

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS**

**Desarrollo
Centro**



**De Un
Integral De**

Programación Neurolingüística, En La Ciudad De Guayaquil.

Previa la obtención del Título de:

INGENIERÍA COMERCIAL Y EMPRESARIAL

Presentado por:

Cárdenas Zambrano Héctor Bolívar

Mejía Intriago Diana Katherine

Torres Reynoso Steffi Elisa

DIRECTOR

Ing. Ivonne Moreno Aguí, M.Sc.

Guayaquil-Ecuador

2010

DEDICATORIA

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a Dios, por ser quién ha estado a mi lado en todo momento dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día. A mis padres que son los que han velado por mi salud, educación, alimentación entre otros, son a ellos a quienes les debo todo, también agradezco a mis amigos y a todos los profesores que me han apoyado una y otra vez a lo largo de esta etapa universitaria que llega a su fin.

Héctor Cárdenas Zambrano

A mi mamá ya que con su esfuerzo y sacrificio, me dio la oportunidad de estar aquí y ser quien soy, apoyándome en cada paso de mi vida, confiando en mis capacidades y dándome aliento, a pesar de la distancia que nos separa siempre estuvo ahí y por ultimo pero no menos importante a mis hermanos que siempre apoyaron mis decisiones.

Diana Mejía Intriago

Esta tesis se la dedico a mi hija por ser quien me inspira a seguir esforzándome cada día, a mi madre por su infinito amor y por que sin su apoyo no hubiera alcanzado esta meta, a mi padre por estar a mi lado en cada logro y tropiezo de mi vida y por enseñarme con su infinita paciencia y amor a luchar por mis ideales, a mis amigas por su apoyo incondicional y a todas aquellas personas que de alguna manera han contribuido para permitirme llegar a culminar esta etapa de mi vida.

Steffi Torres Reynoso

AGRADECIMIENTO

Son muchas las personas que debería nombrar en estas líneas, pero lo haré de manera general, ya que son ellos los que me han apoyado, tanto a lo largo del desarrollo de esta Tesis como a lo largo de mi vida.

A Dios, a mis padres, a mi familia, a mis amigos y a mis maestros. ¡Gracias por estar siempre a mi lado!

Para el logro del triunfo siempre ha sido indispensable pasar por la senda de los sacrificios.
Simón Bolívar

Héctor Cárdenas Zambrano

Agradezco a Dios por permitirme llegar hasta aquí con bien, a mis profesores ya que ellos me brindaron su conocimiento y sabiduría con dedicación para ser una buena profesional, a mi mamá que me apoyo incondicionalmente sin dudar de mí, que me dio los recursos para alcanzar esta meta sin esperar nada a cambio.

Diana Mejía Intriago

A Dios por estar siempre junto a mí y llenarme de valor, fuerza y bendiciones, a mis padres por su apoyo incondicional, por la fe que siempre tuvieron en mí incluso cuando parecía q todo se desmoronaba, a mi familia y amigos por sus consejos y por siempre motivarme a seguir y luchar por mis objetivos y metas y finalmente a mi hija por haberme enseñado el verdadero significado de la vida y del amor.

Steffi Torres Reynoso

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Patricia Valdiviezo Valenzuela, M.Sc.
Presidente Tribunal

Ing. Ivonne Moreno Aguí, M.Sc.
Director del Proyecto

DECLARACIÓN EXPRESA

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

Héctor Bolívar Cárdenas Zambrano

Diana Katherine Mejía Intriago

Steffi Elisa Torres Reynoso

ÍNDICE GENERAL

Dedicatoria.....	I
Agradecimiento.....	II
Tribunal de Graduación.....	III
Declaración Expresa.....	IV
Índice General.....	V
Índice de Tablas.....	VII
Índice de Gráficos.....	IX
Capítulo 1: Introducción	
1.1 Resumen del Proyecto.....	11
1.1.1. Idea del Negocio.....	11
1.1.2. Mercado objetivo.....	12
1.1.3. El Servicio.....	14
1.1.4. La Empresa.....	16
1.2 Reseña Histórica.....	17
1.3 Problemas y Oportunidades.....	20
1.4 Características del Servicio.....	22
1.4.1 Descripción de la empresa y del Servicio.....	22
1.4.2 Análisis Global del Sector.....	23
1.4.3 Análisis del Servicio.....	24
1.5 Alcance.....	26
1.6 Objetivos Generales y Específicos.....	26
1.6.1 Objetivos Generales.....	26
1.6.2 Objetivos Específicos.....	26
Capítulo 2: Estudio Organizacional, Estudio de Mercado y Estudio Técnico	
2.1. Estudio Organizacional.....	28
2.1.1. Misión.....	28
2.1.2. Visión.....	28
2.1.3. Logo, slogan y Colores.....	29
2.1.3. Organigrama.....	30
2.1.4. FODA del Proyecto.....	35
2.2. Estudio del Mercado.....	38
2.2.1. Investigación de Mercado y Análisis.....	38
2.2.2. Objetivos de la Encuesta.....	38
2.2.3. Mercado Objetivo.....	39
2.2.4. Tamaño de la Muestra.....	40
2.2.5. Encuesta, Tabulación y Análisis de Resultados.....	41
2.2.6. Matriz BCG.....	60
2.2.7. Matriz de Implicación.....	62
2.2.8. Fuerzas de Porter.....	63
2.2.9. Marketing Mix.....	67
2.2.10. Marketing Estratégico.....	71
2.2.11. Estrategia de Venta.....	71

2.2.11.1 Tácticas de Venta.....	72
2.3. Estudio Técnico.....	73
2.3.1. Localización.....	73
2.3.2. Operación del Negocio.....	74
2.3.3. Proceso del Servicio.....	78
2.3.4. Diseño del Local.....	84
2.3.5. Riesgos.....	90
2.3.6. Planes de Contingencia.....	91
2.3.7. Análisis Legal y Social.....	92
2.3.8. Análisis Ambiental y Social.....	93
Capítulo 3: Estudio Financiero	
3.1. Presupuesto e Inversiones.....	94
3.1.1. Inversión en Activos Fijos.....	94
3.1.2. Inversión en Capital de Trabajo.....	98
3.2. Fuentes de Financiamiento y necesidades de Capital.....	100
3.2.1. Amortización de la Deuda Bancaria.....	101
3.3. Ingresos Estimados Totales.....	102
3.4. Costos Estimados Totales.....	104
3.5. Gastos de Personal y Administrativos Totales.....	106
3.6. Análisis de Costos.....	108
3.7. Análisis de Valores Personales.....	110
3.8. Estados de Resultados Proyecto Anual.....	111
3.9. Cálculo de la Tasa de Descuento (TMAR).....	113
3.10. Cálculo de la Tasa del Inversionista.....	114
3.11. Valor de Desecho.....	115
3.12. Flujo de Caja del Inversionista.....	116
3.12.1. VAN y TIR.....	116
3.13. Flujo de Caja del Proyecto.....	117
3.13.1. VAN y TIR.....	117
3.14. Período de Recuperación (PAYBACK).....	118
3.15. Razones Financieras.....	119
3.15.1. Tasa de Retorno de una Inversión.....	119
3.15.2. Índice de Rentabilidad de una Inversión.....	120
3.16. Análisis de Sensibilidad.....	121
3.16.1. Objetivos del Modelo.....	122
3.16.2. Variación de los Ingresos.....	123
3.16.3. Variación de los Costos.....	124
3.17. Precio Mínimo.....	126
Conclusiones	127
Recomendaciones	128
Bibliografía	129
Glosario	130
Anexos	133

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Encuesta, Tabulación y Análisis de resultados (edad).....	41
Tabla 2: Encuesta, Tabulación y Análisis de resultados (sexo).....	42
Tabla 3: Encuesta, Tabulación y Análisis de resultados (¿en qué sector vives?).....	43
Tabla 4: ¿En qué universidad estudias?.....	44
Tabla 5: ¿Cuál es tu promedio de rendimiento académico?.....	45
Tabla 6: ¿Qué tan importante consideras que sería para ti implementar técnicas de estudio para mejorar tu nivel intelectual y de aprendizaje?.....	46
Tabla 7: Si supieras que existe una técnica que puede mejorar tu nivel intelectual y de aprendizaje ¿te gustaría conocerla y saber más sobre ella?.....	47
Tabla 8: ¿Te gustaría saber sobre MIND POWER aunque esto requiera un mínimo de esfuerzo y tiempo de su parte?.....	48
Tabla 9: Considera usted que la Programación Neurolingüística es.....	49
Tabla 10: Al ser esta una buena técnica para desarrollar el proceso de enseñanza, conducta, nivel intelectual ¿te gustaría conocer más sobre ella?.....	50
Tabla 11: Si supiera que existe un centro integral donde pueden brindarte información acerca de la PNL ¿lo visitarías?	51
Tabla 12: ¿Cuántas horas semanales le dedicarías a los cursos que te ofrece el centro de PNL?	52
Tabla 13:¿Que horario preferirías frecuentar?	53
Tabla 14: ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por los cursos que te ofrece el centro de PNL?.....	54
Tabla 15: Tabla de contingencia (primera asociación).....	56
Tabla 16: Tabla de contingencia (segunda asociación)	57
Tabla 17: Tabla de contingencia (tercera asociación).....	58
Tabla 18: Tabla de contingencia (cuarta asociación)	59
Tabla 19: Matriz Boston consulting group bcg	61
Tabla 20: Matriz Implicación.....	62
Tabla 21: Detalle de gastos de promoción y publicidad.....	69
Tabla 22: Matriz Localización.....	73
Tabla 23: Detalle de Activos en aulas.....	88

Tabla 24: Detalle de Activos en recepción e información.....	88
Tabla 25: Detalle de Activos en departamentos y oficinas	89
Tabla 26: Detalle de Activos en equipos electrónicos especiales.....	89
Tabla 27: Plan de Inversión.....	95
Tabla 28: Inversión en Activos en aulas.....	95
Tabla 29: Inversión de Activos en recepción e información.....	96
Tabla 30: Inversión de Activos en departamentos y oficinas.....	96
Tabla 31: Inversión de Activos en equipos electrónicos especiales.....	97
Tabla 32: Detalle de Depreciación y Amortización de activos.....	97
Tabla 33: Capital de Trabajo.....	99
Tabla 34: Estado de Situación Financiera.....	100
Tabla 35: Aportación de los socios.....	101
Tabla 36: Amortización de la deuda.....	101
Tabla 37: Población.....	102
Tabla 38: Estimación número de participantes mensuales.....	103
Tabla 39: Estimación ingresos mensuales.....	104
Tabla 40: Estimación horas y costos profesores.....	105
Tabla 41: Gasto en material de apoyo.....	105
Tabla 42: Gasto materiales profesor por curso.....	105
Tabla 43: Detalle gastos generales mensuales.....	106
Tabla 44: Detalle gastos en sueldos.....	107
Tabla 45: Detalle de gastos de beneficios sociales mensuales.....	107
Tabla 46-A: Detalle de gastos fijos anuales (1er año).....	108
Tabla 46-B: Detalle de gastos fijos anuales (2do-5to año)	108
Tabla 47: Costo variable por alumno.....	109
Tabla 48: Punto de equilibrio (número de alumnos).....	109
Tabla 49: Estado de perdida y ganancias proyectados.....	112

Tabla 50: Calculo de la TMAR.....	113
Tabla 51: Formula Ko (Inversionista).....	115
Tabla 52: Valor de desecho del Inversionista y del proyecto.....	115
Tabla 53: Flujo de Caja del Inversionista.....	116
Tabla 54: VAN Y TIR (Flujo de Caja del Inversionista)	116
Tabla 55: Flujo de Caja del Proyecto.....	117
Tabla 56: VAN Y TIR (Flujo de Caja del Proyecto)	117
Tabla 57: Payback.....	118
Tabla 58: Cálculo de Ratios Financieros	119
Tabla 59: Cálculo de la tasa de retorno.....	120
Tabla 60: Cálculo del índice de rentabilidad.....	121
Tabla 61: Análisis de sensibilidad respecto a ingresos	123
Tabla 62: Análisis de sensibilidad respecto a costos.	124
Tabla 63: Precio mínimo.....	126

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Logo.....	29
Gráfico 2: Organigrama.....	30
Gráfico 3: Encuesta, Tabulación y Análisis de resultados (edad).....	41
Gráfico 4: Encuesta, Tabulación y Análisis de resultados (sexo).....	42
Gráfico 5: Encuesta, Tabulación y Análisis de resultados (¿en qué sector vives?)	43
Gráfico 6: ¿En qué universidad estudias?.....	44
Gráfico 7: ¿Cuál es tu promedio de rendimiento académico?.....	45
Gráfico 8: ¿Qué tan importante consideras que sería para ti implementar técnicas de estudio para mejorar tu nivel intelectual y de aprendizaje?.....	46
Gráfico 9: Si supieras que existe una técnica que puede mejorar tu nivel intelectual y de aprendizaje ¿te gustaría conocerla y saber más sobre ella?.....	47

Gráfico 10: ¿Te gustaría saber sobre MIND POWER aunque esto requiera un mínimo de esfuerzo y tiempo de su parte?.....	48
Gráfico 11: Considera usted que la Programación Neurolingüística es.....	49
Gráfico 12: Al ser esta una buena técnica para desarrollar el proceso de enseñanza, conducta, nivel intelectual ¿te gustaría conocer más sobre ella?.....	50
Gráfico 13: Si supiera que existe un centro integral donde pueden brindarte información acerca de la PNL ¿lo visitarías?	51
Gráfico 14: ¿Cuántas horas semanales le dedicarías a los cursos que te ofrece el centro de PNL?	52
Gráfico 15:¿Que horario preferirías frecuentar?	53
Gráfico 16: ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por los cursos que te ofrece el centro de PNL?.....	54
Gráfico 17: Fuerza de Porter.....	63
Gráfico 18: Edificio de Mind Power.....	70
Gráfico 19: Planta baja.....	85
Gráfico 20: Planta alta.....	86
Gráfico 21: Aula de clases.....	86
Gráfico 22: Punto de equilibrio.....	110
Gráfico 23: Variación ingresos vs VAN	123
Gráfico 24: Variación ingresos vs TIR.....	124
Gráfico 25: Variación costos vs VAN	125
Gráfico 26: Variación costos vs TIR.....	125
Gráfico 27: VAN VS PRECIO.....	126
Gráfico 28: Equipo electrónico PR-2X.....	139
Gráfico 29: Proteus Mind Machine.....	139

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 RESUMEN DEL PROYECTO

1.1.1 La idea de negocio

Nuestra idea de negocio se basa en satisfacer varias necesidades en el área educativa, es decir brindar un servicio de cursos de aplicación de técnicas de programación neurolingüística a los estudiantes Universitarios de Guayaquil, ya que en la actualidad dichos estudiantes no cuentan con un Centro Integral especializado que les transmita los beneficios y las influencias que tienen las técnicas neurolingüísticas en el desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje y desarrollo intelectual.

Nuestro idea no solo busca crear un centro que dicte cursos a estudiantes, con este proyecto buscamos crear un Centro Integral de Programación Neurolingüísticas en el cual podamos aplicar correctamente a los estudiantes todas las técnicas necesarias de la P.N.L. y de esta manera demostrar que este es un programa de aprendizaje encaminado hacia la excelencia personal y profesional que proporciona a las personas las

herramientas adecuadas y les permite obtener una mayor efectividad en su desarrollo.

El principal punto de este proyecto es, mediante la aplicación de diversas técnicas de P.N.L. a los estudiantes, mejorar o modificar sus hábitos de estudio, elevar el nivel de desarrollo intelectual, conductual y cognitivo, logrando así un mejor rendimiento y aprovechamiento en sus entidades educativas.

Nuestro centro es algo innovador ante las alternativas que ofrece el mercado, ya que la competencia no es directa puesto que en nuestro país quienes tienen conocimiento de la P.N.L. no la aplican ni la transmiten de la manera en la que nuestro centro lo ha programado. Aparte contamos con un personal altamente capacitado aplicará de manera metódica las principales técnicas (metáforas, mapas mentales, relajación creativa, anclaje, etc.) integrándolas en un proceso global que ayude a cambiar estrategias, agudizar la capacidad de percepción, generando así estados de sincronización entre pensamientos, sentimientos de acción que a la vez generan conocimiento, experimentación y resultados.

1.1.2 El mercado objetivo

Nuestro mercado objetivo son los estudiantes universitarios de la ciudad de Guayaquil. En la actualidad tanto las plazas de trabajo como la posibilidad de iniciar un negocio han disminuido notablemente y las pocas oportunidades laborales existentes requieren de profesionales capacitados con altos conocimientos y un nivel intelectual superior.

Uno de los principales problemas con los que se enfrentan los recién graduados en sus lugares de trabajo es que al desenvolverse en sus puestos asignados no cuentan con los conocimientos necesarios o suficientes para poder desempeñarse correctamente y en la mayoría de las ocasiones no es debido a las Universidades de donde provengan sino de ellos mismos, debido a su baja capacidad de retención de los conocimientos adquiridos en sus distintas materias y clases ya que se distraían o simplemente estudiaban para el momento del examen.

Existen varios factores que afectan la concentración y alteran la captación de conocimientos en los estudiantes, estos pueden ser de diversos tipos:

- Factores psicológicos
- Factores internos
- Factores externos
- Factores sociales

En nuestro proyecto nos hemos enfocado en los estudiantes universitarios con la finalidad o el objetivo de modificar la influencia que ejercen esos factores en el proceso de aprendizaje y concentración, para que de esta manera tengan un mejor desempeño y rendimiento tanto en las Universidades como en sus futuros trabajos como profesionales de éxito.

1.1.3 El Servicio

El servicio que ofrecemos cuenta con un enfoque específico que son los estudiantes universitarios de Guayaquil, también cuenta con una metodología especializada en el método científico y finalmente con una comercialización profesional en el área educativa.

Nuestra empresa se basa en un Centro Integral de Programación Neurolingüística especializado en la aplicación de las principales técnicas neurolingüísticas como lo son las metáforas, el anclaje, el reencuadre, el rapport-acompasar, mediante la utilización de la comunicación, los sentidos y el cerebro para generar un cambio con resultados personales y en el nivel intelectual.

En cuanto a la metodología que emplearemos para llevar a cabo este proyecto será el método científico, que es un proceso dinámico y de investigación que tiene su base en la observación y en la experimentación controlada. Los estudiantes deberán usar tres instrumentos para la aplicación de las técnicas: la percepción, la intuición y la lógica, de esta manera los estudiantes podrán modificar sus hábitos de estudio encaminándose así al éxito.

El estudiante seguirá el programa preestablecido por el Centro Integral, que consiste en la aplicación de las técnicas neurolingüísticas, estas serán aplicadas una por día con duración de una hora cada clase, el curso tendrá un lapso de un mes y las clases serán tres días a la semana. El programa será desarrollado de manera práctica, se realizarán talleres para controlar el

avance de la aplicación de las técnicas y los resultados, se emplearán estrategias de aplicación directa a través de ejemplos para generar una idea clara de la aplicación.

Al iniciar los cursos se hará la entrega del material didáctico respectivo (audio visual) a los estudiantes. Para brindar un servicio completo y altamente especializado nuestro centro contará con un equipo electrónico profesional PR2X o el ALPHA STIM que será empleado en casos de problemas cognitivos y/o conductuales severos.

El proceso será reforzado semanalmente ya que los resultados de la aplicación de técnicas se los obtiene en la constante repetición de las mismas, pero basadas en distintos ejemplos o metáforas, de esta manera al finalizar el curso los asesores cerrarán con charlas motivadoras y talleres que los incentiven a seguir mejorando constantemente.

Para la apropiada comercialización del centro vamos a contar con una fuerza laboral promotora que se encargará de ir en busca del cliente, es decir visitarán las diferentes universidades dando a conocer el Centro y los beneficios que este les ofrece para de esta manera incentivarlos y darles a conocer los cursos que ofrecemos con sus respectivos horarios disponibles, el proceso de inscripción y la duración del mismo evitándole así al cliente la pérdida de tiempo en búsqueda de información acerca del centro de P.N.L.

Por último, buscaremos que en nuestro centro no solo prime el servicio que brindaremos sino cada uno de los aspectos internos para el buen funcionamiento del mismo, es decir contaremos con estrategias de servicio

para facilitar la inscripción de los estudiantes al curso, el proceso y formas de pago, el control de asistencia, el material didáctico, la limpieza, la infraestructura, el orden, la distribución interna, entre otros.

La distribución de la infraestructura propuesta contará con 4 aulas debidamente acondicionadas para la aplicación de las técnicas neurolingüísticas de acuerdo al programa establecido por el centro, estas tendrán un cupo máximo de 20 estudiantes por curso, contará también con departamentos especializados en casos y problemas severos, donde la aplicación de las técnicas se aplicarán de otra manera de acuerdo al caso y con los materiales apropiados a los mismos.

1.1.4 La empresa

Formaremos una empresa de sociedad anónima, la cual está constituida en partes iguales por la aportación de los accionistas. El nombre y el logo de nuestro centro integral lo hemos escogido de tal forma que reflejen nuestro objetivo de servicio y filosofía para de esta manera proyectar una imagen clara de lo que ofrecemos, es decir mejorar el nivel intelectual de los estudiantes universitarios.

Nuestra empresa contará con una estructura organizacional muy sencilla. La principal participación la tendrán los accionistas, este se reunirá cada 30 días para tomar todas las decisiones necesarias y oportunas para el mejoramiento del negocio.

1.2 RESEÑA HISTÓRICA: MUNDIAL, REGIONAL Y LOCAL

La Programación Neurolingüística tiene sus orígenes en la década de los 70, en la Universidad de California, en Santa Cruz, EEUU, donde Richard Bandler (matemático, psicólogo gestáltico y experto en informática) y John Grinder (lingüista), estudiaron los patrones de conducta de los seres humanos para desarrollar modelos y técnicas que pudieran explicar la magia y la ilusión del comportamiento y la comunicación humana. El origen de sus investigaciones fue la curiosidad por entender como a través de la comunicación y del lenguaje se producían cambios en el comportamiento de las personas.

Bandler y Grinder, logran englobar tres aspectos con respecto al término de la Programación Neuro-Lingüística: Programación: se refiere al proceso de organizar los elementos de un sistema (representaciones sensoriales), para lograr resultados específicos:

1. Neuro: (del griego "neurón", que quiere decir nervio), representa el principio básico de que toda conducta es el resultado de los procesos neurológicos.
2. Lingüística: (del latín "Lengua", que quiere decir lenguaje), indica que los procesos nerviosos están representados y organizados secuencialmente en modelos y estrategias mediante el sistema del lenguaje y comunicación.

La PNL originalmente fue concebida para los procesos terapéuticos, los resultados que se sucedieron en forma extraordinaria lograron que su utilización trascendiera esa frontera. Médicos, psicólogos, educadores, profesionales de distintas áreas y empresas de gran envergadura, aplican

actualmente la PNL, tanto para el desarrollo individual como para la optimización de cada grupo humano.

La PNL parte de los fundamentos de la teoría constructivista, la cual define la realidad como una invención y no como un descubrimiento. Es un constructo psíquico de Grinder y Bandler basados en el hecho de que el ser humano no opera directamente sobre el mundo real en que vive, sino que lo hace a través de mapas, representaciones, modelos a partir de los cuales genera y guía su conducta.

Estas representaciones que además determinan el cómo se percibirá el mundo y que elecciones se percibirán como disponibles en él, difieren necesariamente a la realidad a la cual representan. Esto es debido a que el ser humano al transmitir su representación del mundo tiene ciertas limitaciones, las cuales se derivan de las condiciones neurológicas del individuo, de la situación social en que vive y de sus características personales.

La Programación Neurolingüística es un conjunto de técnicas aplicadas principalmente en países desarrollados, ya que estos tienen un nivel de autoeducación mucho mayor que los países latinoamericanos, actualmente en los países de habla hispana la Programación Neurolingüística está siendo objeto de diversas interrogantes e incluso existen empresas que se están lucrando con el mal uso y la mala aplicación de dichas técnicas.

En nuestro país existen pocas empresas que cuentan con los conocimientos reales acerca de estas técnicas, incluso debido a la mínima información y preparación que se posee en nuestra sociedad, hay empresas que prestan un mal servicio del mismo, generando una errónea definición de lo que verdaderamente es la PNL.

