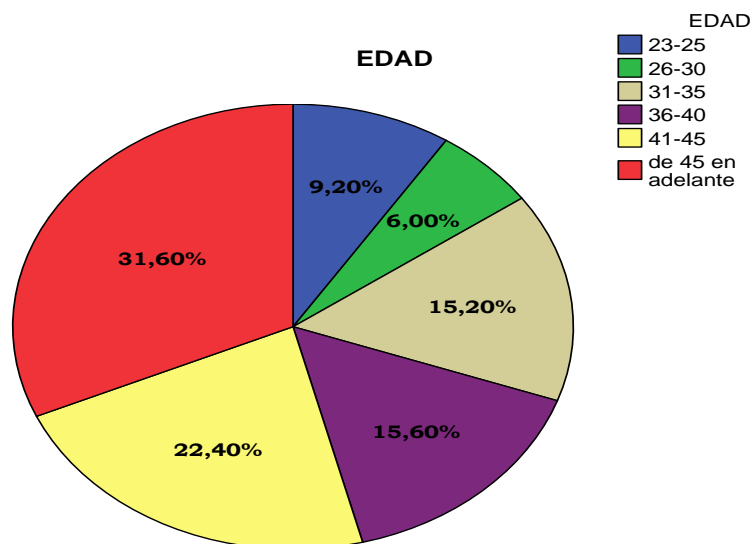
Más de 5 veces

**!!!Muchas gracias por la atención prestada....!!!**

## 2.7.- ANALISIS DE LOS RESULTADOS

A continuación se presentan los gráficos con sus respectivos porcentajes.

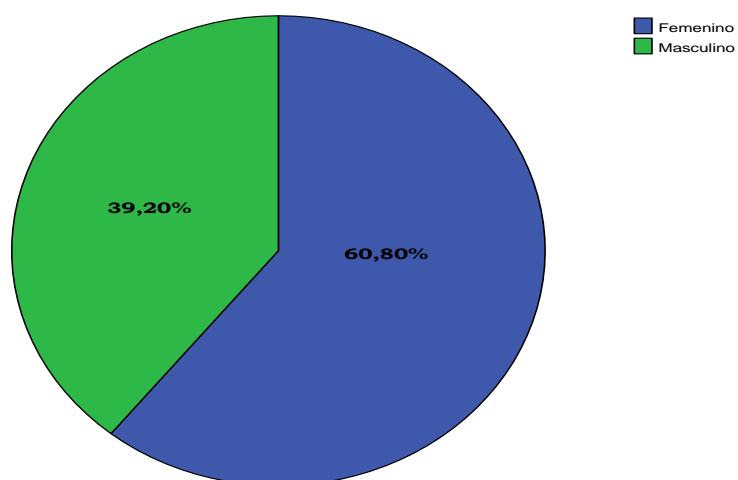
**Gráfico # 2**



**ELABORACION:** Los autores

**Gráfico # 3**

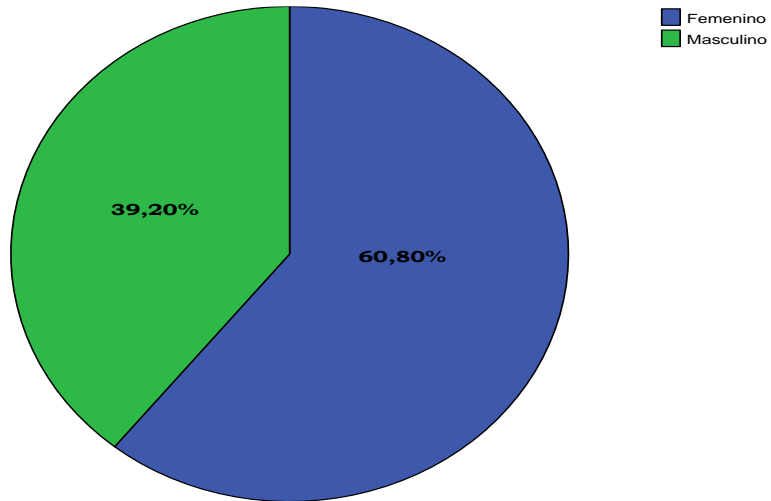
**GENERO**



**ELABORACION:** Los autores

**Gráfico # 4**

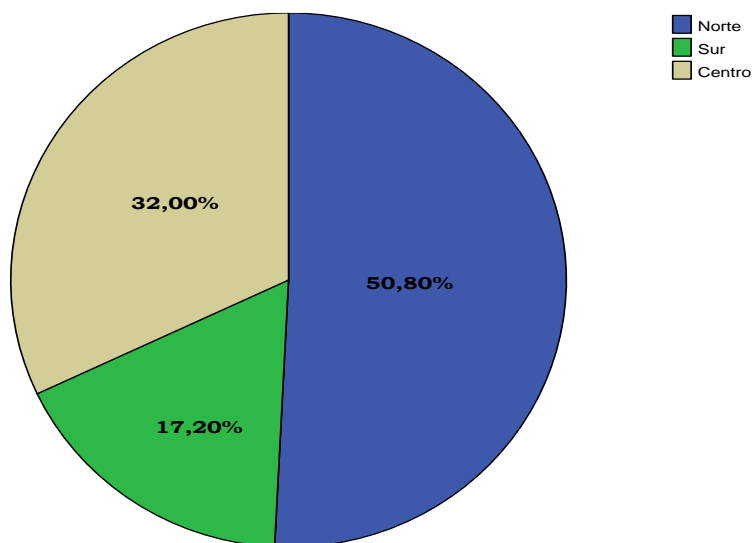
**ESTADO CIVIL**



**ELABORACION:** Los autores

**Gráfico # 5**

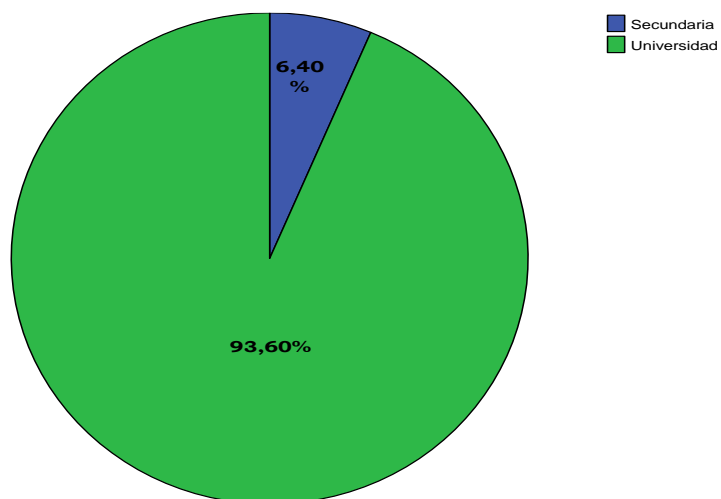
**¿Cuál es su lugar de residencia?**



**ELABORACION:** Los autores

**Gráfico # 6**

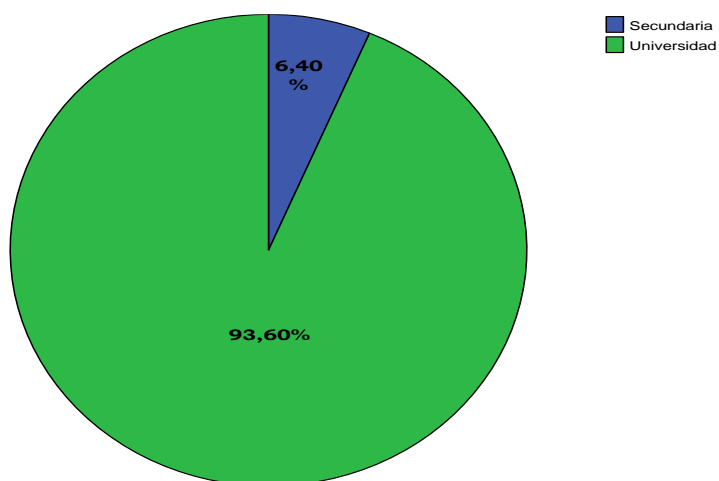
**¿Cuál es su nivel educativo?**



**ELABORACION:** Los autores

**Gráfico # 7**

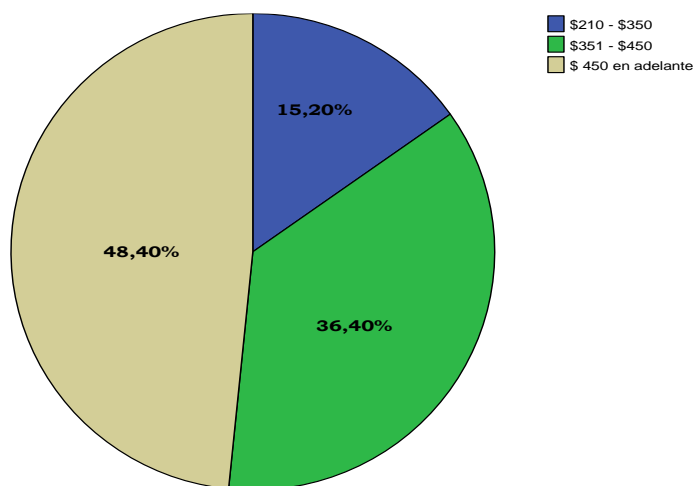
**Sector de la ciudad donde imparte clases:**