Este proyecto va dirigido a todos aquellos que tengan ganas de superarse y evaluar su nivel intelectual y de responsabilidad en sus estudios y ámbito personal. Y a su vez determinar las estrategias metodológicas a aplicarse en el desarrollo neurolingüística para el mejoramiento de las capacidades cognitivas, actitudinales y procedimentales de los estudiantes universitarios de todas las universidades de la ciudad de Guayaquil.

El contenido de nuestra propuesta no tiene las mismas condiciones que otros cursos, ya contamos con métodos prácticos e innovadores para que así el estudiante mejore su capacidad de aprendizaje y aumente su nivel intelectual.

Otros profesionales que utilizan las técnicas de Programación Neurolingüística son los psicólogos quienes la aplican a sus pacientes por lo general con problemas mentales, de alcoholismo, drogadicción, etc., es decir encaminan la P.N.L. a otras áreas personales, y de la misma manera son pocos los profesionales que tienen conocimientos acerca de estas técnicas.

1.3 PROBLEMA Y OPORTUNIDADES

En la actualidad tanto las plazas de trabajo como la posibilidad de iniciar un negocio han disminuido notablemente y las pocas oportunidades laborales existentes requieren de profesionales capacitados con altos conocimientos y un nivel intelectual superior.

Uno de los principales problemas con los que se enfrentan los recién graduados en sus lugares de trabajo es que al desenvolverse en sus puestos asignados no cuentan con los conocimientos necesarios o suficientes para poder desempeñarse correctamente y en la mayoría de las ocasiones no es debido a las Universidades de donde provengan sino de ellos mismos, de su baja capacidad de retención de los conocimientos adquiridos en sus distintas materias y clases ya que se distraían o simplemente estudiaban para el momento del examen.

Existen varios factores que afectan la concentración y alteran la captación de conocimientos en los estudiantes, estos pueden ser de diversos tipos:

- Factores psicológicos
- Factores internos
- Factores externos
- Factores sociales

En nuestro proyecto nos hemos enfocado en los estudiantes universitarios con la finalidad o el objetivo de modificar la influencia que ejercen esos factores en el proceso de aprendizaje y concentración, para

que de esta manera tengan un mejor desempeño y rendimiento tanto en las Universidades como en sus futuros trabajos como profesionales de éxito.

Por esto, consideramos nuestro proyecto de trascendental importancia, ya que las técnicas propuestas tienden a:

- Mejorar la predisposición del alumno hacia el estudio.
- Mejorar su conducta.
- Desarrollar alumnos y personas con conocimientos y valores.

Actualmente los estudiantes universitarios no cuentan con un Centro Integral especializado que les transmita los beneficios y las influencias que tienen las técnicas neurolingüísticas en el desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje y desarrollo intelectual, y esto en gran parte se debe a la falta de información y conocimiento acerca de los beneficios y definición de la Programación Neurolingüística en nuestro país.

Por esto nuestra idea de negocio se basa en satisfacer varias necesidades en el área educativa, es decir brindar un servicio de cursos de aplicación de técnicas de programación neurolingüística a los estudiantes Universitarios de Guayaquil, con esto buscamos crear un centro que dicte cursos a estudiantes, en el cual podamos aplicar correctamente a los estudiantes todas las técnicas necesarias de la P.N.L. y de esta manera demostrar que este es un programa de aprendizaje encaminado hacia la excelencia personal y profesional que proporciona a las personas las herramientas adecuadas y les permite obtener una mayor efectividad en su desarrollo.

Cabe recalcar que la PNL ha tenido excelentes resultados en otras áreas (empresarial, publicitaria, comercial, etc.), pero recientemente se la está empezando a aplicar a la educación en nuestro país.

1.4 CARACTERÍSTICA DEL SERVICIO

1.4.1 Descripción de la empresa y el servicio

Nuestra empresa brinda Cursos de aplicación de técnicas de Programación Neurolingüística a los estudiantes Universitarios siendo el principal objetivo de la PNL, la auto-programación, a través de la cual aprendemos a establecer metas operando nuestro pensamiento de manera eficiente para generar conductas de responsabilidad y tomar las riendas de nuestra propia vida, es decir aprender a modelar a las personas autónomas y exitosas, estableciendo nuevas alternativas para lograr un triunfo. Auto-programarse es tomar el timón de nuestra existencia para realizar en nosotros lo que queremos.

Este proyecto va dirigido a todos aquellos que tengan ganas de superarse y evaluar su nivel intelectual y de responsabilidad en sus estudios y ámbito personal. Y a su vez determinar las estrategias metodológicas a aplicarse en el desarrollo neurolingüística para el mejoramiento de las capacidades cognitivas, actitudinales y procedimentales de los estudiantes universitarios de todas las universidades de la ciudad de Guayaquil, como las siguientes: ESTATAL, ESPOL, UCSG, UEES, LAICA VICENTE ROCAFUERTE, etc.

Una de las principales ventajas que podemos ofrecer es darle un buen servicio donde vamos a desarrollar los cursos de programación neurolingüística, ya que el instructor le indica por medio de talleres a el estudiante en los cursos, los problemas que van a tratar para poder vivir los conocimientos que nos indique cada sesión, y resolver el problema.

Se abrirán horarios por la mañana, tarde y noche los cuales tendrán una duración de 12 horas laborables, durante un mes. De esta manera nuestros clientes potenciales tendrán mayor flexibilidad para asistir a la capacitación en horarios que se ajustan a sus necesidades.

1.4.2 Análisis global del sector

El sector empresarial de los cursos de aplicación de técnicas de programación neurolingüística, se ha desarrollado principalmente a los universitarios ya que este programa les induce una mejor enseñanza-aprendizaje, aumentar la confianza personal, mejora la comunicación, mejora su salud mental, aumenta su creatividad, haciéndolos crecer para obtener un mejor cambio en sus vidas.

El mercado potencial para la aplicación de las técnicas de PNL es muy significativo. El modelo de comunicación de la PNL, se empleará junto con otros procesos para influir, persuadir, acompasar el modelo del mundo de otra persona, usar el lenguaje que engrana en sus Meta-objetivos.

Otro punto importante es el hecho de que la capacitación tendrá un valor representativo para los clientes, lo que lo convierte en una alternativa

más tentadora en el momento de tomar la decisión. Finalmente el hecho de que exista gran falta de información sobre el tema hace que el cliente no identifique los mayores beneficios en recibir nuestros cursos.

1.4.3 Análisis del Servicio.

El análisis de nuestro proyecto de la PNL está basado en la aplicación correcta de las técnicas para los estudiantes universitarios, estas técnicas son: Las metáforas, el rapport acompañar, el anclaje, el reencuadre, los mapas mentales, la relajación creativa y la terapia holística virtual. Para ello las describimos una a una con sus respectivos objetivos, fundamentos, actividades, evaluaciones, recursos y ejemplos en el programa del curso presente en el análisis técnico.

Concluimos que nuestro proyecto de la PNL es de vital importancia en el proceso enseñanza-aprendizaje ya que es una herramienta eficaz y sencilla que permite cambios significativos y sus resultados son importantes porque la PNL permite resolver algunas limitaciones, como fobias, miedos y situaciones similares que suelen presentarse hacia sus estudios o exámenes académicos en pocas sesiones del curso.

La principal ventaja de nuestro curso de aplicación de técnicas de la programación neurolingüística son las que se indican a continuación:

- Las relaciones y los vínculos entre los conceptos claves, pueden ser reconocidos en forma inmediata.

- Por su estructura flexible, permite añadir con facilidad nuevas informaciones.
- Es placentero y divertido cuando se está elaborando, su diseño es único.
- Se puede utilizar con temas fáciles y agradables, por ejemplo: como con historias y ejemplos.
- Es un modelo de comunicación, modelo de comportamiento, que busca describir y sistematizar unos cuantos aspectos sutiles se la comunicación y que en alguna forma contribuyan y produzcan los resultado requerido.

Tenemos otras ventajas de nuestro servicio del modelo de programación neurolingüística:

- Es un modelo de comportamiento, comunicación y mejoramiento de vida.
- El cliente invierte poco tiempo y dinero.
- El curso tiene una duración de 12 horas, con el cálculo del transcurso de un mes que sería tres veces a la semana, es decir tres horas semanales.

La confianza que se cree entre el instructor y el alumno es precisamente la fortaleza del centro de capacitación. Ser reconocido como un lugar donde el cliente encuentra capacitación entendible y que sea fácil de llevar a la práctica, es lo que buscamos junto con un posicionamiento del mercado. Esta compatibilidad entre el programa impartido y el cliente-alumno es precisamente la principal fortaleza del Centro. Ser reconocido como un lugar donde el estudiante encuentra beneficios invaluable.

1.5 ALCANCE

Ser líderes y pioneros en la aplicación de las técnicas de Programación Neurolingüística en los estudiantes Universitarios de la ciudad de Guayaquil inicialmente, aunque no descartamos conseguir, en un período de 10 años tener sedes a nivel nacional y poder abarcar no solo el sector universitario sino todos los niveles educativos.

Consideramos que nuestras expectativas son viables ya que contamos con un programa completo y fácilmente aplicable en un lapso de 12 días que es el tiempo estimado de duración del curso.

1.6 OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

1.6.1 Objetivos Generales:

- Dar a conocer los beneficios de la Programación Neurolingüística mediante técnicas que ofrecen un amplio rango de vías para la comunicación intra e interpersonal con el propósito de influir de manera exitosa en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la Educación, y que tenga gran aceptación por parte del mercado.

1.6.2 Objetivos específicos:

- Aplicar métodos prácticos de programación neurolingüística de manera que capten la atención del mercado.

- Convencer al mercado objetivo de los beneficios que le da el PNL en su vida profesional y personal.
- Ayudar a los clientes a alcanzar sus metas tanto profesionales como personales.
- Incentivar al mercado objetivo a modificar o mejorar sus hábitos de vida.
- Corregir los factores psicológicos, sociales, tanto internos como externos que alteran la concentración.

CAPITULO II

ESTUDIO ORGANIZACIONAL, ESTUDIO DE MERCADO Y ESTUDIO TÉCNICO

2.1. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

2.1.1 MISIÓN

Nuestra misión es enseñar y entrenar a las personas mentalmente para que desarrollen sus capacidades y habilidades de liderazgo, innovación, aprendizaje, creatividad, comunicación, en cualquier situación de su vida y así alcancen el éxito personal y profesional.

2.1.2 VISIÓN

Ser el líder del mercado ecuatoriano en Programación Neurolingüística, con cimientos sólidos reconocidos a nivel internacional por su excelencia en la aplicación de la metodología.

2.1.3 LOGO, SLOGAN, COLORES

El logo es el elemento gráfico que identifica nuestra empresa en las que constan las letras “M” y “P”, que representan MIND POWER. Los colores que hemos escogido para el logotipo son azul, celeste (que representan confianza) y blanco (que representa estabilidad absoluta), es decir necesitamos la confianza de los posibles clientes potenciales y que ellos sientan que reciben un servicio continuamente estable.

Por último el logo “El poder el conocimiento, está solo en ti”, queremos darles a notar a los clientes que de ellos depende el éxito, que tienen mucha capacidad pero no saben explotarla y que a través de técnicas y estrategias de aprendizaje, motivación, etc, les enseñaremos que si pueden lograrlo.



Gráfico 1: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

2.1.4 ORGANIGRAMA

Organigrama de Mind Power

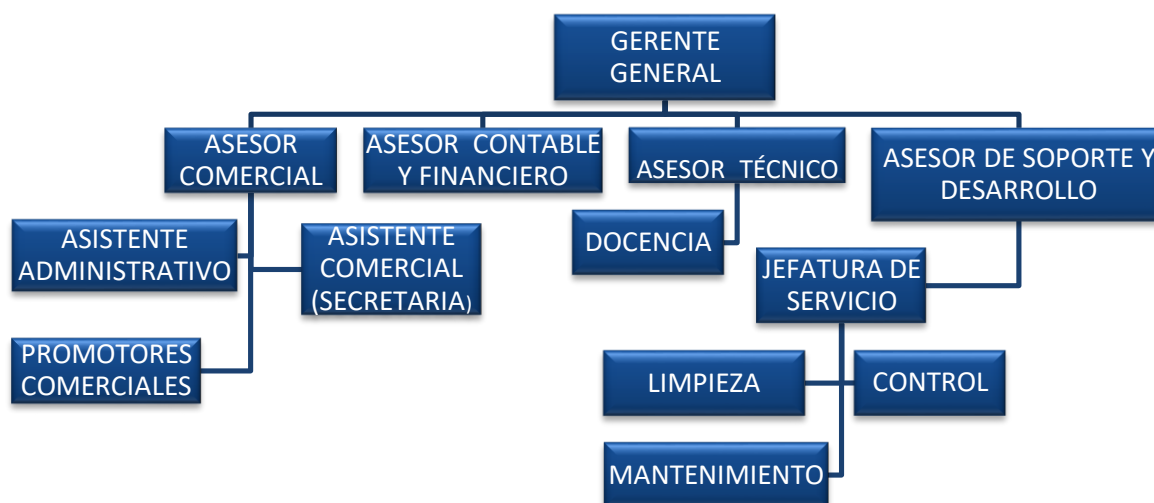


Gráfico 2: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

- **Perfil del equipo Ejecutivo**

Gerente General: Será el encargado de controlar la empresa siendo el principal funcionario. Su perfil debe ser administrativo-comercial, con título profesional en carreras afines, experiencia mínima de dos años en cargos parecidos y edad mínima de 28 años.

Asesor Comercial: Debe tener título profesional en carreras relacionadas a venta, promoción y atención al cliente, experiencia mínima de dos años en venta de servicios de tal forma que atraiga a los potenciales clientes, edad mínima de 23 años.

Asistente Administrativo: Este podrá ser bachiller en ciencias contables o estudiante universitario en carreras afines, deberá tener altos conocimientos en sistemas computacionales o dominio de utilitarios, buen trato a los clientes, ser responsable, respetuoso y organizado, edad mínima de 18 años.

Asistente Comercial: Podrá ser una estudiante universitaria en carreras afines a ventas, mercadeo o relacionada con estrategia de promociones, deberá tener experiencia mínima de un año como secretaria de ventas o servicio/atención al cliente, responsable y muy paciente ya que atenderá a los clientes que visiten el centro, contestará llamadas telefónicas, deberá dar información, habilidad para cerrar ventas y buena predisposición, edad mínima 20 años.

Asesor Contable y financiero: Se escogerán personas con título profesional en Ingeniería comercial con especialización en finanzas o carreras afines, experiencia en cargos similares mínima de 3 años y con buenas referencias, edad mínima de 30 años. Deberá ser responsable y sobre todo honesto ya que se encargará del manejo del efectivo y estará en constante manipulación de la caja y deberá rendir cuentas del estado financiero de la empresa.

Asesor Técnico: Deberá tener título profesional de preferencia en ciencias de la educación o psicología, experiencia mínima de 3 años como supervisor en el área educativa, profesor o algún cargo de esta índole en alguna entidad educativa. Deberá ser paciente, respetuoso y responsable, edad mínima de 30 años.

- ***Principales responsabilidades de empleados claves***

El Gerente General: Entre sus funciones están:

- Ejercer la representación legal de la empresa.
- Preparar y proponer el presupuesto anual.
- Dirigir el área comercial lo que incluye el manejo de los asesores comerciales, proponer la promoción de los cursos, manejo de planificación de estrategias de promoción, entre otros.
- Contratar a los profesores, equipo comercial y administrativo.
- Tomar las decisiones correspondientes a logística, infraestructura y cualquier otro tema relacionado a la operación del negocio.

El Asesor Comercial: Entre sus principales funciones están:

- Preparar las estrategias de promoción de los cursos.
- Realizar la distribución de las zonas para la promoción a los promotores comerciales.
- Supervisar el cumplimiento de la promoción según las zonas asignadas a los promotores.
- Preparar informe sobre los resultados y análisis de resultados de las promociones.
- Implementación de promoción en medios.

El Asistente Administrativo: Entre sus funciones están:

- Emisión de certificados de asistencia para alumnos.

- Responsable de los materiales y suministros para las clases y alumnos.
- Listado de alumnos por clase y distribución de alumnos por curso.
- Entrega de Reportes de pago y generación de cheques para profesores, personal y gastos.

El Asistente Comercial: Será quien este en la recepción, tendrá el primer contacto con el cliente y esto lo hace un punto clave en la empresa, entre sus funciones están:

- Telemercadeo e información telefónica del servicio.
- Gestión de ventas telefónica con interesados.
- Recepción e información en oficinas.
- Generación de ficha de ingreso de alumnos y matrícula.
- Gestión de base de clientes inscritos.

El Asesor Contable y financiero: Es un pilar fundamental en la empresa ya que es el encargado de los estados financieros de la misma. Entre sus funciones están:

- Encargado de la caja y pagos del servicio.
- Manejo de las finanzas de la empresa, aprobación de gastos y control de ingresos.
- Control de ingresos y saldos de cuentas de la empresa, cuadro de caja.
- Reportes de gastos y presupuestos.
- Responsable de hacer cumplir el presupuesto anual presentado por el Gerente General.

- Responsable de realizar los reportes de pagos de salarios a todo el personal.
- Responsable de los pagos puntuales de las diferentes deudas que haya contraído la empresa.

El Asesor Técnico: Entre sus funciones están:

- Control de asistencia de los alumnos.
- Control de asistencia de profesores y horas clase.
- Control de cumplimiento de programa de profesores.
- Supervisión del personal durante las clases cada 2 clases.
- Encargado del reporte de mensual sobre el desempeño del personal docente.
- Encargado de realizar y efectuar el cuestionario de preguntas al final del curso para el control de la calidad del servicio y del personal.
- Encargado de entregar el reporte con los resultados del control de calidad al Gerente General.

El Asesor de Soporte y Desarrollo: Entre sus funciones están:

- Logística y limpieza para lo cual tendrá a su cargo al Conserje.
- Responsable por funcionamiento de los servicios básicos.
- Responsable por el mantenimiento y funcionamiento de los equipos.

2.1.5 FODA DEL PROYECTO

FORTALEZAS:

- Es una idea innovadora para el mercado, ya que ofrecemos cursos de aplicación de PNL de una manera diferente a las tradicionales, nuestro programa será práctico, con actividades y recursos dinámicos, además contaremos con profesionales capacitados para realizarlas.

- Valores corporativos
 - Cliente: Prioridad
 - Gente: Motivaciones por porvenir
 - Calidad: Servicio excelente
 - Ganancia: crecimiento empresarial

- Es un tema que está muy en auge y brinda beneficios en varios aspectos, siendo estos psicológicos y sociales, logrando así modificar los procesos de aprendizaje y concentración para obtener un mejor desempeño y rendimiento.

- Servicio personalizado y diferenciado ofreciendo CALIDAD, CONFIANZA Y SEGURIDAD ya que el programa de nuestro servicio posee un diseño único, placentero y divertido, estructurado de manera flexible.

OPORTUNIDADES:

- No existe actualmente en el mercado muchas empresas que ofrezcan este servicio y menos de la forma en la que nuestro centro se lo ha propuesto ya que en nuestra sociedad no se ha difundido aún la PNL.
- No existe una competencia directa en el mercado y esto se debe en gran parte al diseño de nuestro programa, en su mayoría la Programación Neurolingüística es aplicada en otros campos más no al que nuestro centro se ha enfocado.
- Se puede abarcar un nicho de mercado o un gran mercado ya que es poli funcional. Incluso podemos tener un gran mercado dividido en varios nichos, como lo serían, en un futuro, profesionales, estudiantes de primaria, de secundaria, etc.
- Proyecto de expansión nacional e internacional ya que es un tema de conocimiento global y de fácil difusión.
- El mercado objetivo es creciente y proporciona beneficios en el nivel educativo y profesional, los cuales serán fácilmente observados de forma diaria en cada una de las actitudes y actividades que se les hayan sido corregidas durante el curso.

DEBILIDADES:

- Escasos conocimientos acerca del tema (P.N.L) en el medio ya que la difusión en nuestra sociedad ha sido lenta y mínima.
- Poca difusión de los beneficios de la neurolingüística, ya que solo se la ha propagado en campos limitados, más no en los múltiples campos en los que esta puede ser utilizada.

AMENAZAS:

- Posible desinterés sobre el tema por parte del mercado objetivo debido al desconocimiento del tema.
- Falta de confianza en las técnicas de la Neurolingüística ya que en nuestro país la aplicación de las mismas no se realizan de forma adecuada debido al desconocimiento.
- Entorno social y económico ya que a nivel social este tema no está muy difundido y a nivel económico ya que quizá habrán personas para las cuales el precio de nuestro servicio no esté al alcance de su poder adquisitivo.

2.2 ESTUDIO DE MERCADO

2.2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y SU ANÁLISIS

El estudio de mercado se efectuará con el objetivo de conocer el grado de interés de los Estudiantes Universitarios de Guayaquil que estén entre los 18 y 25 años de edad, de toda clase social y que estén dispuestos a recibir el curso de Programación Neurolingüística para mejorar el nivel intelectual y de aprendizaje.

2.2.2 ENTRE LOS OBJETIVOS DE LA ENCUESTA TENEMOS:

- Conocer el grado de interés de recibir el curso de Programación Neurolingüística para mejorar el nivel intelectual, de aprendizaje y cuánto tiempo le dedicarían al curso en la semana, tomaríamos nuestro mercado objetivo a los Universitarios de Guayaquil.
- Investigar si saben que es la Programación Neurolingüística, es de interés en nuestro mercado objetivo.
- Determinar cuánto dinero estaría dispuesto a pagar nuestro mercado objetivo por recibir esta nueva técnica de enseñanza y mejora del nivel intelectual y hasta cuanto pagarían por curso.
- Conocer en qué horario estarían dispuestos a recibir los cursos.

- Saber si estarían dispuestos a recibir el curso de Programación Neurolingüística para mejorar el nivel intelectual y de aprendizaje en nuestro centro especializado.

2.2.3 MERCADOS OBJETIVOS.

Hemos logrado segmentar el nicho de mercado al cual queremos dirigir y ofrecerles nuestro servicio de Programación Neurolingüística a los estudiantes universitarios de la ciudad de Guayaquil y a medida que vaya avanzando el curso buscar nuevos mercados como el de los profesionales en todas sus ramas. En Guayaquil hay cerca de 120.000 Estudiantes Universitarios, y trataremos de llegar de un 10% a 15% de toda esa población.

Los candidatos perfectos para Mind Power son los estudiantes universitarios entre 18 y 25 años, en busca de un cambio o mejora total en su nivel de aprendizaje e intelectual, el cual será posible mediante la aplicación de las diversas técnicas de la PNL. El segmento de mercado al cual nos estamos dirigiendo es un segmento, en la mayoría de los casos con ingresos bajos, ya que un gran número de universitarios no trabajan mientras estudian, pero esto no es un impedimento para ofrecerles nuestros servicios ya que los precios no son elevados y en la mayoría de las ocasiones, los padres le dan un gran valor a lo que a beneficios educativos se refiere, y nuestra idea es que lo vean como una inversión para el porvenir y futuro de sus hijos.

2.2.4 TAMAÑO DE LA MUESTRA N

Para su determinación se trabajará con un nivel de confianza del 95%. El error establecido de la muestra es del 5%.