**ELABORACION:** Los autores

**Gráfico # 8**

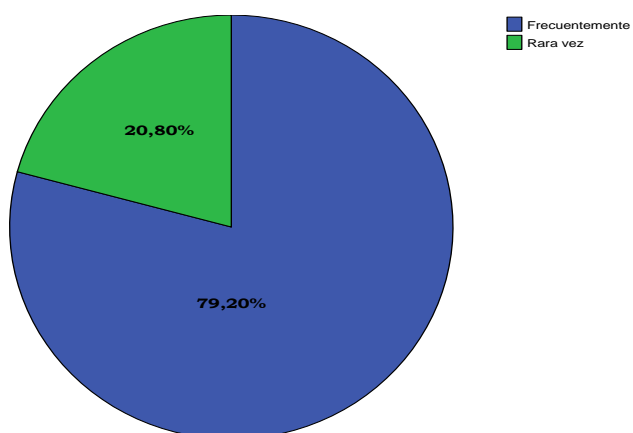
**¿Su salario como docente se encuentra entre?**



**ELABORACION:** Los autores

**Gráfico # 9**

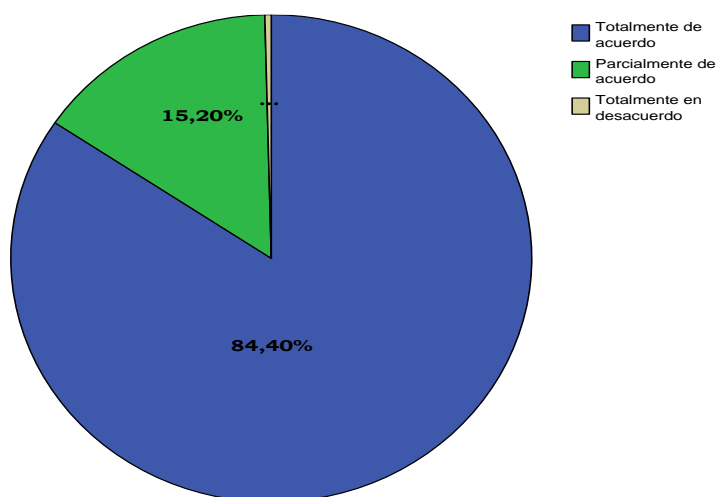
**¿Con que frecuencia se capacita para mejorar sus destrezas como docente?**



**ELABORACION:** Los autores

**Gráfico # 10**

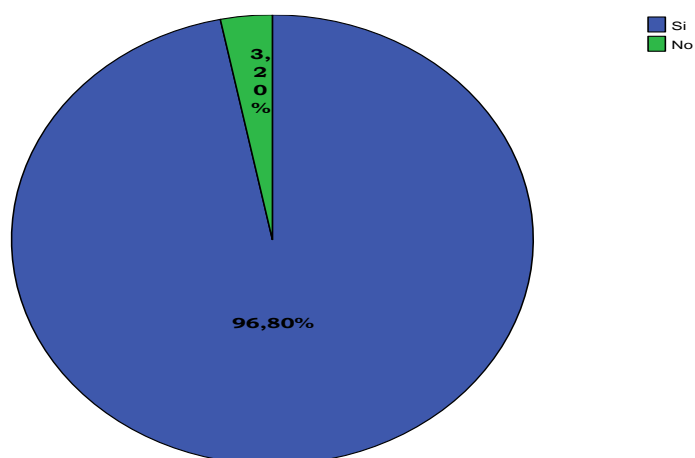
**¿Considera que los cursos de capacitación son interesantes y necesarios para su desarrollo laboral?**



**ELABORACION:** Los autores

**Gráfico # 11**

**Utiliza materiales didácticos en su hora de clase?**

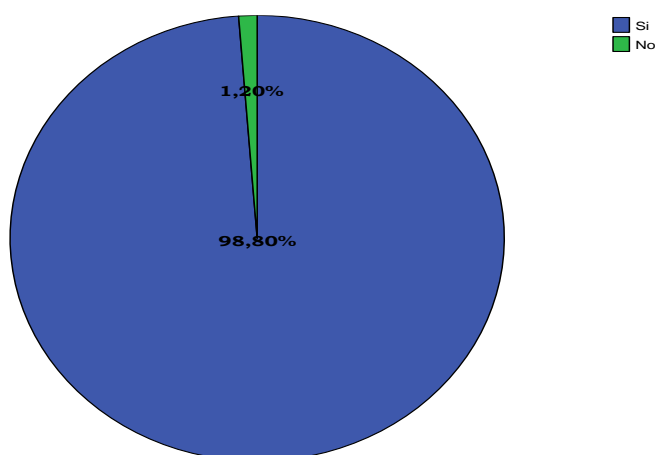


**ELABORACION:** Los autores



**Gráfico # 12**

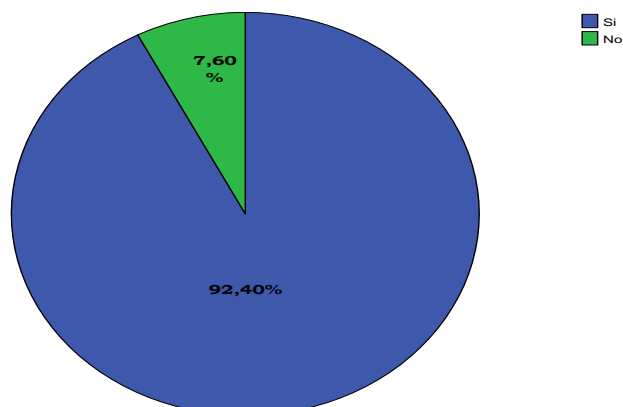
**¿Considera usted que los materiales didácticos son una excelente herramienta para mejorar el nivel de enseñanza y calidad de la educación?**



**ELABORACION:** Los autores

**Gráfico # 13**

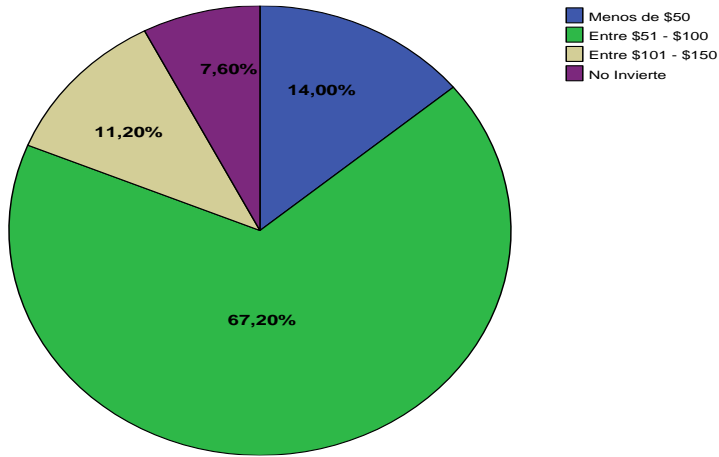
**Estaría usted dispuesto a invertir en un programa de capacitación de uso de materiales concretos de la enseñanza como un medio de mejorar su eficiencia académica?**



**ELABORACION:** Los autores

**Gráfico # 14**

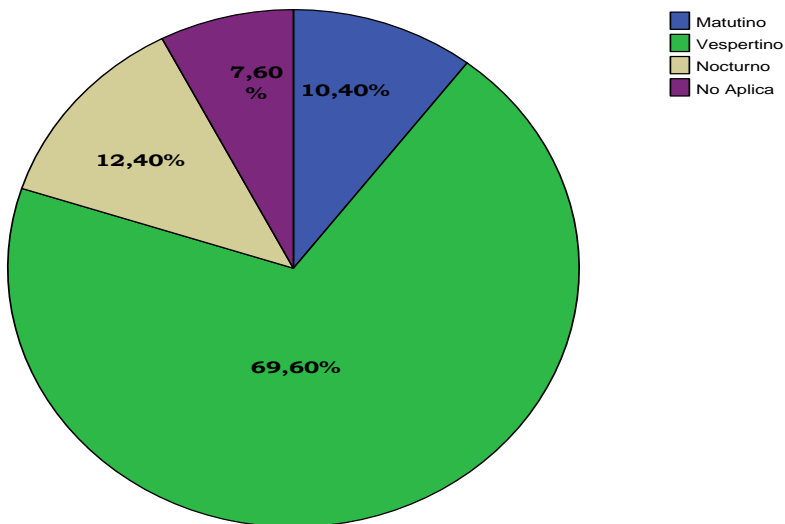
**Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de capacitación?**



**ELABORACION:** Los autores

**Gráfico # 15**

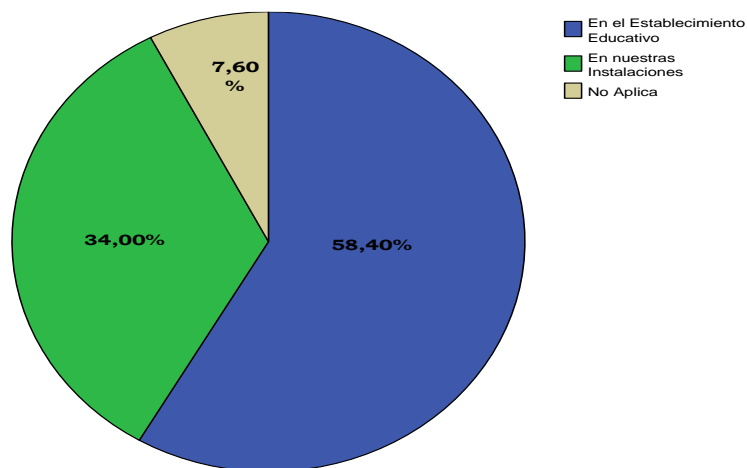
**¿En qué horarios le gustaría recibir su capacitación?**



**ELABORACION:** Los autores

**Gráfico # 16**

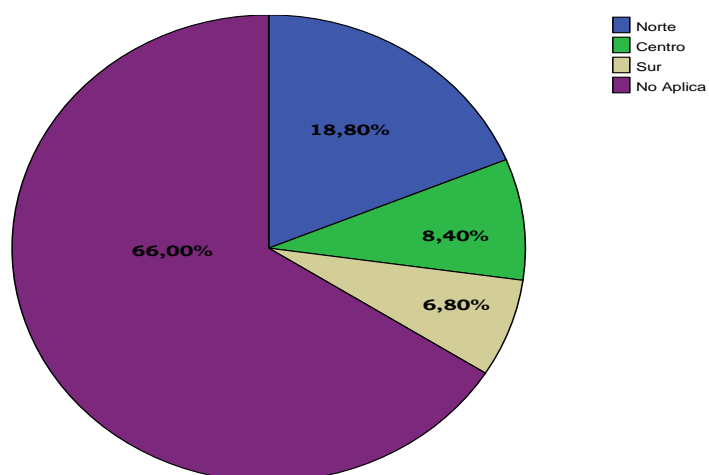
De acuerdo a su pregunta anterior, ¿Dónde le gustaría recibir su capacitación?



ELABORACION: Los autores

**Gráfico # 17**

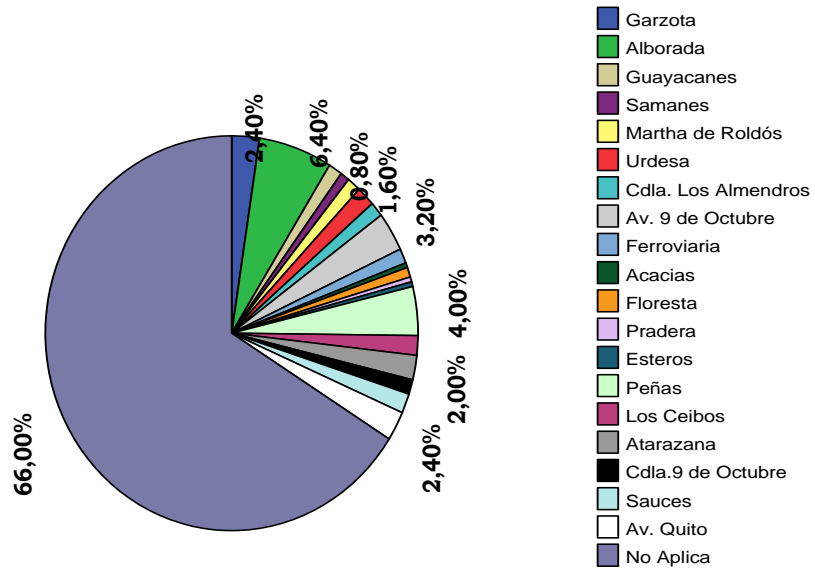
Dónde le gustaría que esté ubicado este centro de capacitación?



ELABORACION: Los autores

**Gráfico # 18**

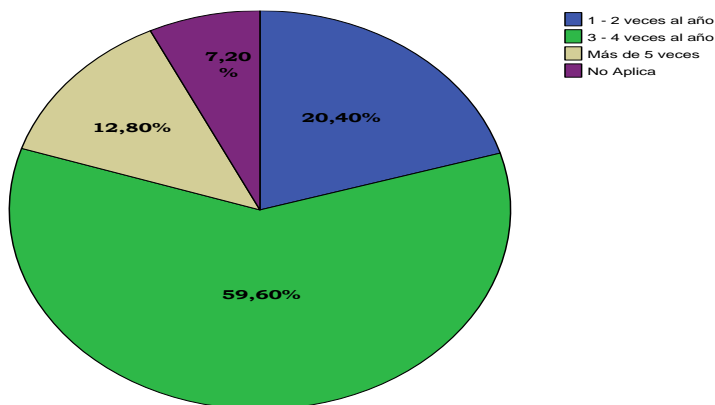
**Una vez localizado el sector, ¿en qué parte específicamente?**



**ELABORACION:** Los autores

**Gráfico # 19**

**Cuántas veces le gustaría recibir esta clase de capacitación (cada vez con nuevo material)?**



**ELABORACION:** Los autores

## **2.8.- CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS**

Las preguntas van orientadas a identificar la aceptación del servicio de capacitación, lo cual encontramos que de la población encuestada, los docentes se capacitan frecuentemente en un 79,20% y quienes estarían dispuestos a capacitarse con nosotros por ser interesantes y necesarios para su desarrollo laboral es de 84,40%, por lo que podemos asumir que este servicio tendría buen impacto en el mercado además de tener en cuenta que los docentes utilizan materiales didácticos en su hora de clase en un 96,80%, cabe destacar que el 98,80% lo utilizan como herramienta para mejorar el nivel de enseñanza y calidad en la educación.

Las encuestas arrojaron que los docentes preferirían que:

- Nuestras capacitaciones se las imparta en los respectivos Establecimientos Educativos con un 58,40% y en nuestras Instalaciones con un 34% destacando la zona norte con un 18,80% del 34% aclarando que preferirían que se la apertura en la Alborada con un 6,40% como punto de información para las respectivas capacitaciones. Además nuestros encuestados desean que las capacitaciones se dicten en horarios vespertinos con un 69,60%.
- A los docentes les gustaría recibir la capacitación de 3 – 4 veces al año frente a un 59,60% de aceptación.
- Cabe indicar que los docentes estarían dispuestos a invertir entre \$ 51 - \$ 100 en nuestro programa de capacitación.

## 2.9 MATRIZ BCG

### Gráfico # 20

### MATRIZ BCG



Nuestro servicio se encuentra en la posición interrogación por ser un servicio nuevo tiene un índice de crecimiento alto pero una participación de mercado débil, por este motivo requiere una gran cantidad de recursos para mantener su participación.

En este cuadrante, el signo de interrogación puede llegar a cualquier destino el cual puede ser el éxito o fracaso de nuestro centro de capacitación. Nuestro propósito es que el servicio se dé a conocer en el mercado y se convierta en un servicio estrella, es decir con una participación relativa de mercado fuerte y un crecimiento de mercado alto. Lo que demuestra que debemos realizar una buena estrategia de marketing para poder competir con los líderes de los servicios de capacitaciones.

## 2.10. MACRO Y MICRO SEGMENTACION

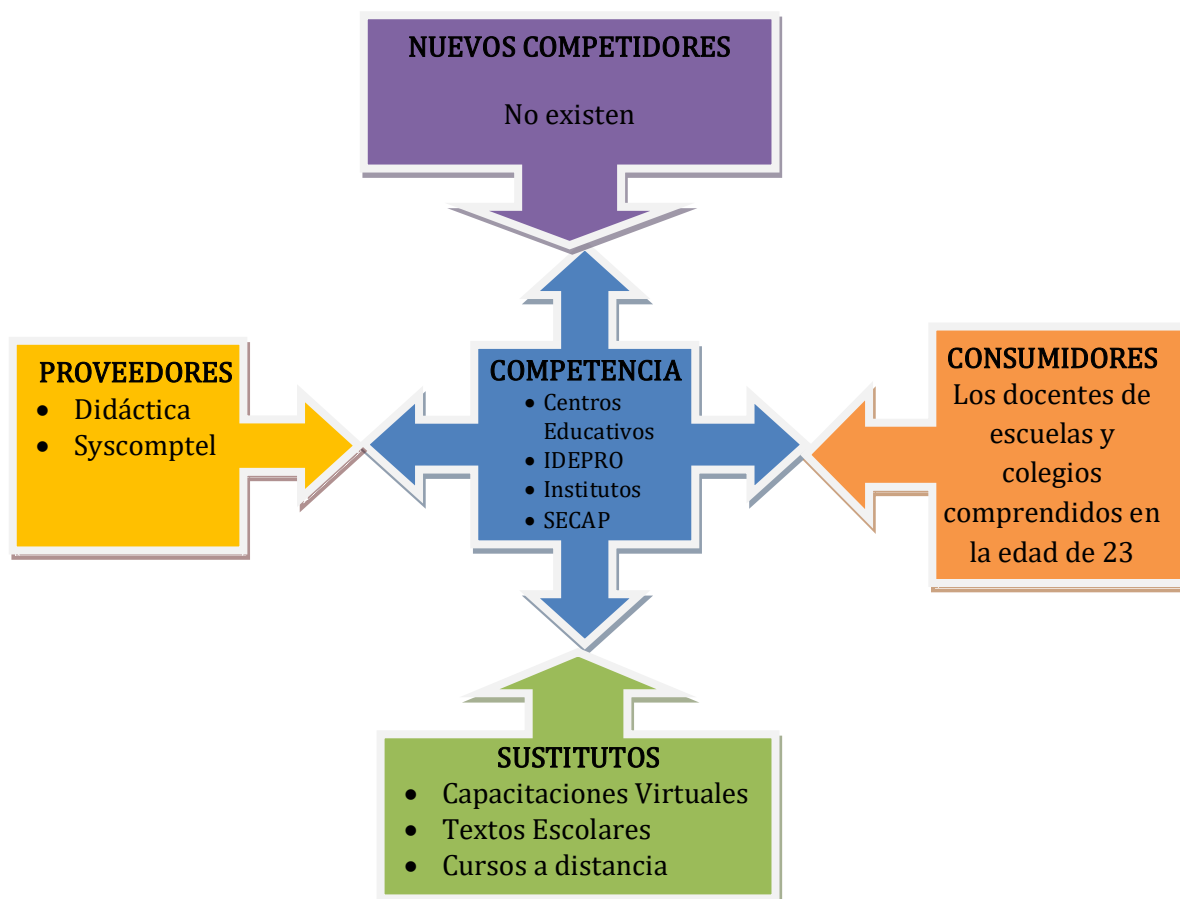
Nuestro servicio de capacitación irá orientado a todo el personal docente de las Instituciones primarias y secundarias particulares de la ciudad de Guayaquil, de todos los estratos sociales, comprendidos desde los 23 años de edad.

Los medios usados para nuestras campañas de marketing serán a través de radio, trípticos, televisión abierta, revistas, volantes, cuyos mensajes vayan orientados a evidenciar los beneficios de nuestro servicio resaltando nuestras ventajas competitivas.