El tamaño de la Población N= 120.000 estudiantes universitarios en la ciudad de Guayaquil (aproximado). Se estima que tanto la probabilidad de éxito como de fracaso corresponde al 50%.

$$n = Z^2 * (P * Q/e^2)$$

$$n = 1.96^2 * \left(\frac{(0.5 * 0.5)^1}{(0.05)^2} \right)$$

$$n \approx 384.16 \approx 400$$

2.2.5 ENCUESTA, TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

		Edad			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	entre 17 y 20 años	76	19,0	19,0	19,0
	entre 21 y 25 años	209	52,3	52,3	71,3
	entre 26 y 30 años	85	21,3	21,3	92,5
	mayor a 30 años	30	7,5	7,5	100,0
Total		400	100,0	100,0	

Tabla 1: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

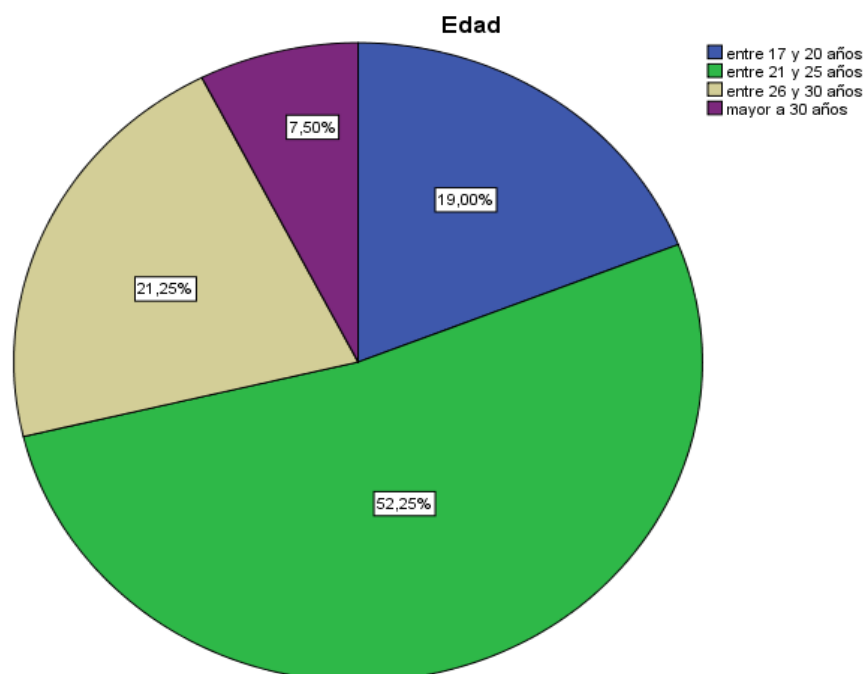


Gráfico 3: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

CONCLUSIÓN: Como notamos en la tabla el 52.25% indica que la edad promedio de los estudiantes universitarios está entre los 21 y 25 años, seguido de un 21.25% entre los 26 y 30 años, con un 19% entre 17 y 20 años, finalmente con un 7.5% mayor a 30 años.

		Sexo			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	masculino	199	49,8	49,8	49,8
	femenino	201	50,3	50,3	100,0
Total		400	100,0	100,0	

Tabla 2: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

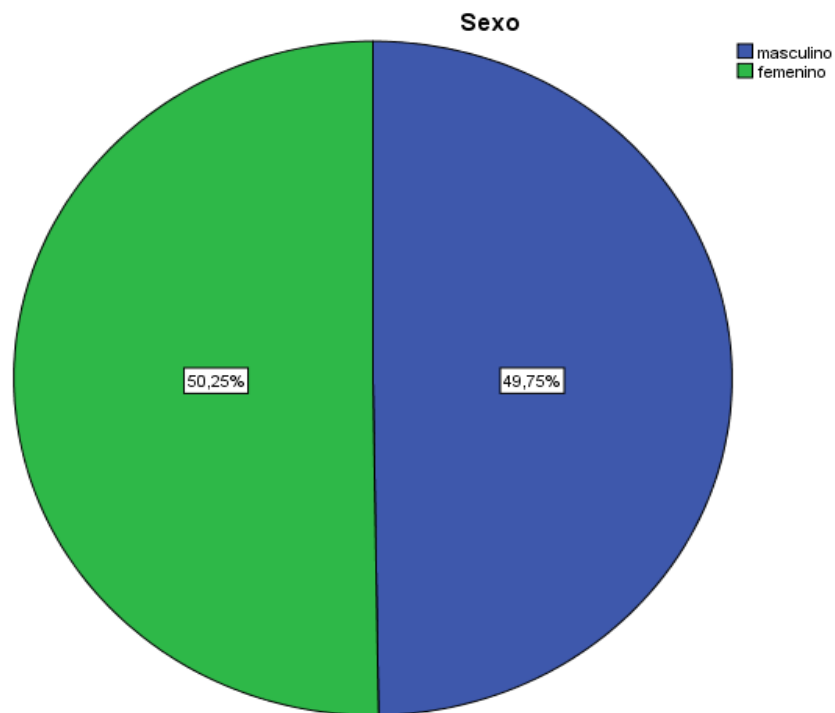


Gráfico 4: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

CONCLUSIÓN: De las personas encuestadas dio como resultado que el 50.25% son mujeres y un 49.75% son hombres.

¿En qué sector vives?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	norte	169	42,3	42,3	42,3
	centro	96	24,0	24,0	66,3
	sur	135	33,8	33,8	100,0
Total		400	100,0	100,0	

Tabla 3: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

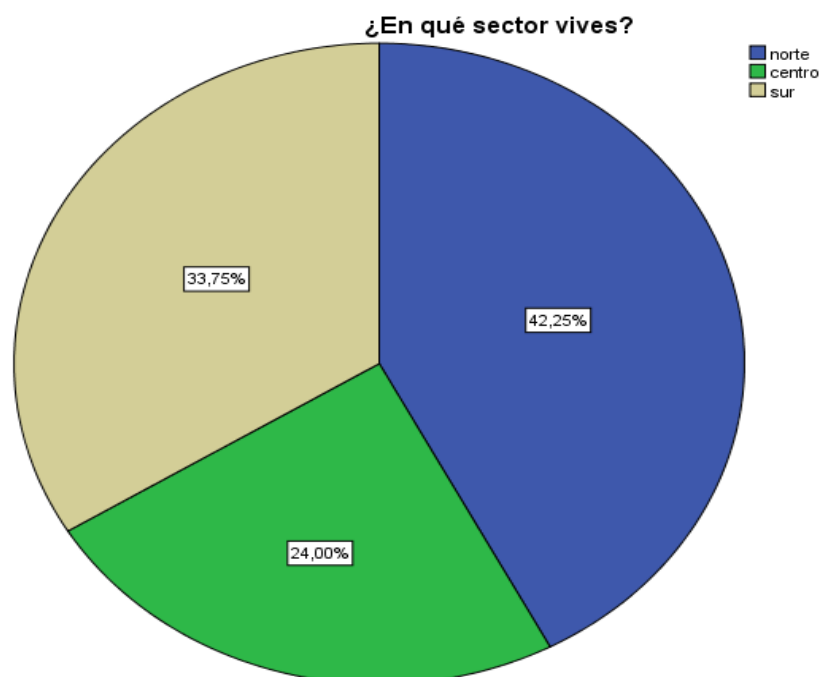


Gráfico 5: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

CONCLUSIÓN: Para saber en qué sector de la ciudad de Guayaquil están los clientes potenciales dio como resultado que el 42.35% de los encuestados viven en el Norte, un 33.75% vive en el Sur y con un 24% vive en el Centro.

¿En qué universidad estudias?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
ESPOL	123	30,8	30,8	30,8
CATOLICA	39	9,8	9,8	40,5
GUAYAQUIL	115	28,8	28,8	69,3
SALESIANA	16	4,0	4,0	73,3
ESPIRITU SANTO	14	3,5	3,5	76,8
SANTA MARIA	9	2,3	2,3	79,0
PARTICULAR DE LOJA	8	2,0	2,0	81,0
LAICA	51	12,8	12,8	93,8
ECOTEC	9	2,3	2,3	96,0
INST. BOLIVARIANO	13	3,3	3,3	99,3
CASA GRANDE	3	,8	,8	100,0
Total	400	100,0	100,0	

Tabla 4: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

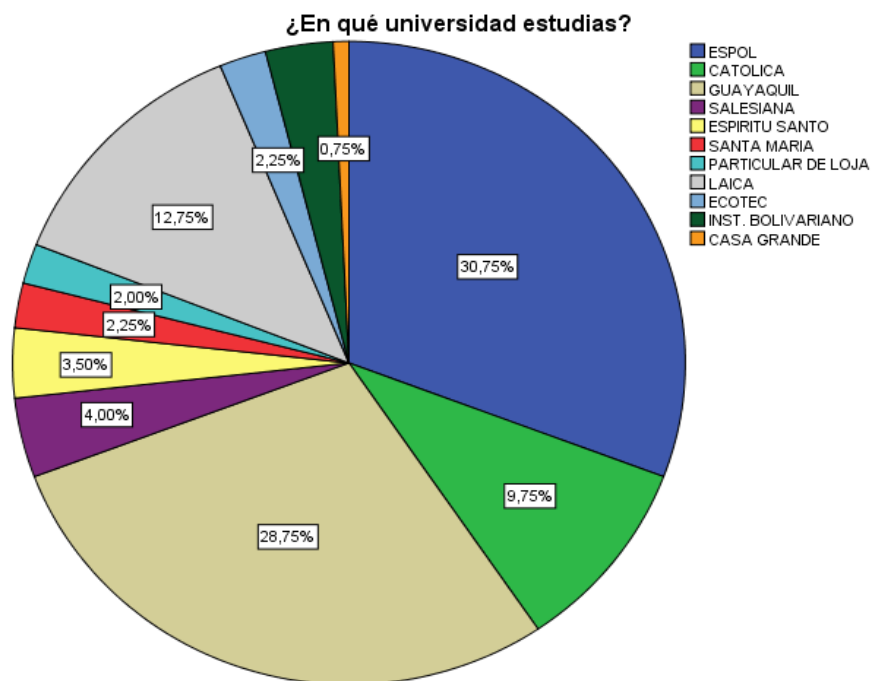


Gráfico 6: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

CONCLUSIÓN: De las 11 universidades más representativas de Guayaquil obtuvimos como resultado que las tres potenciales más importantes son: Espol con un 30.75%, Guayaquil con un 28.75% y Laica con un 12.75%.

¿Cuál es tu promedio de rendimiento Académico?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	excelente	119	29,8	29,8	29,8
	bueno	227	56,8	56,8	86,5
	regular	46	11,5	11,5	98,0
	malo	8	2,0	2,0	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

Tabla 5: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

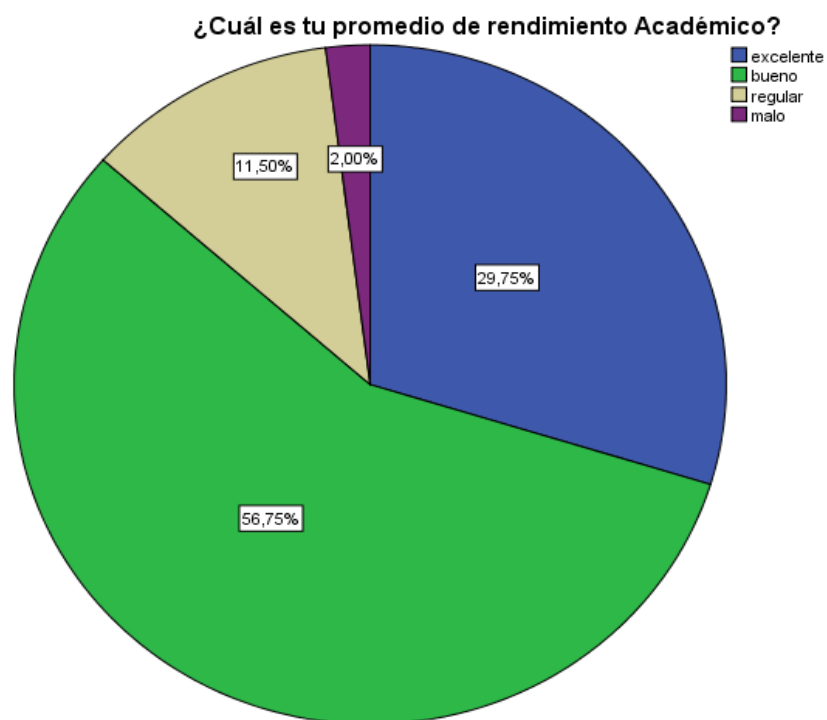


Gráfico 7: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

CONCLUSIÓN: El promedio de los estudiantes encuestados oscila con un 56.75% como bueno, un 29.75% como excelente, un 11.5% con regular y un 2 % como malo.

¿Qué tan importante consideras que sería para ti implementar técnicas de estudio para mejorar tu nivel intelectual y de aprendizaje?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy importante	216	54,0	54,0	54,0
	importante	131	32,8	32,8	86,8
	poco importante	47	11,8	11,8	98,5
	nada importante	6	1,5	1,5	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

Tabla 6: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

¿Qué tan importante consideras que sería para ti implementar técnicas de estudio para mejorar tu nivel intelectual y de aprendizaje?

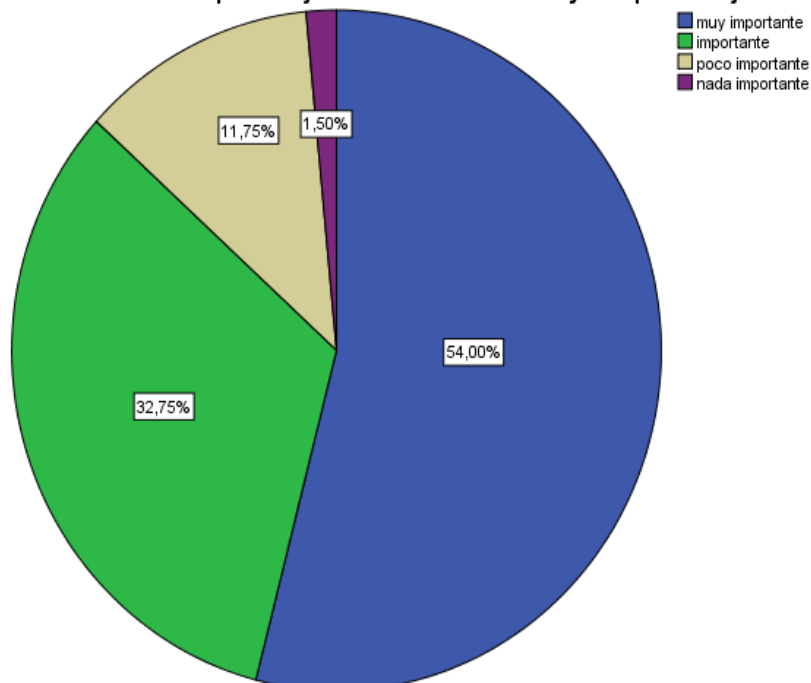


Gráfico 8: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

CONCLUSIÓN: Los encuestados consideran importante las técnicas de estudio con una calificación de muy importante con un 54%, importante con un 32.75%, poco importante con un 11.75% y nada importante 1.5%.

Si supieras que existe una técnica que puede mejorar tu nivel intelectual y de aprendizaje, ¿te gustaría conocerla y saber más sobre ella?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	364	91,0	91,0	91,0
	no	36	9,0	9,0	100,0
Total		400	100,0	100,0	

Tabla 7: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

Si supieras que existe una técnica que puede mejorar tu nivel intelectual y de aprendizaje, ¿te gustaría conocerla y saber más sobre ella?

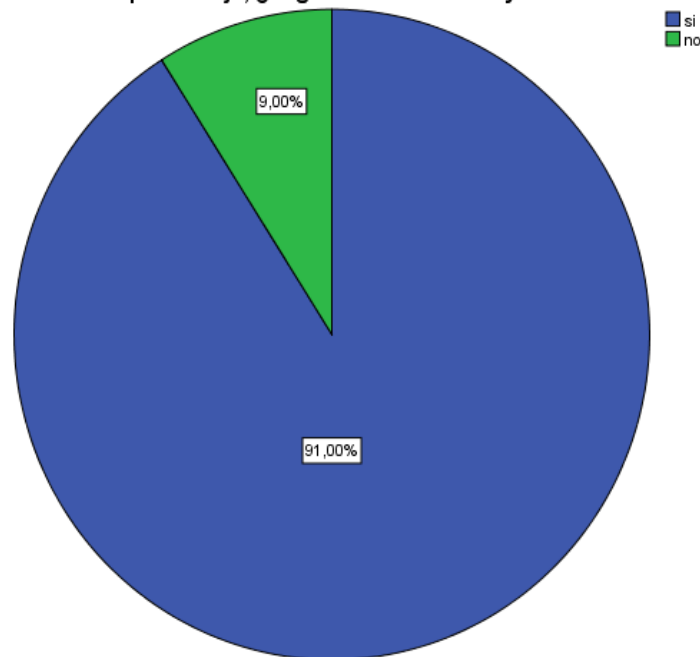


Gráfico 9: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

CONCLUSIÓN: Al saber que existe una técnica para mejorar el nivel intelectual de los estudiantes, contestaron con “SI” un 91% y con “NO” un 9%.

¿Te gustaría saber más acerca de MIND POWER aunque esto requiera un mínimo de esfuerzo y tiempo de tu parte?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	333	83,3	91,5	91,5
	no	31	7,8	8,5	100,0
	Total	364	91,0	100,0	
Perdidos	9	36	9,0		
Total		400	100,0		

Tabla 8: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

¿Te gustaría saber más acerca de MIND POWER aunque esto requiera un mínimo de esfuerzo y tiempo de tu parte?

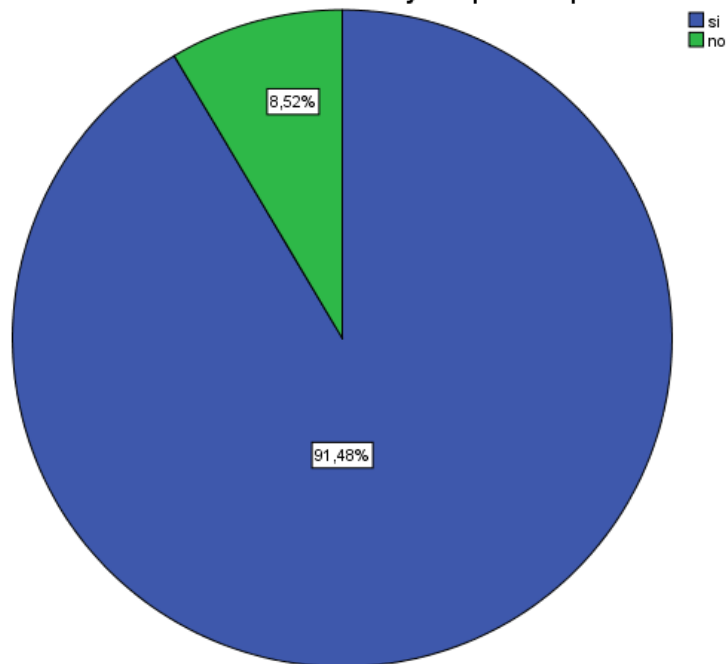


Gráfico 10: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

CONCLUSIÓN: Para darnos cuenta si desean conocer a nuestra empresa obtuvimos como resultado que un 91.5% la aceptaban y un 8.5% no la querían conocer (excluyendo el 9% de las personas que no respondieron).

Considera usted que la Programación Neurolingüística es:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	APRENDIZAJE BAJO SEÑALES Y SONIDOS	75	18,8	22,6	22,6
	CURSOS DE RELAJACIÓN, CON TÉCNICAS NOVEDOSAS	40	10,0	12,0	34,6
	CONJUNTO DE TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS QUE PERMITEN AL SER HUMANO AGUDIZAR LA CAPACIDAD DE PERCEPCIÓN	211	52,8	63,6	98,2
	TÉCNICAS DIRIGIDAS A PERSONAS SORDO MUDO.	6	1,5	1,8	100,0
	Total	332	83,0	100,0	
Perdidos	9	68	17,0		
Total		400	100,0		

Tabla 9: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

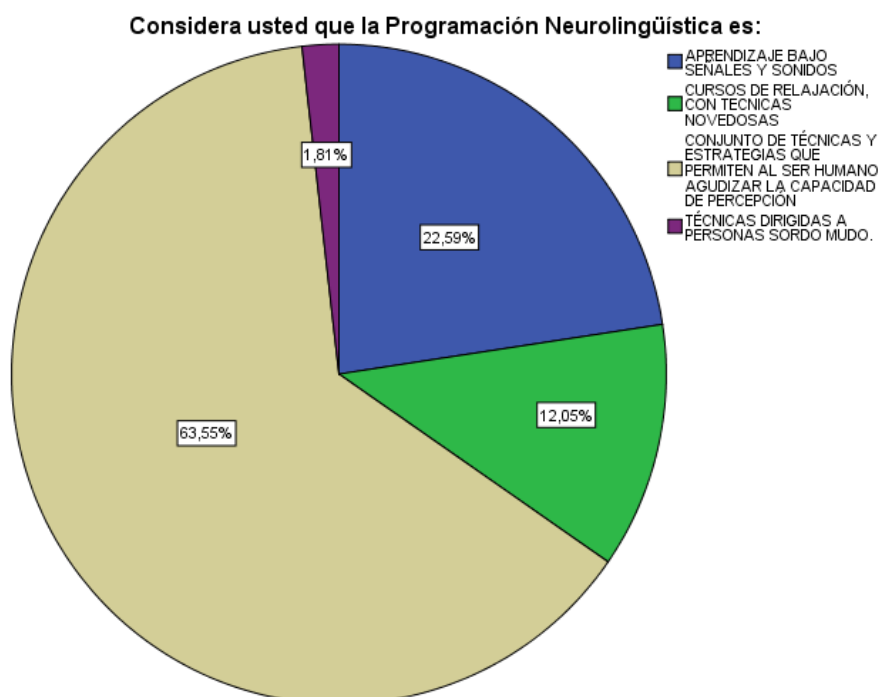


Gráfico 11: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

CONCLUSIÓN: Deseábamos saber que tanto conocen a nuestro servicio o que saben de este; y obtuvimos que un 63.6% considera que es un conjunto de técnicas y estrategias que permiten al ser humano agudizar la capacidad de producción, esto quiere decir que si conocen del mismo.

Al ser esta una nueva técnica para desarrollar el proceso de enseñanza, aprendizaje, conducta y nivel intelectual, ¿te gustaría conocer más de ella?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	327	81,8	98,5	98,5
	no	5	1,3	1,5	100,0
	Total	332	83,0	100,0	
Perdidos	9	68	17,0		
Total		400	100,0		

Tabla 10: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

Al ser esta una nueva técnica para desarrollar el proceso de enseñanza, aprendizaje, conducta y nivel intelectual, ¿te gustaría conocer más de ella?

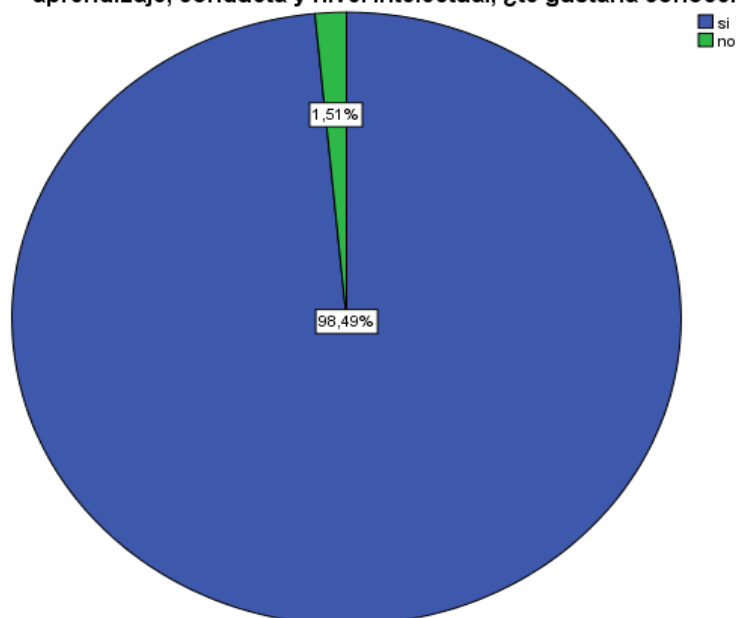


Gráfico 12: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

CONCLUSIÓN: Los encuestados se mostraron interesados en conocer más del tema con un 98.5% de aceptación y un 1.5% de rechazo (excluyendo el 17% de las personas que no respondieron).

Si supieras que existe un Centro Integral donde pueden brindarte información acerca de la Programación Neurolingüística y donde además pueden aplicarte adecuadamente las técnicas para tu desarrollo intelectual mediante cursos, ¿Lo visitarías?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	323	80,8	97,3	97,3
	no	9	2,3	2,7	100,0
	Total	332	83,0	100,0	
Perdidos	9	68	17,0		
Total		400	100,0		

Tabla 11: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

Si supieras que existe un Centro Integral donde pueden brindarte información acerca de la Programación Neurolingüística y donde además pueden aplicarte adecuadamente las técnicas para tu desarrollo intelectual mediante cursos, ¿Lo visitarías?