## 2.11. MATRIZ DE PORTER

**Gráfico # 21**

### MATRIZ DE PORTER



#### ELABORACION:

Los autores

## **2.12 MARKETING MIX: 5 P'S**

### **Producto**

El servicio que ofrecemos es capacitar a los docentes.

Este servicio llegará directamente al docente sin la intervención de terceros.

Una vez que las personas interesadas se acerquen a las instalaciones de la empresa capacitadora, se concretará la entrega del servicio.

### **Precio**

El precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros producen costos.

Así mismo, se utilizará la fijación de precios, que consiste en fijar el precio siguiendo los valores actuales del mercado.

### **Promoción**

Debido a los altos costo que se incurriría para poder hacer las campañas publicitarias por televisión y consecuentes de los altos riesgos de asumir esos elevados costos de promoción de una empresa en levantamiento, se ha tomado la decisión de realizar la promoción por medio de hojas volantes entregadas en puntos estratégicos.

Se ha definido como puntos estratégicos para la entrega de las hojas volantes en los distintos establecimientos educativos.

De esta forma, la información llegará directamente y a bajo costo al grupo en los que está enfocada la oferta del servicio.

### **Plaza**

Como se menciona anteriormente, la entrega del servicio se realizara directamente al interesado por adquirirlo.



Para este efecto, es de nuestro interés colocar establecimiento de la empresa en lugares de fácil acceso

### **Presentación o Package**

El logo tiene que ser innovador, moderna que sea llamativa a la atención del cliente, con colores vivos.

### **2.13 ESTUDIO TECNICO**

Para la empresa de capacitación se utilizarán los siguientes equipos y maquinarias:

Escritorio secretaria

Escritorio para computadora

Aire Acondicionado

Fotocopiadora

Teléfonos

Extintores

Sillas de espera

Equipo de computación

Proyectores

Laptops

## Capítulo III

### 3. Plan financiero.

#### Antecedente

Una vez realizado se ha determinado la inversión en obra física, en equipos y maquinaria, así como el calendario de reemplazo de los activos fijos; es entonces el momento de demostrar si el presente proyecto es económicamente factible.

Para ello, se mostrará el comportamiento proyectado de variables como: El volumen de las personas que asisten a los eventos, los gastos administrativos, de publicidad; con esta información se descontarán los flujos de cada período usando una tasa de descuento (TMAR), para obtener la tasa de retorno del proyecto (TIR) y el valor actual neto (VAN) y de esa forma determinar la factibilidad económica del mismo.

#### 3.1 Inversiones

El gasto de inversión inicial, incluye todo el flujo de recursos orientados a la construcción de obras físicas, compra de equipos, instalaciones, y demás que permiten la “puesta en marcha” del proyecto; así:

#### Total de inversiones

**Cuadro 1**

RUBROS		USD
I.	ACTIVOS FIJOS	\$ 6.332,25
II.	GTOS DE CONSTITUCION	\$ 600,00
III.	GTOS DE ADMINISTRACION	\$ 252,80
IV.	GTOS DE PUBLICIDAD	\$ 1.275,00
V.	GTOS VARIOS	\$ 81,40
III.	CAPITAL DE TRABAJO	\$ (16,05)
<b>INVERSION TOTAL</b>		<b>\$ 8.525,40</b>

*Elaboración los autores*

## ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

De la cantidad total requerida para realizar la inversión; es decir \$8,525.40, el 70% será financiado con capital propio y el restante 30%, financiado mediante un préstamo bancario a tres años plazo, mismo que cobrará una tasa de aproximadamente del 11.5% anual y se empezará a cancelar, de manera anual, a partir de la finalización del periodo cero.

Amortización

### Cuadro 2

AMORTIZACION PRESTAMO DEL 30% DEL TOTAL DE LA INVERSION INICIAL AL 11.5% DE INTERES				
PERIODO	INTERES	CAPITAL	TOTAL PAGO	SALDO
1	229.25	\$ 593.62	\$ 822.87	1,399.88
2	160.99	\$ 661.88	\$ 822.87	738.00
3	84.87	\$ 738.00	\$ 822.87	-

Elaboración los Autores

## 3.2 Ingresos

### 3.2.1 PROYECCION DE INGRESOS

Para estimar los ingresos anuales, se partió del incremento en el mercado de un 1.3 2% y de un crecimiento de la demanda anual del 1% ya que la población de Guayaquil anualmente tiene un incremento.

Es así que, multiplicando el precio el cual lo sacamos en la investigación de mercado por la demanda estimada de personas que asistirán en los eventos a realizar **ANEXO#2**, se obtienen los ingresos.

### 3.2.2 DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS

La depreciación de activos fijos refleja la pérdida de valor de las maquinarias, equipos, herramientas y vehículos como consecuencia de la utilización de los mismos.

En el Ecuador se utiliza el método de depreciación en línea recta, a través del cual se calcula la depreciación anual dividiendo el coste inicial de cada activo fijo para el número de años de vida útil. Con estos datos se obtiene la depreciación acumulada y el valor en libros, que viene dado por el Método económico.

Generalmente, el valor en libros es utilizado con fines meramente contables, pues en la práctica existen activos fijos, que pese a estar depreciados, pueden venderse en el mercado de bienes usados, obteniendo una fuente adicional de ingresos para el proyecto, aunque al utilizar este método se asemeja más al coste real del bien.

#### Cuadro 3

#### Depreciación de los equipos

VALOR DE DESECHO DEL PROYECTO						
Máquinas	Cant.	Costo Unitario (US\$)	Costo Total (US\$)	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor de Desecho
Escritorios Secretarias	1	\$ 155,00	\$ 155,00	\$ 15,50	\$ 155,00	0,00
Laptops	2	800,00	1.600,00	160,00	1.600,00	0,00
Escritorio para Computadora	2	110,00	220,00	22,00	220,00	0,00
Equipo de Computación	2	530,00	1.060,00	353,33	1.060,00	0,00
Aire Acondicionado	1	180,00	180,00	18,00	180,00	0,00
Proyector	1	800,00	800,00	80,00	800,00	0,00
Fotocopiadora	1	1.500,00	1.500,00	150,00	1.500,00	0,00
Teléfono	2	20,00	40,00	4,00	40,00	0,00
Extintores	2	20,00	40,00	4,00	40,00	0,00
Sillas de Espera	6	25,00	150,00	15,00	150,00	0,00
<b>DEPRECIACIÓN</b>				<b>\$ 821,83</b>	<b>VALOR DESECHO</b>	<b>0,00</b>

Elaboración los autores

### 3.3 COSTOS

### 3.3.1 GASTOS FIJOS

Dentro de este componente del flujo de caja se encuentran: Los gastos administrativos, Publicidad, Financieros, Depreciación, los costos Variables y Otros Costos fijos

Los gastos administrativos hacen referencia al pago de salarios, quienes tienen a su cargo la inspección de los procesos de atención al cliente, ventas, seleccionar los expositores y la optimización del manejo de los recursos financieros respectivamente.

**Cuadro 4**

<b>BALANCE DE PERSONAL</b>			
	<b># DE PUESTOS</b>	<b>SUELDO (mensual)</b>	<b>SUELDO (anual)</b>
ADMINISTRADOR 1	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00
ADM. PUBLICIDAD Y LOGISTICA	1	\$ 550,00	\$ 6.600,00
SECRETARIA	1	\$ 300,00	\$ 3.600,00
PROFESORES DE CAPACITACIÓN.	2	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
PERSONAL DE LIMPIEZA	1	\$ 250,00	\$ 3.000,00
<b>TOTAL DE CTO ADM.</b>		<b>\$ 3.700,00</b>	<b>\$ 44.400,00</b>

*Elaboración los Autores*

### 3.3.2 OTROS GASTOS FIJOS

Por otro lado, Otros Costos Fijos se dividen de la siguiente manera:

**Cuadro 5**

**Total de otros gastos fijos**

<b>OTROS COSTOS FIJOS</b>		
	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
ARRIENDO Y AGUA POTABLE	\$ 490,00	\$ 5.880,00
ENERGÍA ELÉCTRICA	\$ 50,00	\$ 600,00
SERVICIO TELEFÓNICO	\$ 60,00	\$ 720,00
SERVICIO DE INTERNET	\$ 72,80	\$ 873,60
TELEFONIA CELULAR	\$ 70,00	\$ 840,00
SUMINISTRO DE LIMPIEZA	\$ 16,00	\$ 192,00
SUMINISTROS PARA OFICINA	\$ 65,40	\$ 784,80
PUBLICIDAD	\$ 1.275,00	\$ 15.300,00
<b>COSTOS FIJOS ANUALES</b>		<b>\$ 25.190,40</b>
<b>Otros Gastos</b>		<b>\$ 9.890,40</b>

**ELABORACION: LOS AUTORES**

Dentro de los costos para poner en marcha el proyecto se consideran los servicios básicos y suministro. La publicidad también se ha considerado dentro de los rubros.

### 3.3.3 PROYECCIONES ANUAL DE COSTO FIJOS

Los costos fijos totales proyectados para los próximos 10 años de la empresa de capacitación, para ver el detalle mensual ver **ANEXO # 3**

**Cuadro 6**

**Proyecciones de los costos fijos**

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Costos Fijos	\$ 73.001,25	\$ 73.001,25	\$ 73.001,25	\$ 73.001,25	\$ 73.001,25	\$ 73.001,25	\$ 73.001,25	\$ 73.001,25	\$ 73.001,25	\$ 73.001,25
Otros Costos Fijos	\$ 25.190,40	\$ 25.310,40	\$ 25.310,40	\$ 25.310,40	\$ 25.310,40	\$ 25.310,40	\$ 25.310,40	\$ 25.310,40	\$ 25.310,40	\$ 25.310,40
Costos Fijos Totales	\$ 98.191,65	\$ 98.311,65	\$ 98.311,65	\$ 98.311,65	\$ 98.311,65	\$ 98.311,65	\$ 98.311,65	\$ 98.311,65	\$ 98.311,65	\$ 98.311,65

**ELABORACION: LOS AUTORES**

### **3.3.4 COSTOS VARIABLES**

Dentro de la operación de la empresa de capacitación, se considera un único costo variable que son el alquiler la Movilización, y la Alimentación de los Expositores, que lo hemos denominados como Gasto de Operación. **VER ANEXO # 4**

### **3.4 CAPITAL DE TRABAJO**

Para calcular el monto de dinero con el cual se debe de contar para afrontar los costos y gastos relacionados con la operatividad del proyecto, capital de trabajo, se aplicó el método del déficit máximo acumulado.