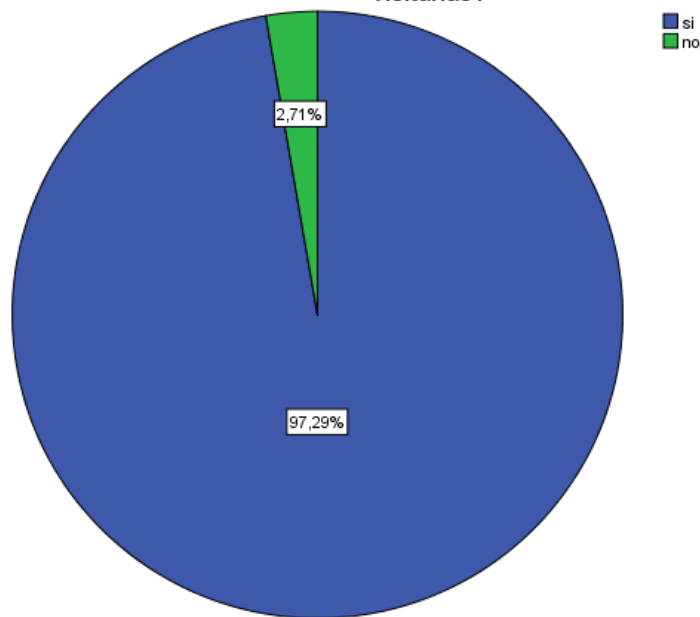


Gráfico 13: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

CONCLUSIÓN: Sabiendo de los beneficios del Centro Integral de Programación Neurolingüística un 97.3% dijeron que “SI” y un 2.7% dijeron que “NO” (excluyendo el 17% de las personas que no respondieron).

¿Cuántas horas semanales dedicarías a los cursos que te ofrece el Centro de Programación Neurolingüística?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 a 3 horas	177	44,3	53,3	53,3
	4 a 6 horas	118	29,5	35,5	88,9
	7 a 9 horas	31	7,8	9,3	98,2
	otras	6	1,5	1,8	100,0
	Total	332	83,0	100,0	
Perdidos	9	68	17,0		
Total		400	100,0		

Tabla 12: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

¿Cuántas horas semanales dedicarías a los cursos que te ofrece el Centro de Programación Neurolingüística?

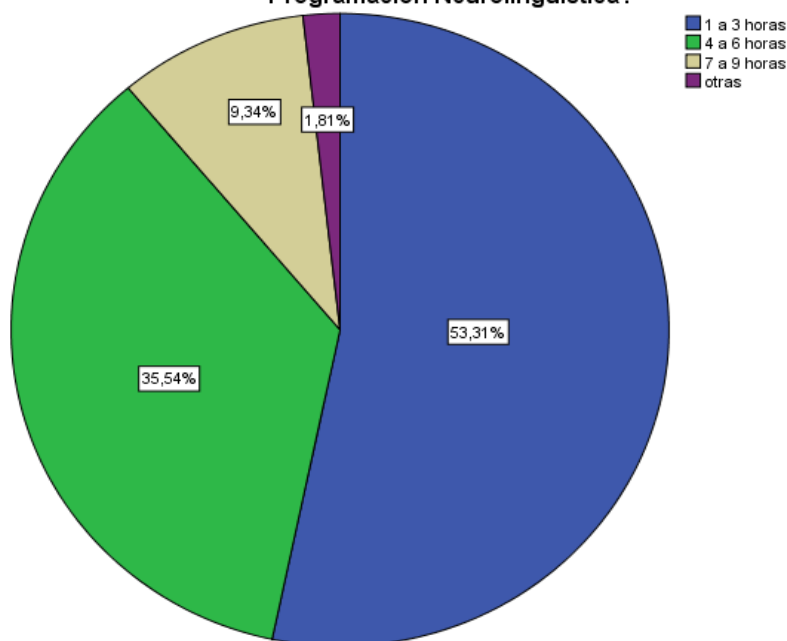


Gráfico 14: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

CONCLUSIÓN: Los encuestados consideran que deberían asistir al Centro Integral entre 1 y 3 horas a la semana con un 53.3%, entre 4 y 6 horas con un 35.5%, entre 7 y 9 horas con un 9.3% y más de 10 horas a la semana un 1.8% (excluyendo el 17% de las personas que no respondieron)

¿Qué horario preferirías frecuentar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	mañana	122	30,5	36,7	36,7
	tarde	74	18,5	22,3	59,0
	noche	136	34,0	41,0	100,0
	Total	332	83,0	100,0	
Perdidos	9	68	17,0		
Total		400	100,0		

Tabla 13: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres



Gráfico 15: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

CONCLUSIÓN: Los horarios que los estudiantes prefieren son en la mañana con un 36.7%, en la tarde con un 22.3% y por las noches con un 41% (excluyendo el 17% de las personas que no respondieron).

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por los cursos que te ofrece el Centro de Programación Neurolingüística?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	\$10 A \$50	197	49,3	59,3	59,3
	\$50 A \$100	121	30,3	36,4	95,8
	\$100 a más	14	3,5	4,2	100,0
	Total	332	83,0	100,0	
Perdidos	9	68	17,0		
Total		400	100,0		

Tabla 14: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por los cursos que te ofrece el Centro de Programación Neurolingüística?

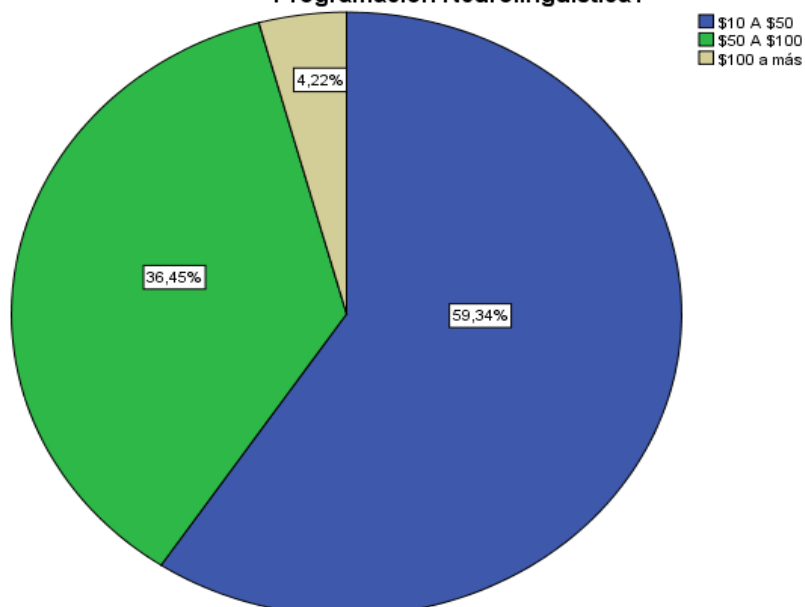


Gráfico 16: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

CONCLUSIÓN: Las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar mensualmente por el curso entre \$10 y \$50 dólares un 59.3%, entre \$50 y \$100 dólares un 36.4% y más de \$100 dólares un 4.2% (excluyendo el 17% de las personas que no respondieron)

- **CONCLUSIÓN DE LA ENCUESTA**

Al tabular las 400 encuestas hechas a los estudiantes universitarios de la ciudad de Guayaquil obtuvimos como resultado que la edad de nuestra población objetivo oscila entre los 21 y 25 años con un 52.3%, tanto hombres como mujeres en un igual porcentaje fueron encuestados, con un 42.3% obtuvimos que los encuestados viven en el Norte esto es beneficioso ya que se estima que el Centro Integral se ubique en dicho sector.

De las 11 universidades más representativas de Guayaquil obtuvimos como resultado que las tres potenciales son: Espol con un 30.75%, Universidad de Guayaquil con un 28.75% y Laica con un 12.75%. A parte consideran que es muy importante estas técnicas con un 54% de aceptación y con un 91% que están interesados en conocer nuestro servicio.

De los encuestados en todas las universidades obtuvimos que un 63.6% considera que es un conjunto de técnicas y estrategias que permiten al ser humano agudizar la capacidad de producción, esto quiere decir que si conocen del mismo. Los horarios que prefieren los estudiantes asistir a los cursos es en la mañana y la noche, finalmente obtuvimos un 49.3% en la que decían que están dispuestos a pagar entre \$10 y \$ 50 dólares mensuales.

- **TABLAS DE CONTINGENCIA**

Hemos utilizado el programa estadístico SPSS para analizar las tablas de contingencia, aplicamos el estadístico chi-cuadrado para observar la

asociación entre las distintas variables de la encuesta. La hipótesis nula H0 es: No hay asociación entre las variables, rechazaremos dicha hipótesis si el p-value < al nivel de significancia, entonces se entenderá que la hipótesis alternativa H1 es la correcta (si hay asociación entre las variables).

Primera asociación

Tabla de contingencia ¿En qué sector vives? * Considera usted que la Programación Neurolingüística es:

Recuento

		Considera usted que la Programación Neurolingüística es:				Total
		APRENDIZAJE, BAJO SEÑALES Y SONIDOS	CURSOS DE RELAJACIÓN, CON TÉCNICAS NOVEDOSAS	CONJUNTO DE TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS QUE PERMITEN AL SER HUMANO AGUDIZAR LA CAPACIDAD DE PERCEPCIÓN	TÉCNICAS DIRIGIDAS A PERSONAS SORDO MUDO.	
¿En qué sector vives?	norte	25	23	94	0	142
	centro	21	10	41	2	74
	sur	29	7	76	4	116
Total		75	40	211	6	332

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,223 ^a	6	,027
Razón de verosimilitudes	17,032	6	,009
Asociación lineal por lineal	,031	1	,861
N de casos válidos	332		

a. 3 casillas (25,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1.34.

Tabla 15: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

H0: No hay asociación entre las variables

$0.027 < 0.05$ Rechazo H0

H1: Si hay asociación entre el sector donde viven los estudiantes y su conocimiento sobre la Programación Neurolingüística.

Esto nos quiere decir que existe una relación directa entre el sector donde viven ya sea por la cultura, con quienes se relacionan en el medio, que dan a notar que los encuestados conocen de que se trata nuestro servicio.

Segunda asociación

Tabla de contingencia ¿En qué universidad estudias? * ¿Qué horario preferirías frecuentar?

Recuento

		¿Qué horario preferirías frecuentar?			Total
		mañana	tarde	noche	
¿En qué universidad estudias?	ESPOL	33	16	62	111
	CATOLICA	13	9	11	33
	GUAYAQUIL	40	26	34	100
	SALESIANA	6	5	0	11
	ESPIRITU SANTO	7	3	3	13
	SANTA MARIA	4	3	2	9
	PARTICULAR DE LOJA	4	1	3	8
	LAICA	10	7	9	26
	ECOTEC	4	1	2	7
	INST. BOLIVARIANO	0	1	10	11
	CASA GRANDE	1	2	0	3
Total		122	74	136	332

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	43,162 ^a	20	,002
Razón de verosimilitudes	49,856	20	,000
Asociación lineal por lineal	,870	1	,351
N de casos válidos	332		

a. 20 casillas (60,6%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,67.

Tabla 16: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

H0: No hay asociación entre las variables

$0.02 < 0.05$ Rechazo H0

H1: Si hay asociación entre las universidades y el horario que los estudiantes prefieren escoger para el curso.

Esta asociación nos da entender que dependiendo en que universidad estudian ellos elegirán que horario escoger, como en el caso de la Laica que prefieren en la mañana ya que sus clases son en la noche y tienen tiempo para trabajar en las tardes.

Tercera asociación

Tabla de contingencia Edad * ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por los cursos que te ofrece el Centro de Programación Neurolingüística?

Recuento

		¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por los cursos que te ofrece el Centro de Programación Neurolingüística?			Total
		\$10 A \$50	\$50 A \$100	\$100 a más	
Edad	entre 17 y 20 años	30	24	1	55
	entre 21 y 25 años	118	57	5	180
	entre 26 y 30 años	34	32	3	69
	mayor a 30 años	15	8	5	28
Total		197	121	14	332

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	20,963 ^a	6	,002
Razón de verosimilitudes	15,672	6	,016
Asociación lineal por lineal	3,736	1	,053
N de casos válidos	332		

a. 3 casillas (25.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1.18.

Tabla 17: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

H0: No hay asociación entre las variables

0.02 < 0.05 Rechazo H0

H1: Si hay asociación entre la edad y la cantidad que estarían dispuestos a pagar por el curso.

Esta asociación es fundamental para nosotros para denotar aquellas personas que se encuentran entre los 17 y 20 años que aun no trabajan (mayoría) y desearían que sea lo más barato o en unos casos los papás se lo pagarían, en cuanto a los de mayor a 21 años ya trabajan y tienen como solventar sus gastos.

Cuarta asociación

Tabla de contingencia ¿Qué tan importante consideras que sería para ti implementar técnicas de estudio para mejorar tu nivel intelectual y de aprendizaje? * ¿Te gustaría saber más acerca de MIND POWER aunque esto requiera un mínimo de esfuerzo y tiempo de tu parte?

Recuento

		¿Te gustaría saber más acerca de MIND POWER aunque esto requiera un mínimo de esfuerzo y tiempo de tu parte?		Total
		si	no	
¿Qué tan importante consideras que sería para ti implementar técnicas de estudio para mejorar tu nivel intelectual y de aprendizaje?	muy importante	200	7	207
	importante	111	16	127
	poco importante	22	8	30
	Total	333	31	364

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	22,406 ^a	2	,000
Razón de verosimilitudes	19,842	2	,000
Asociación lineal por lineal	21,912	1	,000
N de casos válidos	364		

a. 1 casillas (16.7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2.55.

Tabla 18: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

H0: No hay asociación entre las variables

0.00 < 0.05 Rechazo H0

H1: Si hay asociación entre la importancia de implementar las técnicas de la Programación Neurolingüística y los deseos de conocer nuestra empresa.

Esta asociación es muy relevante para nuestra empresa ya que al conocer los estudiantes sobre el servicio de las técnicas y estrategias para desarrollar sus capacidades y habilidades, les dará la curiosidad de conocer nuestra empresa y así nosotros le brindaremos este servicio a quienes estén interesados.

2.2.6 MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP BCG

Haremos el análisis de nuestro proyecto, mediante la matriz de Boston Consulting Group (BCG), la misma que considera la participación relativa del mercado así como el índice de crecimiento del mercado. Se pueden clasificar en cuatro grupos de unidades estratégicas de negocios o servicios:

Estrellas: Son otras academias de elevado crecimiento y que cuentan con una elevada participación del mercado. Con frecuencia se requieren fuertes inversiones para financiar su rápido crecimiento. En el largo plazo, el crecimiento suele tornarse más lento, transformándose en vacas de efectivo.

Vacas de Efectivo: Son academias de bajo crecimiento y que cuentan con una elevada participación de mercado. Generalmente son unidades estratégicas de negocios ya establecidas y exitosas que requieren una inversión menor (en comparación con la “estrellas”) para mantener su participación de mercado. Por tanto, producen una cantidad de efectivo mayor al que necesita la empresa para pagar sus cuentas y para apoyar a otros productos o unidades estratégicas de negocios que demandan la realización de un gasto de inversión.

Interrogaciones: Son academias de baja participación y elevado crecimiento en el mercado. Generalmente estos productos demandan una cantidad considerable de efectivo para mantener su actual participación de mercado y más que todo incrementarla. Es vital considerar cuáles interrogaciones debe de tratar de transformar en “estrellas” y cuáles” deben de ser convertidas en “perros”.

Perros: Son aquellas de bajo crecimiento y baja participación de mercado. Generalmente generan el efectivo suficiente para mantenerse por ellas mismas, pero no generan expectativas de convertirse, en un futuro, en fuentes significativas de efectivo.

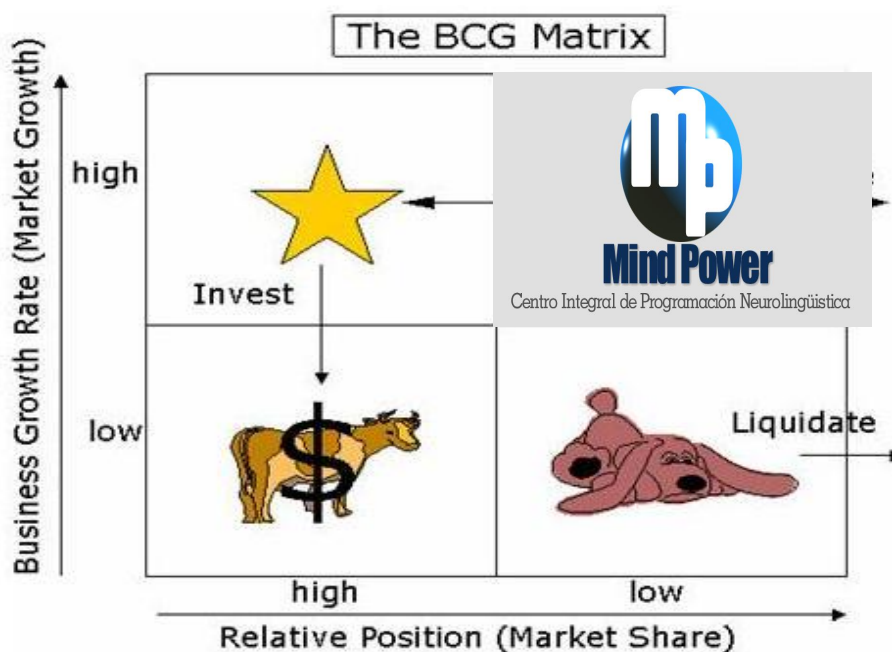


Tabla 19: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

2.2.7 MATRIZ IMPLICACIÓN

El Modelo de Implicación ubica al comportamiento del consumidor en función de dos variables, el grado de implicación que puede ser alta o baja y el modo de percepción que puede ser pensar o sentir.

En la matriz, el grado de implicación denota la fuerza con que un consumidor responde o reacciona ante los estímulos/atributos de un producto. Por otro lado el modo de percepción determina si el comportamiento de compra se define en el plano intelectual o emocional.

Podemos decir en base a lo mencionado acerca de la matriz de implicación que nuestro proyecto se va a ubicar en el tercer cuadrante correspondiente a RUTINA, ya que en un principio seremos poco conocidos y nuestros consumidores seguramente no reaccionarán a nuestros estímulos como nosotros esperamos y sabemos que la percepción se define en el plano sensorial, porque al momento de elegir una alternativa de aprendizaje para desarrollar sus aptitudes y actitudes tendrán diferentes academias o escuelas que ofrecen un servicio similar al que nosotros les daremos y elegirán de acuerdo a su conveniencia.

MATRIZ DE IMPLICACIÓN		Percepción	
		Pensar	Sentir
Grado de implicación	Alta	1 Aprendizaje (A,S,H)	2 Afecto (S,A,H)
	Baja	3 Rutina (H,A,S)	4 Hedonismo (H,S,A)

H: Hacer A: Aprender S: Sentir

Tabla 20: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

2.2.8 FUERZAS DE PORTER



Gráfico 17: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

Amenaza de entrada de nuevos competidores: BAJA

Uno de los problemas que sufren muchas empresas es la entrada masiva de nuevos competidores que deciden incursionar en campos nuevos o alternativos que sean más lucrativos. Dentro del caso del centro neurolingüístico no es muy común este tipo de situaciones, por ser pioneros en el mercado ecuatoriano.

En este caso hemos analizado nuestra competencia y el contenido que nuestro programa dicta no tienen las mismas condiciones que otros cursos, ya que nuestro programa consta con métodos prácticos e innovadores para que así el estudiante mejore su capacidad de aprendizaje y aumente su nivel intelectual. Lo cual significa que carecemos de competencia directa; ya que aquí en la ciudad de Guayaquil existen pocas personas con conocimientos de la P.N.L., y ese mínimo porcentaje no lo aplican de manera masiva o comercial.

La rivalidad entre los competidores: BAJA

Dentro del tipo de negocio de servicios de un centro de desarrollo de neurolingüística no existe tanta competencia como en otras industrias que poseen barreras de entrada fáciles; pero en cambio, se debe competir en muchos casos contra compañías que desean poner una copia de nuestra idea y, donde la competencia directa se puede resumir en una guerra de precios o vínculos familiares que benefician a ciertas empresas dentro del mercado.

Existe competencia indirecta; los cuales ofrecen capacitación que se desarrollan bajo métodos convencionales, los cuales tienen poco impacto y poco interés hacia los estudiantes que son nuestro mercado objetivo.

- **Centros de Lectura Rápida**; los cuales ofrecen a los estudiantes leer y memorizar más número de palabras por minuto; lo cual es más aplicable para estudiantes de primaria o secundaria. Además estos cursos tienen costos demasiado elevados para los consumidores en general.

La rivalidad dentro de esta industria también está compuesta por los comentarios y críticas que se escuchan por parte de los consumidores y las comparaciones que ellos realizan en cuestiones de calidad y precios con relación a otras empresas que ofrecen un servicio similar; aunque lo que predomina en la mayoría de los casos, al momento de elegir una opción es el precio, mas no su calidad.

Poder de negociación de los proveedores: MEDIA

Como sucede en la mayoría de la industria educativa, todos los proveedores son fundamentales para brindar un servicio de calidad y garantizar la satisfacción por parte del cliente, pero tampoco son indispensables. Es decir, aunque ellos si tienen un gran poder de negociación todavía no son los que dominan la situación.

Lo que MIND POWER debe hacer al momento de escoger un docente para la institución es analizar los que mejor servicio al cliente ofrecen, ya sea por su puntualidad, seriedad y calidad. Para esto es necesario contar con un personal competente, que se encuentre en capacidad de tomar decisiones correctas y acordes a los objetivos que MIND POWER que persigue y promete a sus clientes, ya que de esto dependerá la reputación e imagen de la misma frente a los consumidores.

Poder de negociación de los compradores: ALTA

Como en cualquier negocio, los clientes y consumidores tienen gran poder de negociación ya que la opinión que ellos tengan del servicio es lo que permitirá crear una buena imagen de la empresa en la mente de los consumidores, permitiendo así que los mismos regresen a comprar y recomienden el servicio.

Específicamente dentro de ésta clase de negocios o servicios que se ofrecen a los estudiantes universitarios, tienen la opción de elegir las actividades y servicios ofrecidos por MIND POWER, por lo que es muy importante que los consumidores estén satisfechos con el servicio y la

calidad ofrecidos por nosotros, y de ésta manera lo puedan consumir con total agrado y satisfacción.

La mejor manera de obtener la fidelidad de los clientes es brindándoles excelencia, calidad y un trato justo y equitativo; siempre pensando en que el éxito de una relación de largo plazo es que las dos partes ganen y se sientan satisfechas con el producto brindado y recibido.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos:

Dentro de éste campo es necesario mencionar que los productos sustitutos que debe tomar en consideración al momento de realizar un análisis son las academias que ofrecen servicio de aprendizaje como APOL, COPEI, BENEDICT donde los estudiantes preferirían usar su tiempo en cursos de inglés, computación, o materias relacionadas con su carrera. La importancia que se le debe dar a esta clase de lugares es que los mismos son la competencia más grave y directa, las diversas opciones que existen en el mercado permiten que los usuarios sean capaces de escoger lo que deseen de acuerdo a sus ingresos y preferencias.

Tomando en consideración todos estos factores, se puede concluir el grado de importancia que juega la calidad al momento de ofrecer un servicio, en especial el que ofrece MIND POWER a sus usuarios.

2.2.9 MARKETING MIX: 5 P´S

- **PRODUCTO**

Nuestro servicio se basa en satisfacer varias necesidades en el área educativa, es decir brindar un servicio de cursos de aplicación de técnicas de programación neurolingüística a los estudiantes Universitarios de Guayaquil, ya que en la actualidad dichos estudiantes no cuentan con un Centro Integral especializado que les transmita los beneficios y las influencias que tienen las técnicas neurolingüísticas en el desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje y desarrollo intelectual como lo son el liderazgo, comunicación, innovación, iniciativa, etc.

La estrategia que se utiliza dentro del servicio es ofrecer AGRADABLE AMBIENTE, SEGURIDAD, VARIEDAD Y COMPROMISO TOTAL CON NUESTROS CLIENTES Y TODO LO QUE TENGA QUE VER CON ELLOS para lo cual daremos y siempre seremos claros, brindando exhaustiva y transparente información de nuestros programas con los objetivos trazados por MIND POWER, ganándonos así su confianza, por nuestro trato individualizado con todos.

Además que tenemos a nuestro principal activo, nuestro personal, comprometidos con la responsabilidad para que se impliquen en el proyecto y con esto nos distinguiremos de los demás, fomentamos la diversidad y logrando metas, basándonos en nuestro desempeño, en el constante mejoramiento y renovación de los servicios que brindamos, para que siempre sean de la satisfacción, altura y agrado de nuestros clientes. El curso será garantizado 100% en caso de que el estudiante no logre desarrollar las habilidades previstas, podrá repetir el curso sin costo.

- **PRECIO**

El precio previsto estimado esta en los \$ 70 dólares, el mismo que es una ventaja competitiva con respecto a los otros programas ofrecidos en el mercado que bordean en promedio los \$100. Con este precio se desea crear un mayor interés por los cursos y al mismo tiempo nos brinda la posibilidad de un ingreso rápido al mercado. La política de este servicio es pago total al momento de inscripción. No se ha considerado extender crédito.

- **PROMOCIÓN**

- Para la promoción escrita se harán anuncios de periódico semanales, donde se promocionará la marca del Centro y las ventajas para los estudiantes.
- En los anuncios del periódico se puede a dar a conocer los horarios disponible para nuestro mercado objetivo y ponerle el precio del curso y unas que otras bondades o ventajas de la P.N.L
- A la fuerza de ventas le entregaremos material publicitario de apoyo como son los trípticos en donde se tiene la información del Centro de Programación Neurolingüística como su Dirección, Teléfono, E-mail de Contacto así como la de los Cursos a dictar en cuanto a Horarios, Profesores, Costos, etc.
- Otra forma de promocionarnos será invitando a participar de manera gratuita los cuales serán nuestra mejor promoción con otros estudiantes en sus universidades.

- Podemos usar otros medios alternativos como la radio para dar a conocer conjuntamente sobre el Centro de Programación Neurolingüística.

Detalle de gastos de promoción y publicidad	
Concepto	Mensual
Promoción(anuncio Periódicos)	\$ 200
Publicidad (trípticos, otros)	\$ 100
Total Gastos Promoción mensual	\$ 300
Total Gastos Promoción Anual	\$ 600

Tabla 21: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

- **PLAZA**

Hemos considerado ubicar nuestra instalación en la ciudad de Guayaquil en un lugar accesible para los estudiantes donde dispongan de buses urbanos que les facilite la movilización a los diversos sectores de la ciudad como lo son: norte, centro y sur. Así mismo, consideraremos situarlo en un ambiente que proporcione seguridad, tranquilidad y libre de ruidos, ya que nuestro programa así lo amerita.

El centro contará con una construcción moderna, de cemento, paredes de ladrillos y bloques, lozas de cemento, acabados con pintura, cielo raso y ventanales de vidrio con vista a los exteriores cercanos. En cuanto a los servicios básicos, el centro tendrá luz, agua, teléfono e internet, así como con suficientes luminarias en cada una de las distribuciones del centro y con todo lo indispensable para el buen funcionamiento de la empresa.



Gráfico 18: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

- **POST VENTA**

Desarrollaremos una relación continua con nuestros clientes, avisándoles vía telefónica sobre conferencias, seminarios, constantes capacitaciones y asesoramiento para que refuercen algún tema que no les haya quedado totalmente claro. Ya que es un servicio nuevo para ellos y necesitan conocer más acerca de este nuevo servicio, esto se lo hará después de haber realizado el programa.

Mantendremos informado al cliente sobre las nuevas ofertas, promociones, y servicios lo cual logrará fidelizar a nuestros clientes con el nuevo servicio y la empresa, ya que de esta forma lograremos que el cliente se sienta único, y que, a pesar de formar parte de la clientela, es importante por sí mismo. La quinta "P" es importante para nosotros como empresa ya que con esto se logra que el cliente repita la compra y motive a otros posibles clientes por medio del conocido marketing del "Boca a Boca". También nos regiremos con un sistema de gestión de calidad para verificar

que la implementación de nuestro programa ha sido útil para su vida profesional y personal.

2.2.10 MARKETING ESTRATÉGICO

Este será un Centro de Programación Neurolingüística práctico, dinámico, innovador donde la persona que va a hacer el curso encuentre que el esquema de nuestro programa de aprendizaje es de fácil asimilación.

Nuestro mercadeo apuntará a la diferenciación de nuestro programa con los de la competencia, donde nos salimos del esquema académico donde hay el profesor tipo expositor y el alumno sólo oyente, sino más bien habrá personal altamente capacitado que aplicará de manera metódica las principales técnicas (metáforas, mapas mentales, relajación creativa, anclaje, etc.) integrándolas en un proceso global que ayude a cambiar estrategias, agudizar la capacidad de percepción, generando así estados de sincronización entre pensamientos, sentimientos de acción que a la vez generan conocimiento, experimentación y resultados.

2.2.11 ESTRATEGIA DE VENTA

Nuestra estrategia de ventas tendrá dos enfoques, por un lado vamos a utilizar el método tradicional de promoción y captación de clientes a través de la prensa escrita en la cual el cliente es el que viene a nosotros interesado por el servicio. Por otro lado vamos a tener nuestra propia fuerza de ventas que impulsará la adquisición del servicio directamente en las universidades haciéndole notar las ventajas de mejorar ciertos aspectos de la P.N.L.

Para captar a los interesados tendremos una línea telefónica dedicada a la recepción de llamadas, se les informara y gestionara a los interesados. Se podrá hacer una pre-inscripción por esta vía, es decir se obtendrá la información básica del cliente y se dejará lista su ficha de ingreso hasta que se presente para hacer el pago correspondiente.

También se dará la facilidad en el caso que el cliente cuente con la totalidad del pago para que deposite el valor del curso en nuestras cuentas bancarias, en cuyo caso nos entregará el comprobante de depósito y le daremos su factura correspondiente a la inscripción.

La otra estrategia de ventas es contar con un equipo de 4 vendedores con los cuales implementaremos una cobertura en tres frentes distintos clasificando a la ciudad en Zona Norte, Zona Centro, Zona Sur y Durán con un recorrido de barrido de zonas.

2.2.11.1 TÁCTICAS DE VENTA

El Departamento Comercial del Centro Integral de Programación Neurolingüística está conformado por el Gerente General, Asesor Comercial, Asistente Comercial y promotores comerciales los cuales tienen la responsabilidad del mercadeo, promoción y venta de los cursos que se imparten. Los alumnos acudirían en su gran mayoría a los cursos por la época de vacaciones, más o menos febrero, marzo y abril.

2.3 ESTUDIO TÉCNICO

2.3.1 LOCALIZACIÓN

Haremos el estudio con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar el centro de programación neurolingüística, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario.

FACTORES	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN				
	% Importancia	CENTRO		NORTE	
		puntuación	% ganado	puntuación	% ganado
Cercanía al mercado	20%	7.5	1.50	9.0	1.80
Accesibilidad	25%	8.0	2.00	8.0	2.00
Comodidad y Seguridad	25%	8.0	2.00	9.0	2.25
Impacto Social	15%	7.0	1.05	8.0	1.20
Otros aspectos (plusvalía, imagen, etc.)	15%	7.0	1.05	7.0	1.05
SUMATORIA DE PUNTOS	100%		7.60		8.30

Tabla 22: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres



Para saber con exactitud dónde nos conviene ubicar nuestras oficinas, utilizaremos el método cualitativo por puntos. Este método consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se les atribuye. El peso relativo, sobre la base de una suma igual a 1, depende fuertemente del criterio y experiencia del evaluador.

Al comparar dos o más localizaciones opcionales, se procede a asignar una calificación a cada factor en una localización de acuerdo con una escala predeterminada como, por ejemplo, de 0 a 10. La suma de las calificaciones ponderadas permitirá seleccionar la localización que acumule el mayor puntaje.

2.3.2 OPERACIÓN DEL NEGOCIO

El servicio que ofrece nuestro centro integral de programación neurolingüística se basa en la aplicación de las técnicas neurolingüísticas en forma dinámica, práctica y a través de ejemplos, metáforas, con la utilización del método científico y en conjunto con nuestros sentidos, que son parte fundamental para la captación de las mismas.

El servicio se brindará mediante cursos de una hora, tres días a la semana durante un mes, donde el alumno tendrá que realizar cada una de las actividades que el profesor le diga, ya que esto será primordial para la correcta asimilación de las técnicas, dependiendo de cuál sea la que se le esté aplicando en cada clase.

El profesor será la persona especializada, previamente capacitada para realizar la aplicación de cada una de las técnicas correspondientes a cada clase según nuestro cronograma y con ayuda del material didáctico. Los cursos se desarrollarán bajo la aplicación de la técnica principal que es la relajación creativa, de esta se derivan otras técnicas como lo son las metáforas, el Rapport-Acompasar, el anclaje y el reencuadre, las cuales se tocarán una en cada clase y se reforzarán continuamente, es decir clase a

clase ya que en la P.N.L. los resultados se los obtiene mediante el refuerzo continuo de las técnicas.

Los cursos a ser dictados en nuestro centro tendrán una duración de un mes, estos iniciarán de forma continua, es decir uno tras otro, serán de una hora diaria tres días a la semana, los cursos serán impartidos en la mañana desde las 8h hasta las 9h, de 9h hasta las 10h, de 10h hasta las 11h y de 11h hasta las 12h, y en la tarde desde las 14h hasta las 15h, de 15h hasta las 16h, de 16h hasta las 17h y de 17h hasta las 18h, poniendo a disposición horarios nocturnos especiales con un costo diferente para quienes estén interesados.

Para los análisis de control de calidad tanto del servicio que brindamos como de los profesores que imparten los cursos realizaremos un cuestionario de preguntas a los estudiantes al finalizar el mismo, este cuestionario podrá ser contestado de manera anónima y las preguntas tratarán sobre la apreciación a la temática y la formas de aplicarlas, percepción sobre el profesor al dar las clases y opinión acerca del personal en general y la infraestructura del centro.

- **METODOLOGÍA**

La metodología que emplearemos en nuestro centro se respalda en el método científico ya que es un proceso dinámico que busca información constante, es un procedimiento que se cumple o se efectúa a través de un conjunto de instrumentos y medios, llamados técnicas.

Proponemos en nuestro proyecto la aplicación técnica-científica de las técnicas de programación neurolingüísticas, ya que constituyen una alternativa innovadora en educación para mejorar el desarrollo cognitivo, actitudinal y procedimental de los estudiantes universitarios. Nuestro trabajo tiene como finalidad ofrecer a los universitarios la incorporación de las técnicas, a fin de que los resultados del proceso enseñanza-aprendizaje sean más efectivos y de esta manera los estudiantes logren un mejor rendimiento, nuevas habilidades y nuevas actitudes frente a sus hábitos de estudio.

Contaremos con una **administración**, entiéndase como administración a un proceso por medio del cual las personas que pertenecen a una institución cumplen sus roles para llegar a un objetivo determinado. Vemos entonces que la administración ayuda a poner orden a los esfuerzos de las personas que pertenecen a una organización, por ello nos referiremos a las funciones de la administración. Al aplicarlas a nuestro proyecto tendremos:

Planeación: A través de ella planificaremos las acciones a seguir:

- Iniciaremos con la oportuna y exhaustiva difusión del centro, sus beneficios y explicación de lo que ofrecemos.
- Daremos las respectivas informaciones vía telefónica desde el centro y vía internet.
- Realizaremos las respectivas inscripciones en el centro durante el lapso establecido.

- Efectuaremos los análisis sobre los promedios de los inscriptos y en el caso de los que tengan un bajo aprovechamiento será considerado un caso severo y recibirá otro tipo de curso, con otro programa.
- Iniciaremos los cursos en las fechas y horarios establecidos por el centro.
- Entregaremos el material didáctico respectivo a los alumnos.
- Se realizará la aplicación de las técnicas por parte del personal docente a los estudiantes.
- Se efectuarán talleres para controlar el avance y los resultados del proyecto.
- Finalizaremos el curso con el cuestionario de preguntas correspondientes a la calidad del servicio, personal e infraestructura a los estudiantes sobre el centro.

Organización: Se determinará la apropiada distribución del personal en los diferentes cargos, horarios y funciones en el centro. Se requerirá personal para los departamentos y funciones de:

- Recepción e información. (sistemas)
- Departamento Administrativo
- Departamento Especializado en casos severos donde la aplicación de la P.N.L es distinta.
- Limpieza y mantenimiento
- Docencia
- Guardianía

- Supervisión

Cada una de estas funciones son internas y serán ejercidas dentro del centro.

Ejecución: Todo el personal con el que cuente el centro estará altamente capacitado para realizar de manera apropiada y oportuna cada una de sus funciones para así garantizar un excelente servicio. El personal deberá respetar las políticas de la empresa y sus reglamentos para respaldar el prestigio de la misma y su buena imagen.

Control: Los docentes contarán con un supervisor, el cual será el encargado de chequear que el programa se lleve a cabo de forma práctica con todas las actividades previstas, con el debido entusiasmo y evaluando el resultado de las acciones y el trabajo del personal activo en el centro.

2.3.3 PROCESO DEL SERVICIO

Programa detallado del curso de aplicación de técnicas de P.N.L.

Día 1:

- Introducción mediante la técnica Rapport-Acompasar
 - Busca la armonía entre el docente y el estudiante para conseguir una comunicación efectiva.
- Aplicación de la técnica de relajación creativa más las metáforas.
 - **Actividades:** Creación de un ambiente de armonía en el salón de clase, hacer cerrar los ojos a los estudiantes y dar las instrucciones para empezar el proceso de relajación, aplicar las

sugestiones adecuadas al problema específico; conducir finalmente a los estudiantes a la apertura ocular.

- **Recursos:** Expresión oral, grabadora, textos de sugestión apropiada, palmas de las manos u objeto que provoque sonidos.
- Taller mediante ejemplos planteados por los estudiantes o por el profesor.

Día 2:

- Introducción con alguna historia o ejemplo.
- Aplicación de la técnica de relajación creativa más anclaje.
 - **Actividades:** Ejercicios de relajación para aplicar técnicas de visualización, repetición del ancla por parte del docente, las que pueden ser visuales, auditivos o Kinestésicos cuya finalidad es la creación de un hábito.
 - **Recursos:** Textos seleccionados, lenguaje oral, grabadora, sonidos, gestos movimientos corporales, etc.
- Taller de análisis entre los estudiantes sobre ejemplos de estudio.

Día 3:

- Introducción con alguna historia o ejemplo.
- Aplicación de la técnica de relajación creativa más reencuadre.
 - **Actividades:** Hacer sugerencias a través del diálogo, relatar historias que ilustren el problema que se quiere reencuadrar, elevar el autoestima.
 - **Recursos:** Expresión oral, lecturas seleccionadas, textos, grabadora.
- Taller con ejemplos planteados por el profesor o los estudiantes.

Día 4:

- Introducción con alguna historia o ejemplo.
- Repetición para el refuerzo de la aplicación de la técnica de relajación creativa más las metáforas.
 - **Actividades:** Recreativas de lectura, relatos, analogías palabras, ejemplos personales y chistes.
 - **Recursos:** textos seleccionados, lenguaje oral.
- Taller con ejemplos.

Día 5:

- Introducción con alguna historia o ejemplo.
- Repetición para el refuerzo de la aplicación de la técnica de relajación creativa más anclaje.
 - **Actividades:** Ejercicios de relajación para aplicar técnicas de visualización, repetición del ancla por parte del docente, las que pueden ser visuales, auditivos o Kinestésicos cuya finalidad es la creación de un hábito.
 - **Recursos:** Textos seleccionados, lenguaje oral, grabadora, sonidos, gestos movimientos corporales, etc.
- Taller de análisis entre los estudiantes sobre ejemplos de estudio.

Día 6:

- Introducción con alguna historia o ejemplo.
- Repetición para el refuerzo de la aplicación de la técnica de relajación creativa más reencuadre.
 - **Actividades:** Hacer sugerencias a través del diálogo, relatar historias que ilustren el problema que se quiere reencuadrar, elevar el autoestima.

- **Recursos:** Expresión oral, lecturas seleccionadas, textos, grabadora.
- Taller con ejemplos planteados por el profesor o los estudiantes.

Día 7:

- Introducción con alguna metáfora o historia de refuerzo personal.
- Aplicación de la técnica de relajación creativa más las metáforas con un nuevo mensaje de cambio.
 - **Actividades:** Creación de un ambiente de armonía en el salón de clase, hacer cerrar los ojos a los estudiantes y dar las instrucciones para empezar el proceso de relajación, aplicar las sugerencias adecuadas al problema específico; conducir finalmente a los estudiantes a la apertura ocular.
 - **Recursos:** Expresión oral, grabadora, textos de sugestión apropiada, palmas de las manos u objeto que provoque sonidos.
- Taller mediante ejemplos planteados por los estudiantes o por el profesor.

Día 8:

- Introducción con alguna historia o ejemplo.
- Aplicación de la técnica de relajación creativa más anclaje con un nuevo fin de cambio.
 - **Actividades:** Ejercicios de relajación para aplicar técnicas de visualización, repetición del ancla por parte del docente, las que pueden ser visuales, auditivos o Kinestésicos cuya finalidad es la creación de un hábito.

- **Recursos:** Textos seleccionados, lenguaje oral, grabadora, sonidos, gestos movimientos corporales, etc.
- Taller de análisis entre los estudiantes sobre ejemplos de estudio.

Día 9:

- Introducción con alguna historia o ejemplo.
- Aplicación de la técnica de relajación creativa más reencuadre con solución a otro problema de hábito de estudio que reencuadrar.
 - **Actividades:** Hacer sugerencias a través del diálogo, relatar historias que ilustren el problema que se quiere reencuadrar, elevar el autoestima.
 - **Recursos:** Expresión oral, lecturas seleccionadas, textos, grabadora.
- Taller con ejemplos planteados por el profesor o los estudiantes.

Día 10:

- Introducción con alguna historia o ejemplo.
- Repetición para el refuerzo de la aplicación de la técnica de relajación creativa más las metáforas.
 - **Actividades:** Recreativas de lectura, relatos, analogías palabras, ejemplos personales y chistes.
 - **Recursos:** textos seleccionados, lenguaje oral.
- Taller con ejemplos.

Día 11:

- Introducción con alguna historia o ejemplo.
- Repetición para el refuerzo de la aplicación de la técnica de relajación creativa más anclaje.
 - **Actividades:** Ejercicios de relajación para aplicar técnicas de visualización, repetición del ancla por parte del docente, las que pueden ser visuales, auditivos o Kinestésicos cuya finalidad es la creación de un hábito.
 - **Recursos:** Textos seleccionados, lenguaje oral, grabadora, sonidos, gestos movimientos corporales, etc.
- Taller de análisis entre los estudiantes sobre ejemplos de estudio.

Día 12:

- Introducción con alguna historia o ejemplo.
- Repetición para el refuerzo de la aplicación de la técnica de relajación creativa más reencuadre.
 - **Actividades:** Hacer sugerencias a través del diálogo, relatar historias que ilustren el problema que se quiere reencuadrar, elevar el autoestima.
 - **Recursos:** Expresión oral, lecturas seleccionadas, textos, grabadora.
- Taller con ejemplos planteados por el profesor o los estudiantes.
- Resumen de todo lo aprendido, análisis de los problemas que se han planteado durante las clases y se han solucionado a lo largo del curso mediante la aplicación de las técnicas, recomendaciones a los estudiantes sobre los resultados que deberán observar en sus estudios universitarios y ofrecimiento de un material final para un constante y permanente refuerzo de las técnicas.

Programa detallado del curso de aplicación de técnicas de P.N.L. en los casos severos.

- **Día 1:**
- Introducción mediante la técnica Rapport-Acompasar
 - Busca la armonía entre el docente y el estudiante para conseguir una comunicación efectiva.
- Aplicación de la terapia holística virtual.
 - Con esta terapia se logra un mayor acceso al hemisferio derecho del cerebro para obtener así mayores resultados.
 - **Actividades:** Prepararlos para la aplicación de las técnicas, dialogar con dichos estudiantes, colocar un dispositivo electrónico en la cabeza del alumno, encender el aparato para empezar el proceso.
 - **Recursos:** Equipo electrónico PR-2X (Personal Relaxer) Metal Desktop System o Proteus Mind Machine.

A partir del día 2 en adelante el programa es el mismo pero con una constante aplicación de la terapia holística virtual.

2.3.4 DISEÑO DEL LOCAL

- ***Instalaciones***

Según las distribuciones que hemos adecuado, se requerirá de una infraestructura de dos plantas, donde podremos separar las tres áreas en las que se ha dividido el centro, área de recepción e información, área de departamentos administrativos y oficinas y área de docencia.

En la planta baja tendremos el área de recepción e información, el cual contará con un espacio amplio, en el lado derecho estarán ubicadas las oficinas administrativas, departamentos de contabilidad y las escaleras hacia el segundo piso, en el lado izquierdo estarán los baños, la bodega con los suministros y materiales y el departamento de mantenimiento y limpieza.

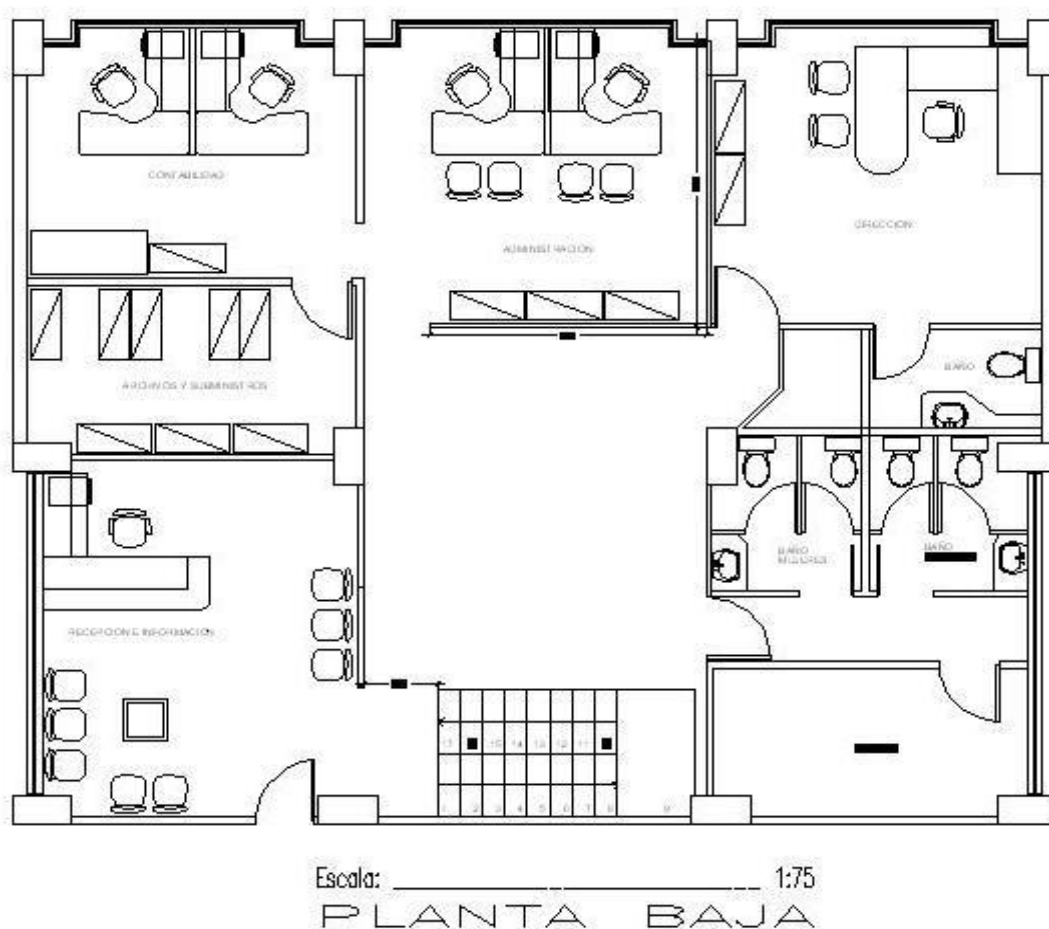
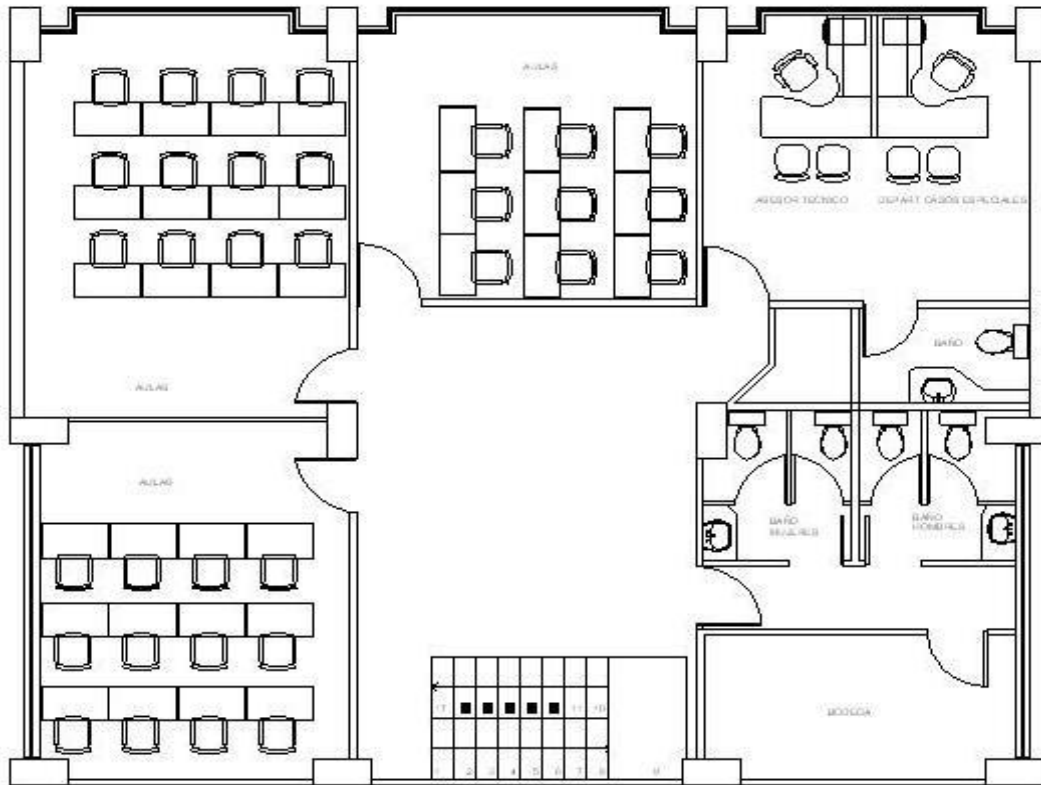


Gráfico 19: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

En la planta alta estarán ubicados las aulas, la oficina del asesor técnico y el departamento de casos especiales, también habrá baños disponibles y la adecuación de las aulas las podremos observar en las siguientes figuras.