Para ello, se estimaron los ingresos mensuales derivados de las personas que asistieron a cada evento que realizamos, ingresos que se registraron en el primer año así como también se proyectaron los egresos mensuales durante el primer año.

En base a los ingresos y egresos mensuales calculados, se obtuvieron los saldos de caja por mes y finalmente los saldos acumulados, escogiendo aquel en el cual se registre el mayor déficit entre ingresos y egresos, como lo indica el cuadro mostrado en el **ANEXO 5**

### **3.5 ESTADO DE RESULTADOS**

Como nos podemos dar cuenta en nuestro Estado de Resulta desde el primer año de haber ingresado al mercado tendremos utilidad a su vez a partir del año 4 aumentara porque ya terminamos la deuda que habíamos adquirido

## Estado de resultado

### Cuadro 7

ESTADO DE RESULTADO										
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>INGRESOS</b>										
VENTAS AL CONTADO	\$ 100.800,00	\$ 102.138,22	\$ 103.494,21	\$ 104.868,20	\$ 106.260,43	\$ 107.671,14	\$ 109.100,58	\$ 110.549,00	\$ 112.016,65	\$ 113.503,78
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 100.800,00</b>	<b>\$ 102.138,22</b>	<b>\$ 103.494,21</b>	<b>\$ 104.868,20</b>	<b>\$ 106.260,43</b>	<b>\$ 107.671,14</b>	<b>\$ 109.100,58</b>	<b>\$ 110.549,00</b>	<b>\$ 112.016,65</b>	<b>\$ 113.503,78</b>
<b>EGRESOS</b>										
GASTOS ADMINIST.	\$ 73.001,25	\$ 76.151,25	\$ 76.151,25	\$ 76.151,25	\$ 76.151,25	\$ 76.151,25	\$ 76.151,25	\$ 76.151,25	\$ 76.151,25	\$ 76.151,25
GASTOS DE PUB.	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00
OTROS GTOS. FIJOS	\$ 9.890,40	\$ 9.890,40	\$ 9.890,40	\$ 9.890,40	\$ 9.890,40	\$ 9.890,40	\$ 9.890,40	\$ 9.890,40	\$ 9.890,40	\$ 9.890,40
GTOS VARIABLES	\$ 2.904,00	\$ 2.904,00	\$ 2.904,00	\$ 2.904,00	\$ 2.904,00	\$ 2.904,00	\$ 2.904,00	\$ 2.904,00	\$ 2.904,00	\$ 2.904,00
GASTOS FINANC.	\$ 229,25	\$ 160,99	\$ 84,87							
DEPRECIACION	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 102.146,74</b>	<b>\$ 105.228,47</b>	<b>\$ 105.152,35</b>	<b>\$ 105.067,48</b>	<b>\$ 105.067,48</b>	<b>\$ 105.067,48</b>	<b>\$ 105.067,48</b>	<b>\$ 105.067,48</b>	<b>\$ 105.067,48</b>	<b>\$ 105.067,48</b>
UAI	\$ (1.346,74)	\$ (3.090,25)	\$ (1.658,15)	\$ (199,29)	\$ 1.192,94	\$ 2.603,66	\$ 4.033,10	\$ 5.481,52	\$ 6.949,17	\$ 8.436,30
PARTIC. DE TRAB. 15%)	\$ (202,01)	\$ (463,54)	\$ (248,72)	\$ (29,89)	\$ 178,94	\$ 390,55	\$ 604,96	\$ 822,23	\$ 1.042,38	\$ 1.265,45
IMPUESTOS (25%)	\$ (286,18)	\$ (656,68)	\$ (352,36)	\$ (42,35)	\$ 253,50	\$ 553,28	\$ 857,03	\$ 1.164,82	\$ 1.476,70	\$ 1.792,71
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ (858,54)</b>	<b>\$ (1.970,03)</b>	<b>\$ (1.057,07)</b>	<b>\$ (127,05)</b>	<b>\$ 760,50</b>	<b>\$ 1.659,83</b>	<b>\$ 2.571,10</b>	<b>\$ 3.494,47</b>	<b>\$ 4.430,09</b>	<b>\$ 5.378,14</b>

**ELABORACION: LOS AUTORES**

### 3.6 FLUJO DE CAJA

Con la información obtenida a lo largo de los anteriores capítulos, podremos general el flujo de caja proyectado a los 10 años. El principal objetivo de la elaboración del estado de flujo de efectivo es identificar las causas de las eventuales disminuciones o incrementos de efectivo durante el horizonte de planeación del proyecto.

Los ingresos provienen del precio que las personas pagan por asistir a nuestras capacitaciones.

Dentro de los usos de efectivo generados por el proyecto, se incluyen los gastos de publicidad, administración y de servicios básicos. Los desembolsos descritos anteriormente se refieren a los egresos



operacionales, mientras que los egresos no operacionales incluyen el pago de intereses y capital de la deuda contraída.

Finalmente, se incluyen los beneficios adicionales que obtiene el proyecto, como consecuencia de la venta de los activos fijos depreciados a su valor de desecho.

Los ingresos y desembolsos descritos brevemente, se pueden revisar con mayor detalle en el **ANEXO # 6**.

### **3.7 TIR**

Siendo la TIR, la Tasa interna de retorno, la cual muestra lo que el proyecto, dadas sus propias características, genera; en sí una cifra que ayuda a evaluar o seleccionar una o diferentes alternativas de inversión. La forma que se utiliza la TIR, es mediante el cálculo de los Flujos de Caja de Efectivo que ocurren dentro de un determinado período de tiempo, traídos al Valor actual e igualados al Valor Presente Neto.

Con la tasa de descuento calculada, se procede a calcular la tasa de retorno ofrecida por el proyecto (TIR), considerando los flujos de efectivo durante los 10 años de vida del proyecto, se obtuvo el siguiente resultado:

**TIR = 15%**

Como se puede apreciar, esta tasa interna de retorno nos va a ser de gran ayuda para poder determinar si el proyecto es o no rentable, por lo que se procede a calcular la Tasa mínima atractiva de retorno que los inversionistas desean o esperan obtener (TMAR). Para calcular la misma, se hará uso del Costo de Capital Promedio Ponderado, la que a su vez necesita de la ecuación de rentabilidad pagada a los accionistas para obtenerla, ésta última

necesita del cálculo del Beta para su estimación, pero debido a que el mercado de Ecuador no se encuentra muy desarrollado, es necesario entonces calcular un Beta que sea comparable al de la compañía.

Operación que se hace mediante la búsqueda de empresas que coticen en mercados bursátiles más desarrollados, como por ejemplo el de Estados Unidos, empresas que posean iguales o al menos similares características a la empresa a evaluar, sacando una ponderación de las mismas e igualando luego sus niveles de riesgo, de esta manera se tiene:

### **CALCULO DEL BETA DE LA EMPRESA ( $\beta$ )**

Para poder calcular el Beta, se requiere obtener el  $\beta$  particular de cada compañía que opera en ese sector, es decir que sean de similares características a la nuestra y que se trance en Bolsa y de esta manera determinar un Beta Promedio Ponderado. Es importante señalar que los Beta de las empresas generalmente incluyen el efecto en Riesgo operacional como financiero propio de la estructura de financiamiento que posee la empresa, aplicando la fórmula nos dará los siguientes resultados:

Beta promedio

BETA	
-0.420	AEC PLC EDUCACION
0.510	EDUCATIONAL PLC INTERNATIONAL
0.750	BRIDGPOINT EDUCATION
0.560	ITT EDUCATIONAL SERVICES
0.540	DEVRY
0.388	BETA PROMEDIO
3.4%	Rf
8.31%	Riesgo Pais
4.55%	Prima
0.135	Ke

**Cuadro 8**

*ELABORACION: LOS AUTORES*

### 3.8 TASA DE DESCUENTO TMAR

Para estimar la tasa de descuento (TMAR) que representa la rentabilidad mínima exigida por parte de inversor al proyecto, en base al riesgo en el cual se incurre al invertir en el mismo, se utilizará la siguiente ecuación:

Donde:

$$K_e = R_f + \beta(R_m - R_f) + R_p$$

- **Ke:** Rendimiento esperado del capital
- **Rf:** Tasa libre de riesgo.
- **β:** Coeficiente de correlación del retorno del proyecto con respecto al retorno del mercado.
- **Rm:** Tasa de rendimiento del mercado.
- **Rp:** Riesgo país.

Aplicando el CAPM es necesario agregar el riesgo país del Ecuador, para obtener una tasa de retorno " **$K_e$** " acorde al nivel de riesgo existente.

Detallando más la fórmula del CAPM, se puede decir que, la tasa libre de riesgo viene representada por la tasa de retorno de los bonos del tesoro de los Estados Unidos (T-BONDS), mientras que la tasa de rentabilidad del mercado se deriva de la variación del precio del índice S&P 500, finalmente el beta representa el riesgo del sector de comercio marítimo en U.S.A, que se dedujo en el literal anterior.

Reemplazando los datos:

- **$K_e$** : Rendimiento esperado del capital
- **$R_f$** : 3.4% equivalente a los Bonos del Tesoro Americano de 10 años.
- **$\beta$** : 0.38
- **$R_m$** : 4.55% rendimiento esperado a largo plazo del indicador Standard & Poors 500.
- **$R_p$** : 8.31% Según datos actualizados el Riesgo País

Se obtiene:

$$K_e = 3.4\% + 0.388(4.55\%) + 8.31\%$$

$$K_e = 13.48\%$$

### 3.9 CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El VAN, es la suma de valores positivos (ingresos) y de valores negativos (Costos), que se producen en diferentes momentos.

Dado que el valor del dinero varia con el tiempo, es necesario descontar de cada período, un porcentaje anual estimado como valor perdido por el dinero durante el período de inversión, una vez descontado ese porcentaje se pueden sumar los flujos positivos y negativos.

Lo que resulta el VAN del proyecto en:

$$VAN = \$756.50$$

Con este dato se puede inferir que ya que la TIR es mayor que la TMAR y que el valor actual neto de los flujos descontados es mayor a cero; estos dos indicadores demuestran que el proyecto es económicamente factible.

### 3.10 PAYBACK

La recuperación de la inversión para la empresa de capacitación será en el cuarto año de funcionamiento

#### Cuadro 9

##### PAYBACK

PAYBACK					
				TMAR	13,48%
Periodo	Saldo de inver.	Flujo de Caja	Rentab. exigida	Recup. Inversion	
1	\$ .645,00	\$ (630,33)	\$ 895,44	\$ (1.525,77)	
2	\$ 8.170,77	\$ (1.810,08)	\$ 1.101,04	\$ (2.911,13)	
3	\$ 11.081,90	\$ (1.503,23)	\$ 1.493,33	\$ (2.996,56)	
4	\$ 14.078,46	\$ 694,79	\$ 1.897,13	\$ (1.202,34)	
5	\$ 15.280,80	\$ 1.582,33	\$ 2.059,15	\$ (476,81)	
6	\$ 15.757,61	\$ 1.951,66	\$ 2.123,40	\$ (171,74)	
7	\$ 15.929,35	\$ 3.392,93	\$ 2.146,54	\$ 1.246,39	
8	\$ 14.682,96	\$ 4.316,30	\$ 1.978,59	\$ 2.337,71	
9	\$ 12.345,25	\$ 4.721,93	\$ 1.663,57	\$ 3.058,36	
10	\$ 9.286,89	\$ 6.216,02	\$ 1.251,45	\$ 4.964,58	

ELABORACION: LOS AUTORES

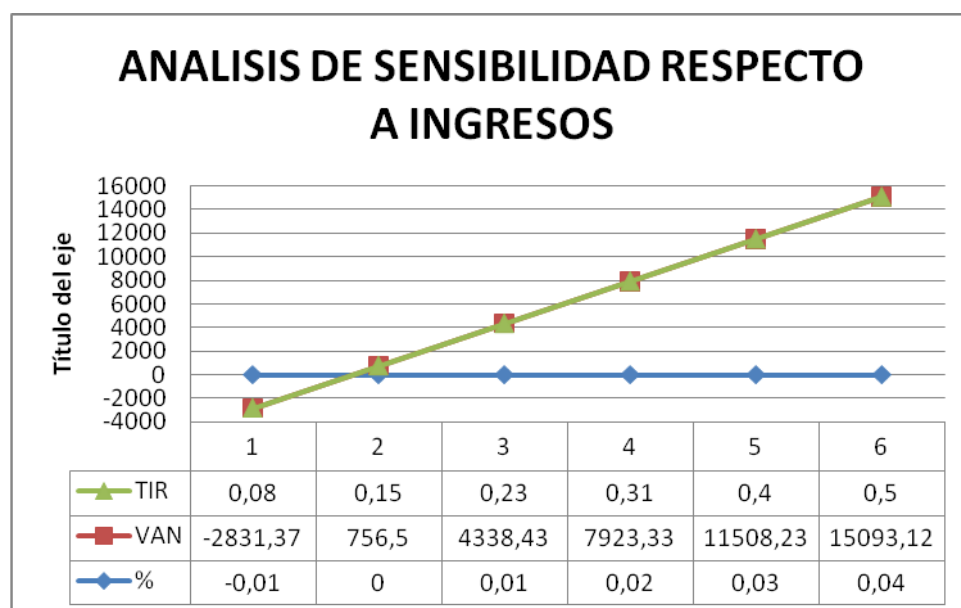
### 3.11 ANALISIS DE SENSIBILIDAD UNI-VARIABLE

**CUADRO 10**

**ANALISIS DE SENSIBILIDAD**

#### ANALISIS DE SENSIBILIDAD RESPECTO A INGRESOS

VARIACION	%	VAN	TIR	RESULTADO
	-1%	-2.831,37	8%	no FACTIBLE
	0	\$ 756,50	15%	FACTIBLE
	1%	4.338,43	23%	FACTIBLE
	2%	7.923,33	31%	FACTIBLE
	3%	11.508,23	40%	FACTIBLE
	4%	15.093,12	50%	FACTIBLE



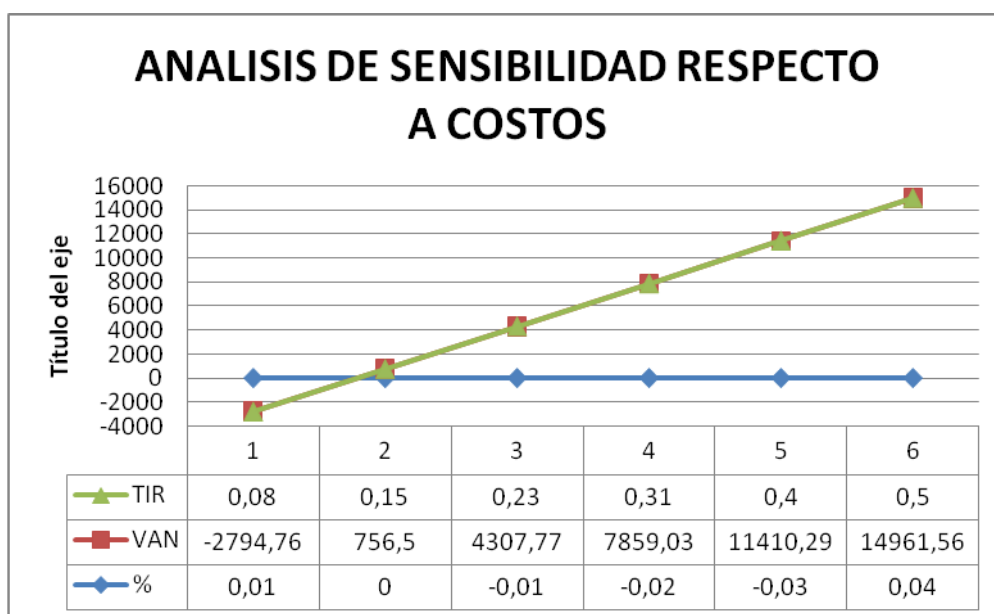
**ELABORACION: LOS AUTORES**

**CUADRO 11**

**ANALISIS DE SENSIBILIDAD**

**ANALISIS DE SENSIBILIDAD RESPECTO A COSTOS**

	%	VAN	TIR	RESULTADO
<b>VARIACION</b>	1%	-2.794,76	8%	no FACTIBLE
	0%	756,5	15%	FACTIBLE
	-1%	4.307,77	23%	FACTIBLE
	-2%	7.859,03	31%	FACTIBLE
	-3%	\$ 11.410,29	40%	FACTIBLE
	4%	14.961,56	50%	FACTIBLE



**ELABORACION: LOS AUTORES**

## CONCLUSIONES

Una vez concluida la formulación y evaluación del proyecto, se llegó a las

Siguientes conclusiones:

1. En base a los análisis desarrollados en este proyecto, se recomienda implementar el proyecto, con una TIR de 43%, por encima de la TMAR estimada en 13.48%.

2. También se recomienda este proyecto porque haciendo el estudio mediante el flujo de caja, nos da un VAN positivo, lo que nos indica que el proyecto si es recomendable.

3. Haciendo el estudio de sensibilidad con respecto a los ingresos el proyecto si es factible, es decir que según el estudio si los ingresos se reducen en hasta un 3% el proyecto es factible porque la TIR que nos da como resultado es mayor a la TMAR.

4. Haciendo el estudio de sensibilidad con respecto a los costos el proyecto también es factible, es decir que según el estudio si los costos se incrementan en hasta un 3% el proyecto es factible porque la TIR que nos da como resultado es mayor a la TMAR

5. Dada la situación del mercado, caracterizada por un crecimiento importante de la demanda para este tipo de servicios, se ha podido identificar la oportunidad de satisfacer una necesidad que el mercado no ha podido cubrir, puesto que los niveles de satisfacción mostrados en cada tipo de servicio de capacitación ha sido bajo de acuerdo a los resultados de la investigación de Mercados. Para tener una idea clara de los aspectos considerados importantes en la entrega del servicio, se ha logrado determinar la valoración de los clientes para las distintas variables claves mostradas, de las cuales, se presentan las tres más importantes a continuación:

- Método de enseñanza
- Material Didáctico
- Calidad



## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda que la empresa de capacitación haga una casa abierta para darse a conocer aun mas para así tener más personas interesadas en capacitarse ya que esto le va a servir en su vida profesional.
- Se recomienda planificar visitas a los planteles educativos para ofrecerles nuestro servicio de capacitación, explicándole los beneficios de recibir este servicio.
- Se recomienda también que se realicen paquetes de capacitación para los colegios según sus necesidades, para así atraer la inversión de los Planteles educativos en la capacitación de sus Docentes.