Escala: _____ 1:75
PLANTA ALTA

Gráfico 20: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

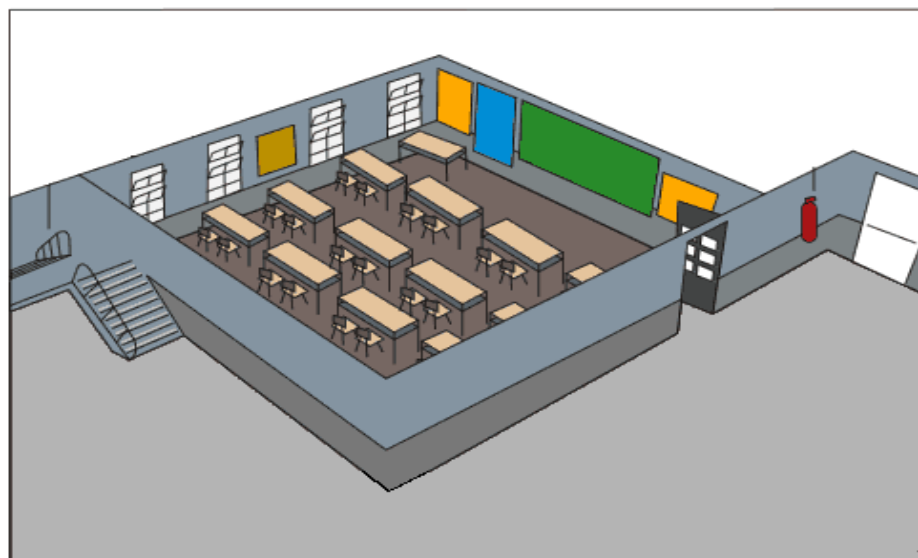


Gráfico 21: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

Estas estarán dotadas con pupitres personales con sus respectivas sillas para los alumnos, una pizarra acrílica para la introducción y desarrollo del tema, una grabadora para la aplicación de las técnicas y aire acondicionado.

- ***Equipos y Mobiliario***

Nuestro centro contará con equipos de oficina, equipo técnico y mobiliario de primera, también gozará de un espacio físico distribuido de una manera muy apropiada para garantizarle al cliente un servicio de alto nivel con todas las comodidades y facilidades que necesiten para el buen desarrollo del curso y cumplimiento de todo el programa.

El centro se ha dividido en tres áreas físicas:

1. Recepción e Información
2. Departamentos administrativo, especializado y oficinas.
3. Aulas

También contaremos con equipos y activos en cada una de estas áreas los cuales detallaremos a continuación:

DETALLE DE ACTIVOS EN AULAS

	POR AULA	TOTAL
Número de aulas		4
Pizarra líquida	1	4
grabadora	1	4
Aire acondicionado	1	4
Pupitres con sillas alumnos	20	80
Escritorio profesor	1	4
Silla profesor	1	4
Total activos fijos en aulas		104

Tabla 23: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

**DETALLE DE ACTIVOS EN RECEPCIÓN E
INFORMACIÓN**

	UNIDADES
Servidor/computador de recepción	1
Impresora/fotocopiadora	1
Mostrador recepción	1
Central telefónica	1
Silla recepción	1
Ruteador	1
Aire acondicionado	1
Total activos fijos recepción	7

Tabla 24: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

**DETALLE DE ACTIVOS EN DEPARTAMENTOS Y
OFICINAS**

	UNIDADES
Computadoras	2
Impresoras	1
Aire acondicionado	1
Sillas	4
Escritorios/estación de trabajo	4
Archivadores	4
teléfonos	4
Varios	3
Total activos fijos en Dep/ofic.	23

Tabla 25: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

**DETALLE DE ACTIVOS EN EQUIPOS
ELECTRÓNICOS ESPECIALES**

	UNIDADES
PR-2X Professional Desktop	2
Proteus Mind Machine	2
Total activos fijos en Eq. Especiales	4

Tabla 26: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

Para que la infraestructura sea propicia y se adecue a los requerimientos del centro realizaremos redistribuciones del inmueble aún cuando esto incluya derribar paredes y levantarlas, adecuaciones eléctricas, sanitarias, potables, letreros, entre otros. Para llevar esto a cabo se ha considerado un presupuesto de \$5.000 dólares.

2.3.5 RIESGOS

Para el análisis de los riesgos que conlleva nuestro proyecto hemos considerado tres grupos que según nuestro criterio y análisis podrían afectar la operación del negocio, estos son:

- Riesgo de mercado
- Riesgo financiero
- Riesgo operativo

Los riesgos de mercado los hemos desglosado en riesgos de baja aceptación del servicio y riesgo de ubicación. Nuestro plan muestra mitigantes que disminuyen estos riesgos como el equilibrio y la buena ubicación con facilidades de acceso y transporte.

Los riesgos financieros se desglosan en riesgo de control de gastos y riesgo de exceso de sueldos variables, ya que podrían distorsionar y perjudicar los ingresos netos, sin embargo en los mitigantes establecemos soluciones como extremos controles sobre los presupuestos destinados a dichos gastos, así como amplia flexibilidad en estos presupuestos, y bases de ventas para los promotores para poder controlar las comisiones mediante un tope mensual de clientes y de esta manera evitar un excesivo pago en comisiones.

Los riesgos operativos se desglosan en riesgo de calidad de profesores y riesgo de capacidad instalada, en los mitigantes hacemos referencia a que la mala selección y disposición de los profesores afectaría radicalmente el

funcionamiento del negocio, también mostramos soluciones para minimizar este riesgo como minuciosa selección de dicho personal y constante capacitación a los mismos, en cuanto a la capacidad tenemos en cuenta que no podemos exceder el tope máximo ya que esto disminuiría la calidad de nuestra metodología, e incluso consideramos la expansión del tamaño del negocio en un futuro de ser necesario.

2.3.6 PLANES DE CONTINGENCIA

La vulnerabilidad de la economía ecuatoriana nos obliga a tener siempre un plan de contingencia al cual acudir cuando las expectativas financieras del negocio no han cumplido con los objetivos programados. El plan de contingencia que proponemos como respaldo si nuestro proyecto no es viable es:

- Ofrecer nuestro espacio físico alquilando el mismo a personas que capaciten o nivelen a estudiantes de colegios o universidades como es la Apol, que por lo general necesitan cursos para dictar sus clases.
- Alquilar las instalaciones a empresas para que allí capaciten a su personal.

2.3.7 ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL

- ***Tipo de empresa y requerimientos para su constitución***

Nuestra empresa constituirá una sociedad anónima, tendrá su sede principal en la ciudad de Guayaquil y estará facultada para abrir sucursales y agencias en cualquier lugar del país.

En cuanto a la representación legal, como ya lo mencionamos, estará a cargo del Gerente general de la empresa, el cual será nombrado por el Directorio de la misma. Como fin social tendrá la prestación de servicios de aplicación de técnicas de programación neurolingüística a estudiantes universitarios, limitándose a dictar cursos y charlas motivadoras al cambio para su desarrollo intelectual y cognitivo.

Los fundadores de la compañía serán Héctor Cárdenas, Diana Mejía y Steffi Torres. Los principales requerimientos que se deberán cumplir para la constitución de la empresa son:

- Escrituras de constitución.
- Nombramientos de representantes legales debidamente registrados en el Registro Mercantil.
- Obtención de Registro Único de Contribuyente en el Servicio de Rentas Internas.
- Certificado de pago de afiliación de la empresa a la Cámara de Comercio de Guayaquil.
- Patentes Municipales (0,57% del patrimonio de la empresa).
- Tasas de habilitación - Permisos de Funcionamiento del Municipio.

- Pago de la contribución a la Superintendencia de Compañías (1 por mil de los activos).
- Pago de la contribución a la Universidad de Guayaquil (2.0 por mil del capital suscrito).
- Permiso de funcionamiento de Cuerpo de Bomberos (\$35 aproximadamente).
- Impuesto de la Junta de Beneficencia (\$200).
- Permiso de sanidad del Instituto de Higiene (\$8 aproximadamente)

2.3.8 ANÁLISIS AMBIENTAL Y SOCIAL

Nuestra empresa no generará ningún impacto ambiental negativo ya que es una empresa de servicios y en el desarrollo de sus actividades ninguna involucra gases tóxicos o alguna clase de contaminación de ningún tipo. En cuanto al impacto social, consideramos que el centro generará un aporte muy positivo ya que con el objetivo principal del centro que es la aplicación de las técnicas de la P.N.L. obtendremos como resultado estudiantes universitarios con un nivel intelectual desarrollado, con capacidades sorprendentes de análisis y un desarrollo cognitivo hacia el éxito, poniendo a disposición de la sociedad Guayaquileña, profesionales capaces y de provecho.

Con este servicio mejoramos el nivel intelectual, cognitivo de los estudiantes, mejoramos y modificamos sus hábitos de estudio para que de esta manera tengan un alto rendimiento en el nivel académico y posteriormente a nivel profesional.

CAPITULO III

ESTUDIO FINANCIERO

3.1 PRESUPUESTO E INVERSIONES

3.1.1 Inversión en activos fijos

Para el inicio del Centro Integral no se necesita realizar una inversión en la compra de un bien inmueble para el establecimiento del mismo, se ha decidido que es preferible inicialmente alquilar un local al cual se le efectuarán las adecuaciones necesarias para la obtención de instalaciones acordes a los requerimientos de nuestro centro. Por esta razón la inversión a realizarse en activos fijos estará destinada a estos cuatro grupos:

1. Activo Fijo Tangible
2. Activo Fijo Intangible
3. Capital de Trabajo
4. Adecuaciones

Para garantizar a nuestros clientes que contaremos con máquinas con tecnología de punta y con equipos actuales y modernos, además hemos

considerado que dichos equipos principalmente los de computación y los electrónicos especiales serán renovados al finalizar su vida útil.

PLAN DE INVERSIÓN	
Activo Fijo Tangible	12662.20
Activo Fijo Intangible	0.00
Capital de Trabajo	19905.86
Adecuaciones	5000.00
Inversión Total	37568.06

Tabla 27: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

Cabe recalcar que en la parte de adecuaciones se incluyen todos los valores que se han estimado invertir en los cambios de infraestructura del local que alquilaremos, siendo estos reparaciones, paredes, pintura, divisiones, puertas, otros.

De acuerdo a nuestras adecuaciones, el local deberá tener dos plantas, en la planta alta estarán ubicadas las cuatro aulas, las cuales tendrán capacidad para 20 personas cada una. A continuación se detallará la inversión en cada una de las áreas:

INVERSIÓN DE ACTIVOS EN AULAS				
	POR AULA	TOTAL	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Número de aulas		4		
Pizarra líquida	1	4	\$ 80.00	\$ 320.00
Grabadora	1	4	90.00	360.00
Aire acondicionado	1	4	559.00	2236.00
Pupitres alumnos	20	80	40.00	3200.00
Escritorio profesor	1	4	150.00	600.00
Silla profesor	1	4	25.00	100.00
Total activos fijos en aulas		104		\$ 6816.00

Tabla 28: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

En la planta baja tendremos el área de recepción e información, el cual contará con un espacio amplio, aquí también estarán ubicadas las oficinas administrativas y departamentos de contabilidad. En los cuadros continuos detallaremos la inversión en muebles y equipos necesarios para dichas áreas.

INVERSIÓN DE ACTIVOS EN RECEPCIÓN E INFORMACIÓN			
	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Servidor/computador de recepción	1	\$ 500.00	\$ 500.0
Impresora/fotocopiadora	1	150.00	150.00
Mostrador recepción	1	217.00	217.00
Central telefónica	1	200.00	200.00
Silla recepción	1	70.00	70.00
Ruteador	1	100.00	100.00
Aire acondicionado	1	559.00	559.00
Total activos fijos en aulas	7		\$ 1796.00

Tabla 29: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

INVERSIÓN DE ACTIVOS EN DEPARTAMENTOS Y OFICINAS			
	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadoras	2	\$ 500.00	\$ 1000.00
Impresoras	1	150.00	150.00
Aire acondicionado	1	559.00	559.00
Sillas	4	25.00	100.00
Escritorios/estación de trabajo	4	160.00	640.00
Archivadores	4	77,80	311,20
teléfonos	4	40.00	160.00
Varios	3	70.00	210.00
Total activos fijos en Dep/ofic.	23		\$ 3130,20

Tabla 30: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

En la planta alta también encontraremos el departamento de casos especiales, el cual estará dotado con equipos electrónicos necesarios para dicha función. A continuación el detalle de los mismos:

INVERSIÓN DE ACTIVOS EN EQUIPOS ELECTRÓNICOS ESPECIALES			
	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL
PR-2X Professional Desktop	2	\$ 240.00	\$ 480.00
Proteus Mind Machine	2	220.00	440.00
Total activos fijos en Eq. Especiales	4		\$ 920.00

Tabla 31: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

Debemos tener en cuenta que los equipos estarán contabilizados en los activos fijos al igual que los muebles y se depreciarán en un período de 3 años en el caso de los equipos y de 10 años en el caso de los muebles, las adecuaciones serán contabilizadas como activos de largo plazo como gastos pre-operacionales y se depreciará en un período de 3 años según lo manda la ley. En el cuadro siguiente se detallan dichas depreciaciones y amortizaciones:

DETALLE DE DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS							
Depreciación							
	TOTAL INVERSIÓN	%	1	2	3	4	5
Equipos de computación	\$ 6694.00	33,33%	2231,11	2231,11	2231,11	–	–
Equipos Reposición	6694.00	33,33%	–	–	–	2231,11	2231,11
Muebles de oficina	5968,20	10,00%	596.82	596.82	596.82	596.82	596.82
Amortización							
Adecuaciones	\$ 5000.00	20,00%	1000.00	1000.00	1000.00	1000.00	1000.00

Tabla 32: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.1.2 Inversión en Capital de Trabajo

Hemos calculado la inversión en capital de trabajo de acuerdo a las necesidades de recursos que se nos han presentado en las proyecciones para el primer año. Decidimos utilizar el Método del Déficit acumulado máximo, el cual supone calcular para cada mes de primer año los flujos de ingresos y egresos proyectados y determinar su cuantía como el equivalente al déficit acumulado máximo.

Se ha considerado que este capital de trabajo se mantiene en nuestro proyecto y se lo recupera en el transcurso de los años.

El máximo déficit acumulado asciende a \$19.906 dólares en el cuarto mes, por lo que esta será la inversión que deberá efectuarse en capital de trabajo para financiar la operación normal del proyecto. El déficit máximo acumulado refleja la cuantía de los recursos a cubrir durante todo el tiempo en que se mantenga el nivel de operación.

CAPITAL DE TRABAJO												
MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
INGRESOS	0	10640	12110	13860	15820	17570	20160	20650	14140	14490	15680	14490
EGRESOS	14101	14119	14137	14159	14182	13417	13417	13417	13417	13417	13417	13417
SALDOS	-14101	-3479	-2027	-299	1638	4153	6743	7233	723	1073	2263	1073
SALDO ACUMULADO	-14101	-17580	-19607	-19906	-18268	-14115	-7371	-138	585	1658	3921	4994

Tabla 33: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTOS Y NECESIDADES DE CAPITAL

La principal fuente de inversión con la que cuenta nuestro proyecto es la que realizaremos los accionistas con un capital representativo del 60% equivalente a \$22.540,84 dólares también contará con un préstamo que realizaremos del 40% a el Banco del Pacífico de \$15027,22 dólares.

El monto de inversión total que requiere nuestro proyecto en activos fijos y capital de trabajo se desglosa a continuación:

MIND POWER			
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
AL 1 DE ENERO DEL 2011			

ACTIVO		PASIVO	
Activo Corriente		Pasivo Corriente	
Capital de Trabajo	19,905.86	Deuda a corto plazo	2220.40
Total Activo Corriente	\$ 19,905.86	Total Pasivo Corriente	\$ 2,220.40
Activo no Corriente		Pasivo no Corriente	
Activo Fijo Tangible	12662.20	Deuda a largo plazo	12,806.82
Adecuaciones local	5000.00	Total Pasivo no Corriente	\$ 12,806.82
Activo Fijo Intangible	0.00	Total Pasivo	\$ 15,027.22
Total Activo no Corriente	\$ 17,662.20	PATRIMONIO	
		Aporte de Accionistas	22,540.84
		Total Patrimonio	\$ 22,540.84
Total Activo	\$ 37,568.06	Total Pasivos y patrimonio	\$ 37,568.06

Tabla 34: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

Nuestra empresa es una sociedad anónima y como tal está formada por acciones, sus principales accionistas son Héctor Cárdenas con un 35%, Diana Mejía con un 33% y Steffi Torres con un 32% de participación en las acciones.

APORTACIÓN DE LOS SOCIOS		
Accionistas	Participación	Monto
Héctor Cárdenas	35%	7889.29
Diana Mejía	33%	7438.48
Steffi Torres	32%	7213.07
TOTAL		22540.84

Tabla 35: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.2.1 Amortización de la Deuda Bancaria

Como ya mencionamos, contaremos con una inversión de \$15.027,22 dólares, este dinero provendrá de un préstamo al Banco del Pacífico. Esta deuda será amortizable a 5 años con una tasa de interés anual del 15.19% (tasa empresarial para proyectos), la cual fue proporcionada por dicha institución bancaria. La amortización de la deuda se detalla a continuación:

Tasa empresarial Banco del Pacífico	15,19%
--	--------

AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA				
AÑOS	SALDO DEUDA	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN
0	15027.22	0.00	0.00	0.00
1	15027.22	4503.04	2282.64	2220.40
2	12806.82	4503.04	1945.36	2557.68
3	10249.14	4503.04	1556.84	2946.19
4	7302.95	4503.04	1109.32	3393.72
5	3909.23	4503.04	593.81	3909.23

Tabla 36: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.3 INGRESOS ESTIMADOS TOTALES

Para realizar la estimación de los ingresos totales se ha tomado en consideración la capacidad de la infraestructura de nuestras aulas, también cabe señalar que se ha estimado para el primer año de operación alcanzar un nivel igual al 2,20% de la población objetivo, ya que deseamos ser conservadores, y paulatinamente ir alcanzado un mayor porcentaje de clientes potenciales.

POBLACIÓN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS 2	120,000
ESTIMACIÓN ALUMNOS 1ER AÑO	2642
PORCENTAJE ALCANZABLE 1ER AÑO	2,20%

Tabla 37: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

Se ha estimado también que nuestra demanda aumentara en función del crecimiento de la población de la ciudad de Guayaquil, la tasa de crecimiento en la actualidad es de 2.5% según el INEC¹, y se espera que crezca más.

Para nuestros cálculos hemos tenido en cuenta que la afluencia de los alumnos variará por temporadas ya que es probable que en la época de vacaciones haya un mayor número de estudiantes que durante el período de clases, al igual que en la época navideña y fin de año. Los detalles y las cifras tanto anuales como mensuales se muestran a continuación:

1 http://es.wikipedia.org/wiki/Demograf%C3%ADa_de_Guayaquil

2 <http://es.wikipedia.org/wiki/Guayaquil>

ESTIMACIÓN NÚMERO DE PARTICIPANTES MENSUALES					
MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	152	156	160	165	170
2	173	177	182	187	192
3	198	203	208	214	220
4	226	232	238	245	252
5	251	257	264	271	279
6	288	295	303	311	320
7	295	302	310	318	327
8	202	207	213	219	225
9	207	212	218	224	230
10	224	230	236	243	250
11	207	212	218	224	230
12	219	224	230	236	243
TOTAL	2642	2707	2780	2857	2938
CRECIMIENTO ANUAL		2,2%	2,4%	2,5%	2,6%

Tabla 38: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

En la estimación de los ingresos mensuales hemos considerado un precio promedio de \$65 por cada estudiante, también estaremos incluyendo en esta tabla un ingreso adicional de \$5 que se cobrará a cada estudiante por la entrega del material requerido para el curso, teniendo en cuenta que este material no solo le será útil durante el curso sino también luego de este ya que los audios pueden ser aplicados continuamente por ellos mismos en su hogar. Las cifras se detallan a continuación:

ESTIMACIÓN INGRESOS MENSUALES					
MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	10.640,00	10.920,00	11.200,00	11.550,00	11.900,00
2	12110,00	12390,00	12740,00	13090,00	13440,00
3	13860,00	14210,00	14560,00	14980,00	15400,00
4	15820,00	16240,00	16660,00	17150,00	17640,00
5	17570,00	17990,00	18480,00	18970,00	19530,00
6	20160,00	20650,00	21210,00	21770,00	22400,00
7	20650,00	21140,00	21700,00	22260,00	22890,00
8	14140,00	14490,00	14910,00	15330,00	15750,00
9	14490,00	14840,00	15260,00	15680,00	16100,00
10	15680,00	16100,00	16520,00	17010,00	17500,00
11	14490,00	14840,00	15260,00	15680,00	16100,00
12	15330,00	15680,00	16100,00	16520,00	17010,00
TOTAL	\$ 184.940,00	\$ 189.490,00	\$ 194.600,00	\$ 199.990,00	\$ 205.660,00

Tabla 39: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.4 COSTOS ESTIMADOS TOTALES

Nuestros costos totales están estimados en los siguientes dos cuadros, en el primero detallaremos los costos de los profesores y en el segundo los costos de los materiales que se emplearán en cada curso o clase.

En el recuadro de los costos de los profesores se cuenta con cuatro profesores, uno para cada curso ya que nuestro centro dispone de cuatro aulas y todas funcionarán en los mismos horarios, esto generará un costo por hora estimado en \$10,00 la hora en la cual ya se incluyen los beneficios sociales correspondientes, cada profesor daría un total de ocho horas diarias tres días a la semana, como lo estipula los horarios ya preestablecidos de nuestros cursos. Esto le generará un ingreso mensual a cada profesor de \$960 lo cual lo hace un valor atractivo para cualquier profesional ya que está muy por encima del salario base y tendrán varios días libres a la semana.