## **Bibliografía**

- <http://www.unesco.org/es/education> (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura).
- <http://www.inec.gov.ec/web/guest/inicio> (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador).
- <http://mef.gov.ec> (Ministerio de Economía y Finanzas del Ecuador).
- <http://www.reuters.com/finance>.
- [ww.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
- <http://www.cesla.com> (Centros de Estudios Latinoamericanos)
- Pagina web de la muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil
- [http://www.fundacionromero.org.pe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=77:mas-de-8000-profesores-de-piura-se-capacitaran-en-uso-de-medios-informaticos-para-educar&catid=49:prensa&Itemid=108](http://www.fundacionromero.org.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=77:mas-de-8000-profesores-de-piura-se-capacitaran-en-uso-de-medios-informaticos-para-educar&catid=49:prensa&Itemid=108)
- [http://www.edu.direcuador.com/index.php?option=com\\_weblinks&catid=23&Itemid=2](http://www.edu.direcuador.com/index.php?option=com_weblinks&catid=23&Itemid=2)

# **A N E X I O S**

## **ANEXO # 1**

### **Descripción de Activos Fijos de la Empresa**

Las Características de los Activos Fijos que usaremos en la empresa de capacitación serán los siguientes:

#### **Teléfono:**

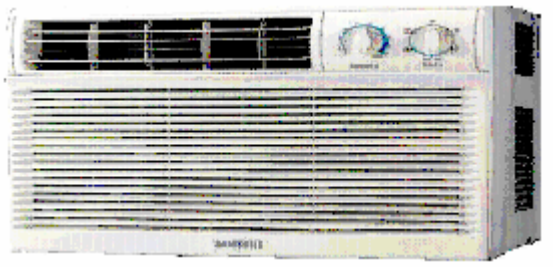
- Marca: Panasonic
- Teléfono inalámbrico convencional
- Modelo: KXTS520LXB
- Pantalla de 3 líneas
- Identificación de llamada
- Contestador automático
- Manos Libres
- Re-llamada
- 3 memorias directas
- Montaje mural y sobremesa



**FIGURA # 24. Teléfono de la empresa**

#### **Samsung Acondicionador de Aire 5000 BTU**

- Acondicionador de Aire
- Tipo de Ventana
- Capacidad de 5000 BTU
- Eficiencia de Energía EER 9.7 Btu/W
- Filtro Anti-bacterias
- Dirección de aire de 2 vías
- Controles de Perilla
- Dimensiones 17 x 11 x 12.8 Pulgadas



**FIGURA # 25 A/A**

### **Sillas de espera**



**FIGURA# 26 SILLAS DE ESPERA**

### **Fotocopiadora:**

- Digital Canon mod.2006, e-estudio-163, 20.000 copias mensuales,
- Energía, impresión y escáner estándar compatible con windows-98-2000 ME y XP, resolución de 600 dpi, puerto USB 2.0.



**FIGURA# 27 FOTOCOPIADORA**

**Escritorio para secretarias**



**FIGURA# 28 ESCRITORIO DE SECRETARIA**

### **Equipo de Computación**

- CPU procesador Intel 3.00 GHz, Pentium 4
- Disco duro 80 GB, FLOPPY disk driver, memoria RAM 1 GB, teclado
- Mouse y parlantes marca APOLLO, monitor BENQ, case con fuente de poder HT
- Impresora laser digital marca OKIDATA modelo b4100



***FIGURA #29 EQUIPO DE COMPUTACION.***

**Escritorio para computadora**



**FIGURA # 30 ESCRITORIO PARA COMPUTADORA**

**LAPTOP**

- Procesador AMD SEMPRON 3100
- Pantalla 14"
- Memoria RAM 256 Mb
- Disco duro 40 GB
- Video
- Lector y Grabador CD-RW
- WIFI
- Modem
- Puerto USB
- Mouse Óptico
- Cargador y batería originales
- Adaptador de Corriente



**FIGURA # 31 LAPTOP**



## **PROYECTOR**

- Proyector Marca Sony Modelo VPL – CS4
- Resolución 800 x 600
- Control Remoto
- Zoom Digital
- Entrada RCA Video



**FIGURA # 32 PROYECTOR**

## **EXTINTORES**



**FIGURA**

## Anexo 2

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECUATORIANA, POR AÑOS CALENDARIO, SEGÚN REGIONES, PROVINCIAS Y SEXO										
PERÍODO 2001 - 2010										
GUAYAS	2.769.011	2.819.399	2.850.850	2.882.224	2.917.549	2.957.154	2.992.612	3.031.709	3.073.430	3.117.929

CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN									
2001-2002	2002-2003	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	PROMEDIO
1,8197%	1,1155%	1,1005%	1,2256%	1,3575%	1,1991%	1,3065%	1,3762%	1,4479%	1,3276%

ESTIMACIÓN DEMANDA PROYECTADA A 10 AÑOS											
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
DEMANDA ANUAL	140	1,680	1,702	1,725	1,748	1,771	1,795	1,818	1,842	1,867	1,892

### Anexo 3

<b>BALANCE DE PERSONAL</b>			
	<b># DE PUESTOS</b>	<b>SUELDO (mensual)</b>	<b>SUELDO (anual)</b>
ADMINISTRADOR 1	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00
ADM. PUBLICIDAD Y LOGISTICA	1	\$ 550,00	\$ 6.600,00
SECRETARIA	1	\$ 300,00	\$ 3.600,00
PROFESORES DE CAPACITACIÒN.	2	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
PERSONAL DE LIMPIEZA	1	\$ 250,00	\$ 3.000,00
<b>TOTAL DE CTO ADM.</b>		<b>\$ 3.700,00</b>	<b>\$ 44.400,00</b>

**AÑO 1**

<b>Periodo</b>	<b>ADMINISTRADOR 1</b>	<b>ADM. PUBLICIDAD Y LOGISTICA</b>	<b>SECRETARIA</b>	<b>PROFESORES DE CAPACITACIÒN.</b>	<b>PERSONAL DE LIMPIEZA</b>	<b>BENEFICIOS</b>	<b>TOTAL</b>
Enero	\$ 600,00	\$ 550,00	\$ 300,00	\$ 4.000,00	\$ 250,00		\$ 5.700,00
Febrero	\$ 600,00	\$ 550,00	\$ 300,00	\$ 4.000,00	\$ 250,00	\$ 131,25	\$ 5.831,25
Marzo	\$ 600,00	\$ 550,00	\$ 300,00	\$ 4.000,00	\$ 250,00		\$ 5.700,00
Abril	\$ 600,00	\$ 550,00	\$ 300,00	\$ 4.000,00	\$ 250,00	\$ 1.320,00	\$ 7.020,00
Mayo	\$ 600,00	\$ 550,00	\$ 300,00	\$ 4.000,00	\$ 250,00		\$ 5.700,00
Junio	\$ 600,00	\$ 550,00	\$ 300,00	\$ 4.000,00	\$ 250,00		\$ 5.700,00
Julio	\$ 600,00	\$ 550,00	\$ 300,00	\$ 4.000,00	\$ 250,00		\$ 5.700,00
Agosto	\$ 600,00	\$ 550,00	\$ 300,00	\$ 4.000,00	\$ 250,00		\$ 5.700,00
Septiembre	\$ 600,00	\$ 550,00	\$ 300,00	\$ 4.000,00	\$ 250,00		\$ 5.700,00
Octubre	\$ 600,00	\$ 550,00	\$ 300,00	\$ 4.000,00	\$ 250,00		\$ 5.700,00
Noviembre	\$ 600,00	\$ 550,00	\$ 300,00	\$ 4.000,00	\$ 250,00		\$ 5.700,00
Diciembre	\$ 600,00	\$ 550,00	\$ 300,00	\$ 4.000,00	\$ 250,00	\$ 3.150,00	\$ 8.850,00
							\$ 73.001,25

**PROYECCION MENSUAL DE OTROS COSTOS FIJOS**

**AÑO 1**

<b>Periodo</b>	<b>ARRIENDO Y AGUA POTABLE</b>	<b>ENERGÍA ELÉCTRICA</b>	<b>SERVICIO TELEFÓNICO</b>	<b>SERVICIO DE INTERNET</b>	<b>TELEFONIA CELULAR</b>	<b>SUMINISTROS OFICINA</b>	<b>SUMINISTROS DE LIMPIEZA</b>	<b>PUBLICIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Enero	\$ 490,00	\$ 50,00	\$ 60,00	\$ 72,80	\$ 70,00	\$ 16,00	\$ 65,40	\$ 1.275,00	\$ 2.099,20
Febrero	\$ 490,00	\$ 50,00	\$ 60,00	\$ 72,80	\$ 70,00	\$ 16,00	\$ 65,40	\$ 1.275,00	\$ 2.099,20
Marzo	\$ 490,00	\$ 50,00	\$ 60,00	\$ 72,80	\$ 70,00	\$ 16,00	\$ 65,40	\$ 1.275,00	\$ 2.099,20
Abril	\$ 490,00	\$ 50,00	\$ 60,00	\$ 72,80	\$ 70,00	\$ 16,00	\$ 65,40	\$ 1.275,00	\$ 2.099,20
Mayo	\$ 490,00	\$ 50,00	\$ 60,00	\$ 72,80	\$ 70,00	\$ 16,00	\$ 65,40	\$ 1.275,00	\$ 2.099,20
Junio	\$ 490,00	\$ 50,00	\$ 60,00	\$ 72,80	\$ 70,00	\$ 16,00	\$ 65,40	\$ 1.275,00	\$ 2.099,20
Julio	\$ 490,00	\$ 50,00	\$ 60,00	\$ 72,80	\$ 70,00	\$ 16,00	\$ 65,40	\$ 1.275,00	\$ 2.099,20
Agosto	\$ 490,00	\$ 50,00	\$ 60,00	\$ 72,80	\$ 70,00	\$ 16,00	\$ 65,40	\$ 1.275,00	\$ 2.099,20
Septiembre	\$ 490,00	\$ 50,00	\$ 60,00	\$ 72,80	\$ 70,00	\$ 16,00	\$ 65,40	\$ 1.275,00	\$ 2.099,20
Octubre	\$ 490,00	\$ 50,00	\$ 60,00	\$ 72,80	\$ 70,00	\$ 16,00	\$ 65,40	\$ 1.275,00	\$ 2.099,20
Noviembre	\$ 490,00	\$ 50,00	\$ 60,00	\$ 72,80	\$ 70,00	\$ 16,00	\$ 65,40	\$ 1.275,00	\$ 2.099,20
Diciembre	\$ 490,00	\$ 50,00	\$ 60,00	\$ 72,80	\$ 70,00	\$ 16,00	\$ 65,40	\$ 1.275,00	\$ 2.099,20

#### Anexo 4

Concepto	Cantidad	Costo por día	Total
Transportación	10	\$ 5.00	\$ 50,00
Comida capacitadores	3	\$ 30.00	\$ 30.00
Materiales extras por persona	140		\$ 140.00
10% imprevistos			\$ 22,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 42,35</b>	<b>\$ 65,40</b>

Lunch			
Concepto	Cantidad	Costo	Total
Comida capacitadores	3	\$ 10,00	\$ 30,00
<b>Total</b>			<b>\$ 30,00</b>

Son dos expositores y una persona que coordina la capacitación.

PROYECCION DE COSTOS VARIABLES					TOTAL ANUAL
AÑO 1					
Periodo	GASTO DE OPERACIÓN	EXPOSITORES	Movilización	TOTAL	\$ 2,904.00
Enero	\$ 242.00	\$ 30.00	\$ 50.00	\$ 242.00	
Febrero	\$ 242.00	\$ 30.00	\$ 50.00	\$ 242.00	
Marzo	\$ 242.00	\$ 30.00	\$ 50.00	\$ 242.00	
Abril	\$ 242.00	\$ 30.00	\$ 50.00	\$ 242.00	
Mayo	\$ 242.00	\$ 30.00	\$ 50.00	\$ 242.00	
Junio	\$ 242.00	\$ 30.00	\$ 50.00	\$ 242.00	
Julio	\$ 242.00	\$ 30.00	\$ 50.00	\$ 242.00	
Agosto	\$ 242.00	\$ 30.00	\$ 50.00	\$ 242.00	
Septiembre	\$ 242.00	\$ 30.00	\$ 50.00	\$ 242.00	
Octubre	\$ 242.00	\$ 30.00	\$ 50.00	\$ 242.00	
Noviembre	\$ 242.00	\$ 30.00	\$ 50.00	\$ 242.00	
Diciembre	\$ 242.00	\$ 30.00	\$ 50.00	\$ 242.00	



## Anexo 5

Capital de Trabajo													
INGRESOS	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL ANUAL
Precio	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	
Numero de asiste	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140	
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 8.400,00</b>	<b>\$ 8.400,00</b>	<b>\$ 8.400,00</b>	<b>\$ 8.400,00</b>	<b>\$ 8.400,00</b>	<b>\$ 8.400,00</b>	<b>\$ 8.400,00</b>	<b>\$ 8.400,00</b>	<b>\$ 8.400,00</b>	<b>\$ 8.400,00</b>	<b>\$ 8.400,00</b>	<b>\$ 8.400,00</b>	<b>\$ 100.800,00</b>
<b>EGRESOS</b>													
Costos Fijos													
Administrativos	\$ 5.700,00	\$ 5.831,25	\$ 5.700,00	\$ 7.020,00	\$ 5.700,00	\$ 5.700,00	\$ 5.700,00	\$ 5.700,00	\$ 5.700,00	\$ 5.700,00	\$ 5.700,00	\$ 5.700,00	\$ 8.850,00
Costos Variables	\$ 242,00	\$ 242,00	\$ 242,00	\$ 242,00	\$ 242,00	\$ 242,00	\$ 242,00	\$ 242,00	\$ 242,00	\$ 242,00	\$ 242,00	\$ 242,00	\$ 242,00
Otros Costos Fijo	\$ 2.099,20	\$ 2.099,20	\$ 2.099,20	\$ 2.099,20	\$ 2.099,20	\$ 2.099,20	\$ 2.099,20	\$ 2.099,20	\$ 2.099,20	\$ 2.099,20	\$ 2.099,20	\$ 2.099,20	\$ 2.099,20
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 8.041,20</b>	<b>\$ 8.172,45</b>	<b>\$ 8.041,20</b>	<b>\$ 9.361,20</b>	<b>\$ 8.041,20</b>	<b>\$ 8.041,20</b>	<b>\$ 8.041,20</b>	<b>\$ 8.041,20</b>	<b>\$ 8.041,20</b>	<b>\$ 8.041,20</b>	<b>\$ 8.041,20</b>	<b>\$ 11.191,20</b>	<b>\$ 101.095,65</b>
<b>SALDO MENSUAL</b>	<b>\$ 358,80</b>	<b>\$ 227,55</b>	<b>\$ 358,80</b>	<b>\$ (961,20)</b>	<b>\$ 358,80</b>	<b>\$ 358,80</b>	<b>\$ 358,80</b>	<b>\$ 358,80</b>	<b>\$ 358,80</b>	<b>\$ 358,80</b>	<b>\$ 358,80</b>	<b>\$ 358,80</b>	<b>-\$ 2.791,20</b>
<b>SALDO ACUMULADO</b>	<b>\$ 358,80</b>	<b>\$ 586,35</b>	<b>\$ 945,15</b>	<b>-\$ 16,05</b>	<b>\$ 342,75</b>	<b>\$ 701,55</b>	<b>\$ 1.060,35</b>	<b>\$ 1.419,15</b>	<b>\$ 1.777,95</b>	<b>\$ 2.136,75</b>	<b>\$ 2.495,55</b>	<b>-\$ 295,65</b>	

## Anexo 6

FLUJO CAJA PROYECTADO											
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>INGRESOS</b>											
VENTAS AL CONTADO		\$ 100.800,00	\$ 102.138,22	\$ 103.494,21	\$ 104.868,20	\$ 106.260,43	\$ 107.671,14	\$ 109.100,58	\$ 110.549,00	\$ 112.016,65	\$ 113.503,78
<b>TOTAL INGRESOS</b>		\$ 100.800,00	\$ 102.138,22	\$ 103.494,21	\$ 104.868,20	\$ 106.260,43	\$ 107.671,14	\$ 109.100,58	\$ 110.549,00	\$ 112.016,65	\$ 113.503,78
<b>EGRESOS</b>											
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 73.001,25	\$ 76.151,25	\$ 76.151,25	\$ 76.151,25	\$ 76.151,25	\$ 76.151,25	\$ 76.151,25	\$ 76.151,25	\$ 76.151,25	\$ 76.151,25
GASTOS DE PUBLICIDAD		\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00	\$ 15.300,00
OTROS GASTOS FIJOS		\$ 9.890,40	\$ 9.890,40	\$ 9.890,40	\$ 9.890,40	\$ 9.890,40	\$ 9.890,40	\$ 9.890,40	\$ 9.890,40	\$ 9.890,40	\$ 9.890,40
CTOS VARIABLES		\$ 2.904,00	\$ 2.904,00	\$ 2.904,00	\$ 2.904,00	\$ 2.904,00	\$ 2.904,00	\$ 2.904,00	\$ 2.904,00	\$ 2.904,00	\$ 2.904,00
GASTOS FINANCIEROS		\$ 229,25	\$ 160,99	\$ 84,87							
DEPRECIACION		\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83
<b>TOTAL EGRESOS</b>		\$ 102.146,74	\$ 105.228,47	\$ 105.152,35	\$ 105.067,48	\$ 105.067,48	\$ 105.067,48	\$ 105.067,48	\$ 105.067,48	\$ 105.067,48	\$ 105.067,48
UAI		\$ (1.346,74)	\$ (3.090,25)	\$ (1.658,15)	\$ (199,29)	\$ 1.192,94	\$ 2.603,66	\$ 4.033,10	\$ 5.481,52	\$ 6.949,17	\$ 8.436,30
PARTIC. DE TRABAJADORES (15%)		\$ (202,01)	\$ (463,54)	\$ (248,72)	\$ (29,89)	\$ 178,94	\$ 390,55	\$ 604,96	\$ 822,23	\$ 1.042,38	\$ 1.265,45
IMPUESTOS (25%)		\$ (286,18)	\$ (656,68)	\$ (352,36)	\$ (42,35)	\$ 253,50	\$ 553,28	\$ 857,03	\$ 1.164,82	\$ 1.476,70	\$ 1.792,71
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ (858,54)	\$ (1.970,03)	\$ (1.057,07)	\$ (127,05)	\$ 760,50	\$ 1.659,83	\$ 2.571,10	\$ 3.494,47	\$ 4.430,09	\$ 5.378,14
DEPRECIACION		\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83	\$ 821,83
AMORTIZACIÓN DE CAPITAL		\$ (593,62)	\$ (661,88)	\$ (738,00)							
COMPRA DE ACTIVOS FIJOS				\$ (530,00)			\$ (530,00)			\$ (530,00)	
INVERSION INICIAL	\$ (6.645,00)										
CAPITAL DE TRABAJO	\$ (16,05)										\$ 16,05
PRESTAMO	\$ 1.993,50										
VALOR DE DESECHO											\$ -
<b>FLUJO DE CAJA</b>	\$ (4.667,55)	\$ (630,33)	\$ (1.810,08)	\$ (1.503,23)	\$ 694,79	\$ 1.582,33	\$ 1.951,66	\$ 3.392,93	\$ 4.316,30	\$ 4.721,93	\$ 6.216,02
<b>TMAR</b>											13,48%
<b>TIR</b>											15%
<b>VAN</b>											\$ 756,50

Anexo 7



Plazo (años)	Tasa Efectiva
1 a 5	11,50%