ESTIMACIÓN HORAS Y COSTO PROFESORES	
HORARIO	P.N.L (horas)
Mañana	4
Tarde	4
Horas x curso	1
Horas x día	8
Horas x mes	96
Costo x hora	\$ 10,00
Total costo por 1 profesor x mes	\$ 960.00
Total costo por 1 profesor x año	\$ 11520.00
Total costo 4 profesores x año	\$ 46080.00

Tabla 40: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

Como ya mencionamos se cobrará un adicional de \$5 por estudiante por la entrega del material para el curso, dichos materiales tendrán un costo de:

GASTO EN MATERIAL DE APOYO	
Material	Precio unitario
Folleto informativo	\$ 1,50
Pluma	0,50
CD de técnicas P.N.L.	1,50
Total	\$ 3,50

Tabla 41: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

Se incurrirá también en gastos relacionados a los materiales que empleará el profesor durante sus clases, a continuación se los detalla:

GASTO MATERIALES PROFESOR POR CURSO	
Material	Costo
Marcador	\$ 0,40
otros	0,30
Total	\$ 0,70
Total costo mensual	\$ 2,80
Total costo anual	\$ 33,60

Tabla 42: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.5 GASTOS DE PERSONAL Y ADMINISTRATIVOS TOTALES

Hemos considerado como gastos administrativos los gastos de servicios básicos, gasto de internet, el gasto de arriendo, los suministros de oficina, entre otros. Los detalles se muestran en la tabla siguiente:

DETALLE GASTOS GENERALES MENSUALES	
Concepto	Mensual
Agua	25.00
Luz	300.00
Teléfono	100.00
Arriendo	650.00
Suministros	65.00
Internet	50.00
Otros	40.00
Total gastos administrativos mensual	\$ 1230.00
Total gastos administrativos anual	\$ 14760.00

Tabla 43: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

Para los sueldos hemos considerado los salarios bases de cada una de las personas que conforman el organigrama de la empresa, también hemos estimado los beneficios sociales que asumiremos por cada uno de ellos tal como lo manda la ley. Para efectos tributarios del IESS, el cual debe ser aportado por cada trabajador en un porcentaje del 9,35 de su sueldo, hemos decidido que la empresa no actuará como agente de retención del mismo, pero si nos comprometemos a pagar el seguro patronal de acuerdo a la ley en un 12,15%. Los detalles se muestran en las tablas siguientes:

DETALLE DE GASTO EN SUELDOS			
Sueldos	Número	Base Mes	Total Mensual
Gerente General	1	1200.00	1200.00
Asesor Comercial	1	600.00	600.00
Asistente Administrativo	1	400.00	400.00
Asistente Comercial	1	400.00	400.00
Promotores Comerciales	3	264.00	792.00
Asesor Contable y Financiero	1	500.00	500.00
Asesor Técnico	1	450.00	450.00
Asesor soporte y desarrollo	2	600.00	1200.00
Conserje	1	264.00	264.00
Total gastos sueldos fijos			5806.00
Total gastos sueldos fijos anual			\$ 69672.00

Tabla 44: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

DETALLE DE GASTOS EN BENEFICIOS SOCIALES MENSUALES							
Beneficios Sociales	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	IESS (personal, patronal, IECE-SECAP)	Fondo de Reserva	Total mensual para el primer año	Total mensual para los años del 2 al 5
Gerente General	100.00	22.00	50.00	258.00	100.00	430.00	530.00
Asesor Comercial	50.00	22.00	25.00	129.00	50.00	226.00	276.00
Asistente Administrativo	33.33	22.00	16.67	86.00	33.33	158.00	191.33
Asistente Comercial	33.33	22.00	16.67	86.00	33.33	158.00	191.33
Promotores Comerciales (3)	66.00	66.00	33.00	170.28	66.00	335.28	401.28
Asesor Contable y Financiero	41.67	22.00	20.83	107.50	41.67	192.00	233.67
Asesor Técnico	37.50	22.00	18.75	96.75	37.50	175.00	212.50
Asesor soporte y desarrollo (2)	100.00	44.00	50.00	258.00	100.00	452.00	552.00
Conserje	22.00	22.00	11.00	56.76	22.00	111.76	133.76
Total beneficios sociales	483.83	264.00	241.92	1248.29	483.83	2238.04	2721.87
Total beneficios anuales						26,856.48	32,662.48

Tabla 45: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.6 ANÁLISIS DE COSTOS (VARIABLES, FIJOS, PUNTO EQUILIBRIO)

En los cálculos de los gastos fijos hemos considerado lo siguiente:

- Los costos de profesores y los materiales.
- Los gastos de promoción ya que se realizarán de manera permanente y continua.
- Los sueldos de todo el personal incluyendo los beneficios sociales.
- Los costos generales y administrativos, ya que en estos se incurrirá independientemente del número de estudiantes.

DETALLE DE GASTOS FIJOS ANUALES	
GASTOS FIJOS (1er año)	
Profesores	46080
Promoción	3600.00
Sueldos + Beneficios	96528.48
Administrativos	14760.00
Materiales Profesores	33.60
Total	161002.08

Tabla 46-A: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

DETALLE DE GASTOS FIJOS ANUALES	
GASTOS FIJOS (del 2do al 5to año)	
Profesores	46080
Promoción	3600.00
Sueldos + Beneficios	102334.48
Administrativos	14760.00
Materiales Profesores	33.60
Total	166808.08

Tabla 46-B: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

Para los costos variables se han tomado en cuenta los siguientes costos.

- Los de materiales para el alumno ya que estos dependerán del número de estudiantes inscritos.
- Las comisiones estipuladas para los vendedores, ya que de igual manera estas estarán sujetas al número de ventas que realicen.

COSTO VARIABLE POR ALUMNO	
COSTO VARIABLE	
Materiales	\$ 3,50
Comisiones	1,00
Total	\$ 4,50

Tabla 47: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

Esto lo resumimos en lo siguiente:

- El precio del curso es de \$70 por cada estudiante menos los costos variables tendríamos un margen bruto de \$65 por estudiante para poder cubrir los gastos operacionales.

$$\text{INGRESOS} = \text{COSTOS}$$

$$P \cdot Q = CF + (CV \cdot Q)$$

$$\$70 \cdot Q = 166808.08 + \$5 \cdot Q$$

$$\$65 \cdot Q = 166.808,08$$

$$Q^* = 2566$$

PUNTO DE EQUILIBRIO NÚMERO ALUMNOS	
PUNTO EQUILIBRIO	
Alumnos x año	2566
alumnos x mes	214

Tabla 48: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

En el punto de equilibrio tendríamos en dólares \$179.620 anual en ingresos:

$$\$70 * 2566 = \$179.620$$

El punto de equilibrio lo explicamos a continuación:

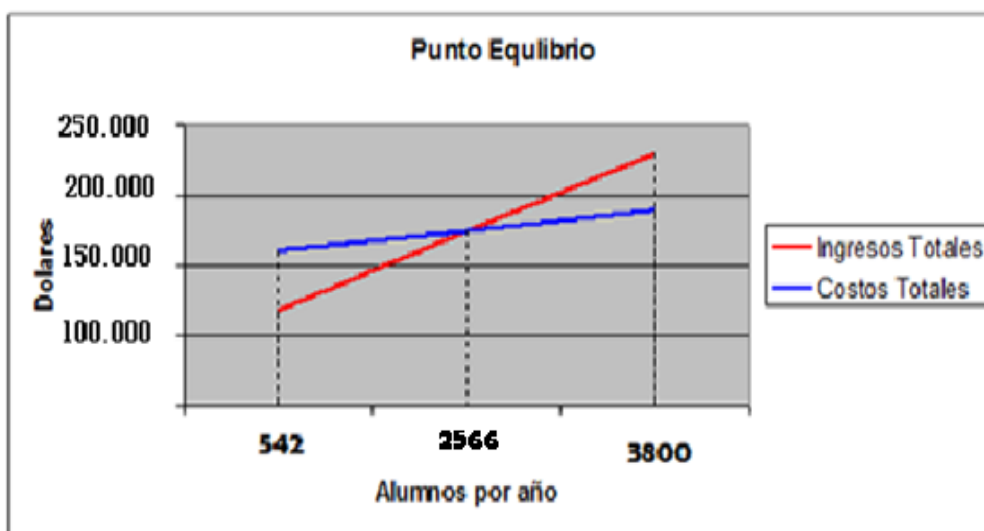


Gráfico 22: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.7 ANÁLISIS DE VALORES PERSONALES

Hemos planteado nuestra idea de negocio basada en un fin social de prestación de servicios de aplicación de técnicas neurolingüísticas a estudiantes universitarios, con el objetivo de dictar charlas y cursos motivando al cambio y desarrollo intelectual y cognitivo, con el uso de un sin número de herramientas y actividades para su mejor asimilación.

Con la aplicación de dichas técnicas a los estudiantes universitarios queremos brindar a la sociedad profesionales encaminados al éxito ya que podrán desenvolverse de una mejor manera en sus lugares de trabajo y con

la seguridad de que podrán rendir satisfactoriamente en cualquier campo ya que sus conocimientos estarán en su consiente y subconsciente de manera continua.

Una de las principales dificultades de nuestra idea de trabajo es la falta de información que existe sobre estas técnicas y la falta de interés por parte de nuestro mercado objetivo producto de la misma desinformación. Claro está que entre nuestras metas está tratar de combatir esta desinformación mediante trípticos y charlas sobre P.N.L.

Sin duda los beneficiados en este proyecto seremos nosotros como empresa de forma económica y la sociedad ya que le ofrecemos una nueva alternativa de estudio, profesionales con un nivel intelectual superior y mayores posibilidades de campos laborales.

3.8 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO ANUAL

En los cálculos del Estado de resultados proyectado anual de nuestro negocio se puede observar que es rentable desde el primer año, lo único que la caracterizaría como costoso son las inversiones iniciales que se requieren para poder prestar el servicio, lo mismo que se recuperará al pasar los años.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 184,940.00	\$ 189,490.00	\$ 194,600.00	\$ 199,990.00	\$ 205,660.00
COSTOS	\$ 55,360.60	\$ 55,588.10	\$ 55,843.60	\$ 56,113.10	\$ 56,396.60
Profesores	46,080.00	46,080.00	46,080.00	46,080.00	46,080.00
Materiales	9,280.60	9,508.10	9,763.60	10,033.10	10,316.60
UTILIDAD BRUTA	\$ 129,579.40	\$ 133,901.90	\$ 138,756.40	\$ 143,876.90	\$ 149,263.40
GASTOS	\$ 117,530.48	\$ 123,401.48	\$ 123,474.48	\$ 123,551.48	\$ 123,632.48
Administrativos	14,760.00	14,760.00	14,760.00	14,760.00	14,760.00
Ventas	6,242.00	6,307.00	6,380.00	6,457.00	6,538.00
Sueldos	96,528.48	102,334.48	102,334.48	102,334.48	102,334.48
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 12,048.92	\$ 10,500.42	\$ 15,281.92	\$ 20,325.42	\$ 25,630.92
Depreciación y Amortización	3,827.93	3,827.93	3,827.93	3,827.93	3,827.93
GASTOS NO OPERATIVOS	2,282.64	1,945.36	1,556.84	1,109.32	593.81
INTERESES	2,282.64	1,945.36	1,556.84	1,109.32	593.81
Utilidad antes de Part. Trab. E Imp.	\$ 5,938.35	\$ 4,727.13	\$ 9,897.15	\$ 15,388.17	\$ 21,209.18
Participación Trabajadores 15%	890.75	709.07	1,484.57	2,308.23	3,181.38
Utilidad antes de Impuestos	\$ 5,047.60	\$ 4,018.06	\$ 8,412.57	\$ 13,079.95	\$ 18,027.80
Impuestos 25%	1,261.90	1,004.52	2,103.14	3,269.99	4,506.95
Utilidad Neta	\$ 3,785.70	\$ 3,013.55	\$ 6,309.43	\$ 9,809.96	\$ 13,520.85
Reserva Legal 10%	378.57	301.35	630.94	981.00	1,352.09
Utilidad Retenida	\$ 3,407.13	\$ 2,712.19	\$ 5,678.49	\$ 8,828.96	\$ 12,168.77

Tabla 49: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.9 CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO TMAR

- **MÉTODO CAPM**

Antes de calcular la tasa interna de retorno (TIR) y el valor actual neto (VAN) del proyecto, se debe de estimar la tasa de descuento (TMAR) que representa la rentabilidad mínima exigida por parte de inversor al proyecto, basado en el riesgo de invertir en el mismo. Para ello es utilizará la siguiente ecuación:

$$K_e = K_{rf} + \beta(K_m - K_{rf}) + R_p$$

Donde:

K_e = Rentabilidad exigida

K_{rf} = Tasa libre de riesgo

K_m = Rendimiento Promedio del Mercado

R_p = Riesgo país del Ecuador

Reemplazando los datos:

$K_{rf} = 1,90\%$

$\beta = 0,53$

$K_m = 8,89\%$

$R_p = 8.74\%$

TMAR	14,34%
BETA (Capella Education) ³	0,53
Bonos EEUU ⁴	1,90%
Rendimiento Mercado ⁵	8,89%
Riesgo país ⁶	8,74%

13-ene-11
05-ene-11

Tabla 50: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

Se obtiene:

$K_e = 1,90\% + 0,53 (8,89\% - 1,90\%) + 8,74\%$

$K_e = 14.34\%$

³ <http://finance.yahoo.com/q/ks?s=LINC+Key+Statistics>

⁴ [Reserva Federal de los Estados Unidos](#)

⁵ http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

⁶ [Banco Central del Ecuador](#)

En la fórmula del CAPM, se ha considerado la tasa de retorno de los Bonos de los Estados Unidos (T-BONDS) a 5 años, puesto a que viene representada por la tasa libre de riesgo de 1,90% (13/enero/2011), ya que dichos bonos son considerados con cero riesgos de incumplimiento, mientras que la tasa de rentabilidad del mercado es 8.89%.

Hemos utilizado el beta de una empresa comparable. Esta empresa fue seleccionada entre varias del sector educativo en Estados Unidos, la empresa comparable se llama Capella Education Company y su beta es de 0.53. El Riesgo país al momento del análisis fue de 874 puntos bases (05/enero/2011).

3.10 CALCULO DE LA TASA DEL INVERSIONISTA K_o

Si la idea del proyecto en estudio lo está llevando a cabo nuestra empresa sin deuda y pretende financiar el proyecto con recursos propios o solicitar un crédito específico para su financiamiento en un plazo conocido.

$$K_o = K_d * (1-T) * \frac{PASIVO}{ACTIVO} + K_e * \frac{PATRIMONIO}{ACTIVO}$$

$$K_o = 15.19\% * (1 - 0.25) * \frac{15027.22}{37568.06} + 14.34\% * \frac{22540.84}{37568.06}$$

$$K_o = 13.16\%$$

DATOS DE LA FORMULA Ko	
Kd	15.19%
Ke	14.34%
T (IR)	25%
ACTIVO	37,568.06
PASIVO	15,027.22
PATRIMONIO	22,540.84
Ko	13.16%

Tabla 51: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.11 VALOR DE DESECHO

Es la estimación del valor que podría tener un proyecto después de varios años de operación. Muchas veces el factor decisivo entre varias opciones de inversión lo constituye el valor de desecho. El método a utilizar es el denominado económico, lo cual supone que el proyecto valdrá lo que es capaz de generar desde el momento en que se evalúa hacia adelante.

$$VD = \frac{(B-C)_k - Dep_k}{i}$$

Valor de desecho del Proyecto	
(B-C) _k	19,328.63
Dep _k	2,827.93
i	14.34%
VD	115.029,91

Valor de desecho del Inversionista	
(B-C) _k	18,734.81
Dep _k	2,827.93
i	14.34%
VD	110.890,32

Tabla 52: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.12 FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA (con préstamo)

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA						
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		184,940.00	189,490.00	194,600.00	199,990.00	205,660.00
COSTOS		55,360.60	55,588.10	55,843.60	56,113.10	56,396.60
Costos fijos		46,080.00	46,080.00	46,080.00	46,080.00	46,080.00
Costos Variables		9,280.60	9,508.10	9,763.60	10,033.10	10,316.60
GASTOS		117,530.48	123,401.48	123,474.48	123,551.48	123,632.48
Administrativos		14,760.00	14,760.00	14,760.00	14,760.00	14,760.00
Ventas		6,242.00	6,307.00	6,380.00	6,457.00	6,538.00
Sueldos		96,528.48	102,334.48	102,334.48	102,334.48	102,334.48
Interés préstamo		2,282.64	1,945.36	1,556.84	1,109.32	593.81
Depreciación		2,827.93	2,827.93	2,827.93	2,827.93	2,827.93
Amortización		1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
UAI		5,938.35	4,727.13	9,897.15	15,388.17	21,209.18
Impuestos 25%		1,484.59	1,181.78	2,474.29	3,847.04	5,302.29
UTILIDAD NETA		4,453.77	3,545.35	7,422.86	11,541.13	15,906.88
Depreciación		2,827.93	2,827.93	2,827.93	2,827.93	2,827.93
Amortización		1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
Inversión inicial	-37,568.06					
Inversión capital de trabajo	-19,905.86					
Préstamo	15,027.22					
Amortización deuda		2,220.40	2,557.68	2,946.19	3,393.72	3,909.23
Valor de desecho						110,890.32
FLUJO DE CAJA	-42,446.70	6,061.29	4,815.60	8,304.60	11,975.34	126,715.91

Tabla 53: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.12.1 VAN Y TIR (Flujo de caja del Inversionista)

TIR	35%
VAN	47982.67
Ko	13.16%

Tabla 54: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.13 FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		184,940.00	189,490.00	194,600.00	199,990.00	205,660.00
COSTOS		55,360.60	55,588.10	55,843.60	56,113.10	56,396.60
Costos fijos		46,080.00	46,080.00	46,080.00	46,080.00	46,080.00
Costos Variables		9,280.60	9,508.10	9,763.60	10,033.10	10,316.60
GASTOS		117,530.48	123,401.48	123,474.48	123,551.48	123,632.48
Administrativos		14,760.00	14,760.00	14,760.00	14,760.00	14,760.00
Ventas		6,242.00	6,307.00	6,380.00	6,457.00	6,538.00
Sueldos		96,528.48	102,334.48	102,334.48	102,334.48	102,334.48
Depreciación		2,827.93	2,827.93	2,827.93	2,827.93	2,827.93
Amortización		1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
UAI		\$ 8,220.99	\$ 6,672.49	\$ 11,453.99	\$ 16,497.49	\$ 21,802.99
Impuestos 25%		1,484.59	1,181.78	2,474.29	3,847.04	5,302.29
UTILIDAD NETA		\$ 6,736.40	\$ 5,490.71	\$ 8,979.70	\$ 12,650.45	\$ 16,500.70
Depreciación		2,827.93	2,827.93	2,827.93	2,827.93	2,827.93
Amortización		1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
Inversión inicial	-37,568.06					
Inversión capital de trabajo	-19,905.86					
Valor de desecho						115,029.91
FLUJO DE CAJA	- 57,473.92	\$ 10,564.33	9,318.64	12,807.63	16,478.38	135,358.53

Tabla 55: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.13.1 VAN Y TIR (Flujo de caja del Proyecto)

TIR	32%
VAN	46,346.29
TMAR	14.34%

Tabla 56: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.14 PERIODO DE RECUPERACIÓN / PAYBACK

El Pay Back o período de recuperación de una inversión indica el tiempo en que se va a recuperar el importe de la inversión o desembolso inicial. La inversión se recupera en el año en el cual los flujos de caja acumulados superan a la inversión inicial. Es un índice que mide la rentabilidad vinculándola al plazo de retorno, cuando menor sea el tiempo, mayor es la rentabilidad.

PAYBACK o PERÍODO de RETORNO de una inversión (PRI)					
1	Datos				
	AÑOS O PERÍODOS				
	1	2	3	4	5
Flujo Neto de Caja (FNC anual previsto)	6,061.29	4,815.60	8,304.60	11,975.34	126,715.91
Inversión	37,568.06	◀ Importe de la inversión			
2	Payback o P.R.I.				
La inversión se "recuperará en su totalidad en el período:					
Payback o período de retorno de la inversión	5				

Tabla 57: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.15 RAZONES FINANCIERAS

A continuación se muestra los índices financieros del proyecto:

Cálculo de Ratios Financieros		
RAZÓN CIRCULANTE	8.96	Por cada dólar de pasivo circulante la empresa posee disponible \$8,96 de activo circulante para cubrirlo
ROTACIÓN DE ACT. TOTALES	4.92	Por cada dólar invertido en activos totales se ha generado \$4,92 de ventas
RAZÓN DE APALANCAMIENTO	0.40	Por cada dólar invertido en el total de activos \$0,40 han sido financiados vía deuda
RAZÓN DEUDA CAPITAL	0.67	De cada dólar invertido por el accionista el acreedor invirtió \$0,67

Tabla 58: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.15.1 R.O.I. (TASA DE RETORNO DE UNA INVERSIÓN)

Este ratio compara el beneficio obtenido con el total de gastos o importes invertidos en el proyecto. Es útil para analizar si seguir con la evolución de las operaciones o comparar diversas opciones de inversión. A mayor R.O.I. mayor rendimiento.

$((\text{Ingresos Netos} - \text{Costes Netos}) \div \text{Costes Netos}) \%$ o lo que es lo mismo $(\text{Ganancia o margen producido por la inversión} \div \text{Importes invertidos o costes}) \%$

Es decir, se divide la ganancia obtenida por los importes invertidos.

CÁLCULO del R.O.I. (TASA DE RETORNO DE UNA INVERSIÓN) (simple) a varios años o períodos					
1	Datos				
	AÑOS O PERÍODOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos netos	184,940.00	189,490.00	194,600.00	199,990.00	205,660.00
Gastos netos (-)	-117,530.48	-123,401.48	-123,474.48	-123,551.48	-123,632.48
	Poner los gastos en negativo				
2	Cálculo del R.O.I. simple				
R.O.I. 1 año	57.35%				
R.O.I. 2 años	55.41%				
R.O.I. 3 años	56.15%				
R.O.I. 4 años	57.60%				
R.O.I. 5 años	59.37%				

Tabla 59: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.15.2 I.R. (ÍNDICE DE RENTABILIDAD DE UNA INVERSIÓN)

Este ratio mide la rentabilidad de un proyecto en un momento o plazo determinado. Nos indica el número de veces que la inversión es recuperada en un plazo determinado.

Divide el flujo de caja neto por el importe invertido y nos dice que proporción del monto de la inversión habremos recuperado en un período específico.

CÁLCULO del ÍNDICE de RENTABILIDAD de una inversión						
1	Datos					
		AÑOS O PERÍODOS				
		1	2	3	4	5
Flujo Neto de Caja (FNC anual previsto)		6,061.29	4,815.60	8,304.60	11,975.34	126,715.91
Inversión	37,568.06	◀ Importe de la inversión				
2	Cálculo del Índice de Rentabilidad					
I.R. 1 año	0.16					
I.R. 2 años	0.29					
I.R. 3 años	0.51					
I.R. 4 años	0.83					
I.R. 5 años	4.20					

Tabla 60: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.16 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Esta sección tiene como objetivo construir y analizar algunos escenarios claves sobre el futuro de MIND POWER. a fin de poder vincular dichos escenarios con el Plan Estratégico de la Organización.

El propósito principal del análisis de sensibilidad es ayudar a visualizar los mismos y a tomar decisiones estratégicas sobre el futuro del negocio en aquellos temas sobre los cuales existe incertidumbre. El análisis de

escenarios permite contrastar los objetivos y las estrategias propuestas con las principales incertidumbres que presenta el centro de especialidades. El análisis de escenarios permitirá diseñar planes de contingencia frente a determinadas circunstancias.

Existe una serie de factores inciertos y factores predeterminados de tipo político, económico, social y competitivo que inciden fuertemente en los resultados de MIND POWER.

Para identificar los escenarios se analizará la estructura actual del sector para identificar las incertidumbres que pueden afectarlo dentro del horizonte de los próximos 5 años, período elegido para el análisis de escenarios.

3.16.1 Objetivos del Modelo

Las variables de salida del modelo serán el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR). Los objetivos serán los siguientes:

- Determinar el valor promedio del valor actual neto ante diferentes precios.
- Determinar los valores de cada una de las variables de salida en caso Pesimista y Optimista.
- Determinar que variables son las que más afectan al modelo y de qué forma lo hacen.

3.16.2 VARIACIÓN DE LOS INGRESOS

En este análisis se cálculo las variaciones del Van ante distintas variaciones de los ingresos, de lo que se puede concluir que a medida que los ingresos se incrementan el Van obtiene un valor mayor, de igual manera la TIR incrementa. A medida que los ingresos disminuyen, el VAN también disminuye por ende la TIR.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD RESPECTO A INGRESOS				
VARIACIÓN	VAR. INGRESOS	VAN	TIR	RESULTADO
	20%	324,845.80	103%	FACTIBLE
	10%	185,596.04	71%	FACTIBLE
	5%	115,971.16	53%	FACTIBLE
	0	46,346.29	32%	FACTIBLE
	-5%	-23,278.59	-2%	NO FACTIBLE
	-10%	-92,903.47	-30%	NO FACTIBLE

Tabla 61: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

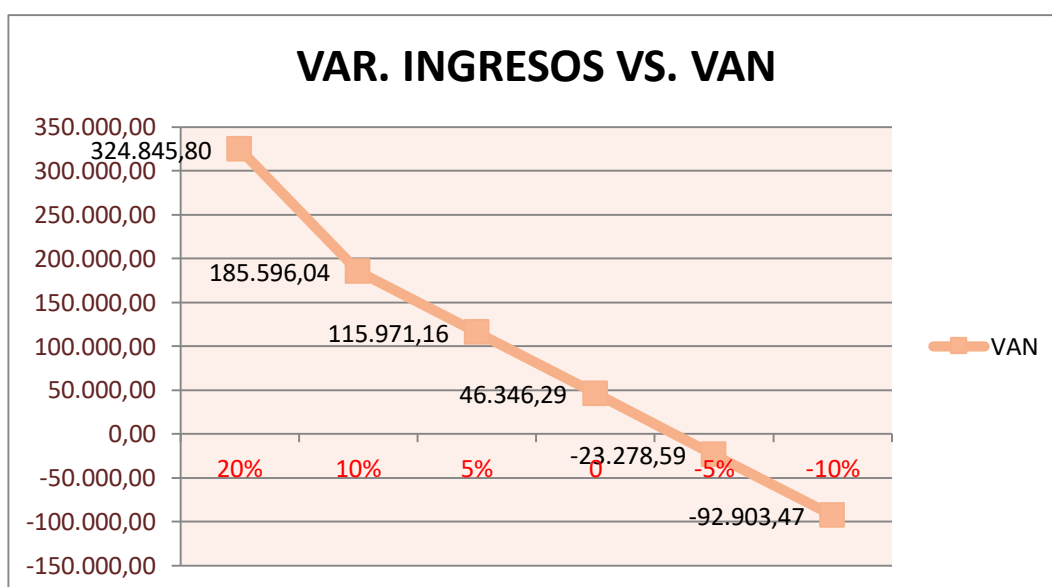


Gráfico 23: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

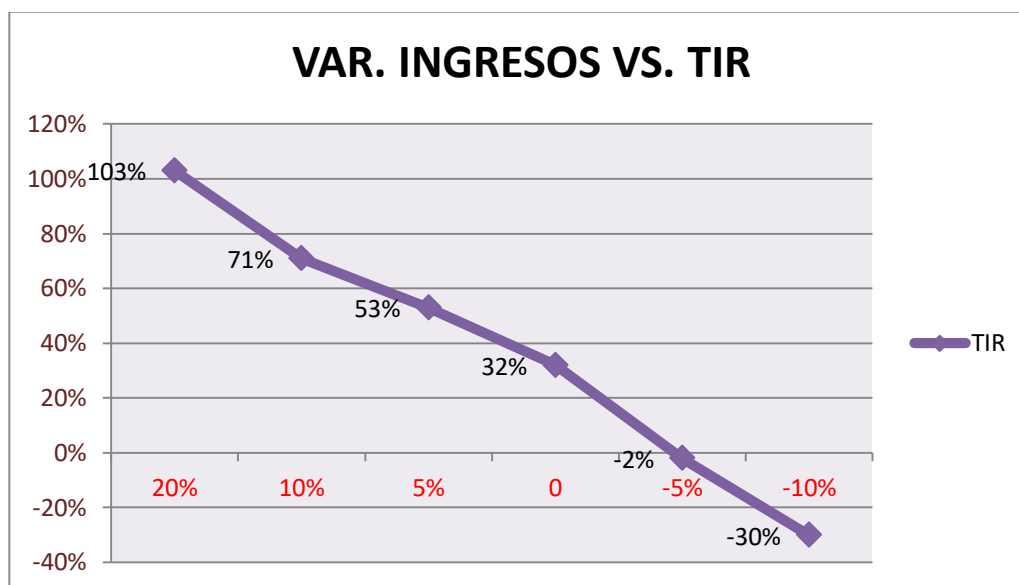


Gráfico 24: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.16.3 VARIACIÓN DE LOS COSTOS

En este punto se analiza la variación del Van para distintos niveles de variación de los Costos, donde se puede observar que el flujo es resistente hasta un incremento del 2% de los Costos, ya que a mayores variaciones el proyecto deja de ser rentable.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD RESPECTO A COSTOS				
	VAR. COSTOS	VAN	TIR	RESULTADO
VARIACIÓN	10%	-78,383.23	-33%	NO FACTIBLE
	5%	-16,018.47	7%	NO FACTIBLE
	0	46,346.29	32%	FACTIBLE
	-5%	108,711.05	52%	FACTIBLE
	-10%	171,075.81	68%	FACTIBLE

Tabla 62: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

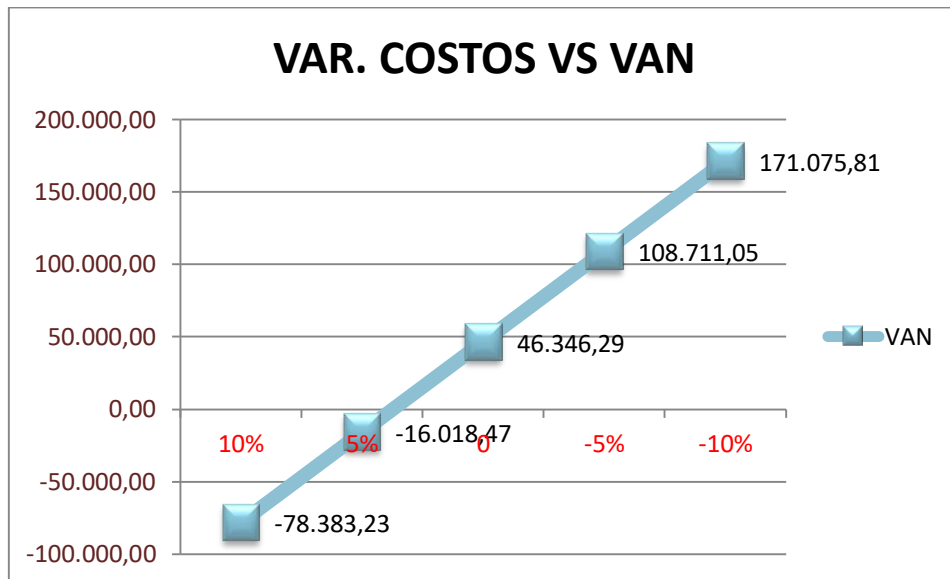


Gráfico 25: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

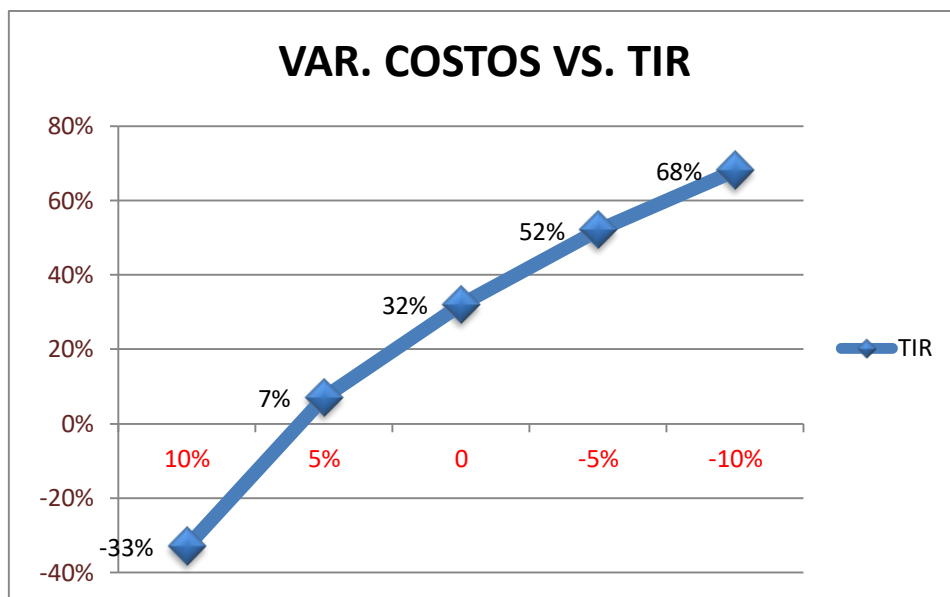


Gráfico 26: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

3.17. PRECIO MÍNIMO

Resumen de escenario						
	40	50	60	valor real	86,14	91,52
Celdas cambiantes:						
PRECIOS	40	50	60	70	80	90
Celdas de resultado:						
VAN	-37927.27	6344.08	37901.57	43346.29	50302.39	50881.06

Tabla 63: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

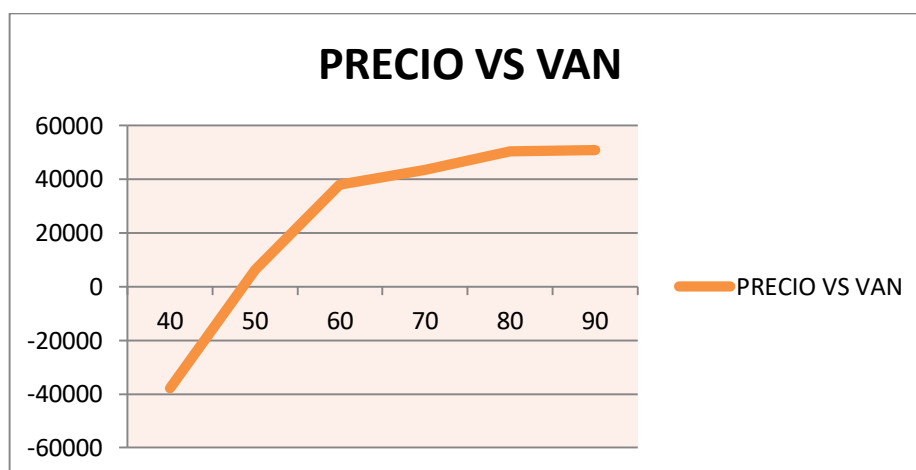


Gráfico 27: Elaborada por autores: H. Cárdenas, D. Mejía, S. Torres

Una medida importante de análisis, constituye la sensibilidad del VAN respecto a los posibles cambios en el precio de \$10.00 dólares. Para lo cual, se trabajó con 5 escenarios distintos al precio de venta referencial, teniendo como escenario muy pesimista un precio de \$40.00 dólares y muy optimista con precio de \$90.00 dólares.

El precio mínimo que el inversionista estaría dispuesto a percibir; para recuperar la inversión según su rentabilidad sin obtener una riqueza adicional obteniendo un VAN igual a cero, es \$48.75 dólares, según el gráfico los cambios en el VAN frente a una variación en el precio son significativo.

CONCLUSIONES

Al haber concluido los 3 capítulos que abarcan objetivos, estudio de mercado y análisis financiero ponemos en consideración las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- Los estudios preliminares determinan que la situación actual del mercado es ideal para la creación de un centro de Programación neurolingüística, lo cual asegura una considerable rentabilidad a mediano plazo.
- La demanda en este tipo de mercado va a experimentar un continuo crecimiento, por lo que la principal estrategia de posicionamiento será un excelente servicio y constante capacitación del personal.
- El análisis también nos muestra que la realización de este proyecto es rentable y que los rubros de las ventas y utilidad son atractivos a un mediano plazo ya que en el quinto año se recupera la inversión en su totalidad.
- La propuesta demuestra en su funcionamiento que es un negocio viable y atractivo con una utilidad acertada, con un adecuado manejo de mercadeo y administrativo.
- El análisis de rentabilidad del proyecto con base en un plan sistemático, arroja una TIR del 32% y un VAN de \$ 46.346,29; esto demuestra que el proyecto es viable.

RECOMENDACIONES

- Los proyectos de este tipo deberán contar con la debida asistencia técnica especializada en el sector para un adecuado rendimiento del negocio sin dejar de tomar en cuenta el manejo sustentable de los recursos.
- Se debería evaluar la posibilidad de ampliar el proyecto a nivel regional, nacional durante la vida útil del proyecto, tomando en consideración el comportamiento del mercado y las variables que lo afectan directamente como precios, costos y demanda.
- Organizar eficientemente las actividades promocionales es decir establecer controles y realizar ajustes periódicos en el plan de mercadeo de la empresa.
- Formar parte de la mayoría de programas que lleve a cabo la Subsecretaria de Educación, de esta manera nos daremos a conocer a nivel nacional y seremos parte activa del sector de Educación.
- Los servicios de capacitación y aprendizaje deberían seguir creciendo en nuestro país para que así nuestros profesionales ganen mayor conocimiento y sean competitivos en todos los aspectos.

BIBLIOGRAFÍA

- Harry Alder, *Programación Neurolingüística*, Edaf, España, 1994
- Graciela Salazar, *Introducción a la Actividad Gerencial*, Editores S.A. Guaranda, 2002
- Preparación y Evaluación de Proyectos, Quinta edición, Nassir Sapag Chain, Editorial Mc Graw Hill
- Reserva Federal de los Estados Unidos
- Banco Central del Ecuador

INTERNET

- *Curso de PNL*, www.neuroing.com, 2001
- *Programación Neurolingüística*, www.pnlnet.com/chasq, 2002
- http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html
- <http://finance.yahoo.com/q/ks?s=LINC+Key+Statistics>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Demograf%C3%ADa_de_Guayaquil
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Guayaquil>

GLOSARIO

Técnicas de la PNL

- **Las metáforas:** Entre las cuales se incluyen relatos, analogías, palabras, ejemplos personales y chistes. Estas dan vida al proceso de enseñanza-aprendizaje. El docente debe desarrollar esta técnica y sacarle el mayor provecho posible para el mejoramiento del proceso antes mencionado.
- **El Rapport-Acompasar:** Para la PNL el Rapport-Acompasar se traduce en sintonía, armonía, concordancia, con respecto a la relación interpersonal entre individuos. Si existe Rapport, la comunicación fluye, tanto su cuerpo como sus palabras están en armonía.

La sintonía es un puente hacia la otra persona, lo que permite guiarlos a otra dirección estableciendo una buena relación. En la PNL esto se llama compartir y dirigir.

Compartir es una habilidad general de la sintonía con el objetivo de discutir sobre temas de intereses comunes. El docente que conoce las técnicas dirige para que sus alumnos entren en sintonía.

Una de las bases que tiene el Rapport para que la comunicación llegue a ser excelente es que el docente debe colocarse en lugar del estudiante (sin imitar), sintonizando los ritmos del cuerpo del estudiante: respiración, velocidad, gestos, postura, macro y microcomportamientos, entre otros.

- **Anclaje:** Es un proceso mediante el cual, un estímulo externo se asocia con una conducta que se desea adquirir. Por ejemplo: tórcase

la oreja cada vez que desea sentirse bien. Se unen las dos cosas, y luego el cerebro hace todo el trabajo. Anclar es asociar, entonces se puede aprender a juntar conductas de excelencia por medio de señales las cuales pueden ser palabras, gestos, sonidos, entre otras.

Cuando un alumno no ha prosperado en una determinada materia, el docente le puede aplicar la técnica del anclaje. A manera de ejemplo el alumno se visualizará triunfador y asociará la nota que quiere obtener con la materia.

- **Reencuadre:** Es una técnica que utiliza la PNL para modificar el marco de referencia, según la experiencia de vida que se tenga, es decir, aprender a ubicar el marco posible de referencia a través del recuerdo y la imaginación, con la intención de cambiar el significado de ese marco de referencia y en consecuencia también se cambia el estado emocional, las respuestas y las conductas de las personas.

Dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje se puede aplicar la técnica del reencuadre concientizando al alumno quien tiene todos los recursos para cambiar de actitud en una actividad determinada, en la cual presente dificultades. Se puede lograr resaltando la parte positiva de esa actividad, el provecho que tiene, a fin de que el alumno cambie libremente el modo de realizar la actividad y así cambiará el significado traumático que tenía de ésta por un significado positivo.

- **Terapia holística virtual:** Es una técnica que tiene la capacidad de llevar a cualquier persona en minutos a un estado de relajación profunda, donde se induce al cerebro a liberar endomorfina,

hormona responsable de la reducción del dolor, estímulo de la memoria y el aprendizaje, para lograr una reprogramación conductual.

Pone rápidamente a la persona en un estado donde el cerebro tiene una mayor aceptación al material que va a procesar.

El campo holístico virtual trabaja combinando varias formas de energía-movimiento, sonido y un campo electromagnético, para estimular el cerebro y el cuerpo hasta lograr la transmisión de energía hacia el cambio de conciencia.

ANEXOS

ENCUESTA PILOTO PARA EL ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL DESARROLLO DE UN CENTRO INTEGRAL DE PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL PARA ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

- 1) Edad: a) entre 17 y 20 años
b) entre 21 y 25 años
c) entre 26 y 30 años
d) mayor a 30 años

2) Sexo: M__ F__

3) ¿En qué sector vives?

- a) NORTE b) CENTRO c) SUR

4) ¿En qué universidad estudias?

(En caso de no estar estudiando la universidad aquí termina la encuesta)

5) ¿Cuál es tu promedio de rendimiento Académico?

- a) EXCELENTE b) BUENO c) REGULAR d) MALO

6) ¿Qué tan importante consideras que sería para ti implementar técnicas de estudio para mejorar tu nivel intelectual y de aprendizaje?

- a) MUY IMPORTANTE b) IMPORTANTE
c) POCO IMPORTANTE d) NADA IMPORTANTE

7) Si supieras que existe una técnica que puede mejorar tu nivel intelectual y de aprendizaje, ¿te gustaría conocerla y saber más sobre ella?

SI NO

(Si la respuesta es no, aquí finaliza la encuesta. Muchas gracias por su tiempo)

8) ¿Te gustaría saber más acerca de MIND POWER aunque esto requiera un mínimo de esfuerzo y tiempo de tu parte?

SI NO

(Si la respuesta es no, aquí finaliza la encuesta. Muchas gracias por su tiempo.)

9) Considera usted que la Programación Neurolingüística es:

- a. APRENDIZAJE BAJO SEÑALES Y SONIDOS PARA MEJORAR SU RENDIMIENTO ACADÉMICO
- b. CURSOS DE RELAJACIÓN, CON TÉCNICAS NOVEDOSAS.
- c. CONJUNTO DE TÉCNICAS Y ESTRATEGIAS QUE PERMITEN AL SER HUMANO AGUDIZAR LA CAPACIDAD DE PERCEPCIÓN.
- d. TÉCNICAS DIRIGIDAS A PERSONAS SORDO MUDO.

10) Al ser esta una nueva técnica para desarrollar el proceso de enseñanza, aprendizaje, conducta y nivel intelectual, ¿te gustaría conocer más de ella?

SI NO

11) Si supieras que existe un Centro Integral donde pueden brindarte información acerca de la Programación Neurolingüística y donde además pueden aplicarte adecuadamente las técnicas para tu desarrollo intelectual mediante cursos, ¿Lo visitarías?

SI NO

12) ¿Cuántas horas semanales dedicarías a los cursos que te ofrece el Centro de Programación Neurolingüística?

- a. 1 A 3 HORAS
- b. 4 A 6 HORAS
- c. 7 A 9 HORAS
- d. OTRAS _____

13) ¿Qué horario preferirías frecuentar?

a) MAÑANA b) TARDE c) NOCHE

14) ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por los cursos que te ofrece el Centro de Programación Neurolingüística?

- a. \$10 A \$50
- b. \$50 A \$100
- c. \$100 a más _____

(En caso de decir la opción c, dé un aproximado)

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO...!!!!

- **Datos para calcular el CAPM**

<i>Industry Name</i>	<i>Number of Firms</i>	<i>Average Beta</i>	<i>Market D/E Ratio</i>	<i>Tax Rate</i>	<i>Unlevered Beta</i>	<i>Cash/Firm Value</i>	<i>Unlevered Beta corrected for cash</i>
Advertising	28	1.79	36.55%	12.86%	1.36	11.96%	1.55
Aerospace/Defense	63	1.15	23.64%	21.10%	0.97	9.62%	1.07
Air Transport	40	1.21	52.64%	22.30%	0.86	9.70%	0.95
Apparel	48	1.35	15.80%	20.86%	1.20	9.14%	1.32
Auto Parts	47	1.78	24.67%	13.45%	1.46	7.28%	1.58
Automotive	19	1.50	108.58%	20.43%	0.80	13.18%	0.93
Bank	418	0.75	85.86%	13.89%	0.43	8.29%	0.47
Bank (Canadian)	7	0.86	13.77%	20.27%	0.78	7.10%	0.84
Bank (Midwest)	40	0.96	69.03%	18.02%	0.61	9.49%	0.68
Beverage	34	0.92	13.09%	19.08%	0.83	3.69%	0.86
Biotechnology	120	1.13	13.24%	5.74%	1.01	16.31%	1.20
Building Materials	47	1.33	71.38%	11.69%	0.82	6.90%	0.88
Cable TV	24	1.43	68.40%	22.98%	0.94	3.35%	0.97
Canadian Energy	10	1.14	28.44%	10.36%	0.91	3.24%	0.94
Chemical (Basic)	17	1.28	18.75%	22.39%	1.12	5.41%	1.19
Chemical (Diversified)	31	1.51	21.07%	23.87%	1.30	6.22%	1.39
Chemical (Specialty)	83	1.37	23.06%	14.85%	1.14	4.22%	1.20
Coal	25	1.59	16.16%	13.17%	1.39	3.74%	1.45
Computer Software/Svcs	247	1.06	4.68%	13.88%	1.02	9.48%	1.12
Computers/Peripherals	101	1.27	9.13%	8.94%	1.18	10.45%	1.31
Diversified Co.	111	1.22	99.77%	17.14%	0.67	11.99%	0.76
Drug	301	1.11	14.10%	6.72%	0.98	8.96%	1.08
E-Commerce	52	1.14	4.58%	17.19%	1.10	8.09%	1.19
Educational Services	37	0.79	8.89%	27.32%	0.75	11.26%	0.84
Electric Util. (Central)	23	0.78	96.84%	25.40%	0.45	2.35%	0.46

Empresas que conforman el Sector Educativo en Estados Unidos

Number	Company Name	Ticker Symbol	Industry Name
1	Action Products Intl	APII	Educational Services
2	American Public Education Inc	APEI	Educational Services
3	Apollo Group `A`	APOL	Educational Services
4	Archipelago Learning Inc	ARCL	Educational Services
5	Bridgpoint Education Inc	BPI	Educational Services
6	Cambium Learning Group Inc	ABCD	Educational Services
7	Capella Education Company	CPLA	Educational Services
8	Career Education	CECO	Educational Services
9	China Education Alliance Inc	CEU	Educational Services
10	China Executive Education Corp	CECX	Educational Services
11	ChinaCast Education Corp	CAST	Educational Services
12	ChinaEdu Corp.	CEDU	Educational Services
13	CIBT Education Group Inc	MBA	Educational Services
14	Corinthian Colleges	COCO	Educational Services
15	DeVry Inc.	DV	Educational Services
16	Education Management Corp	EDMC	Educational Services
17	EDUCATIONAL SERVICES		Educational Services
18	EVCI Career Colleges Hld C	EVCI	Educational Services
19	Franklin Covey	FC	Educational Services
20	Grand Canyon Education Inc	LOPE	Educational Services
21	ITT Educational	ESI	Educational Services
22	K12 Inc	LRN	Educational Services
23	Learning Tree Int'l	LTRE	Educational Services
24	Lincoln Educational Svcs	LINC	Educational Services
25	National American Univ Hldgs	NAUH	Educational Services
26	New Horizons Worldwide	NWRZ	Educational Services
27	New Orient. Ed. & Tech.	EDU	Educational Services
28	Nobel Learning Communities Inc	NLCI	Educational Services
29	Princeton Review Inc	REVU	Educational Services
30	Questar Assessment Inc	QUSA	Educational Services
31	Renaissance Learning	RLRN	Educational Services

32	Rosetta Stone Inc	RST	Educational Services
33	Scientific Learning Corp	SCIL	Educational Services
34	SmartPros Ltd	SPRO	Educational Services
35	Strayer Education	STRA	Educational Services
36	Tigrent Inc	TIGE	Educational Services
37	Universal Tech Institute Inc	UTI	Educational Services

Empresa comparable

Capella Education Co. (CPLA)

Más sobre CPLA

COTIZACIONES

[Resumen](#)

[Cartera de pedidos](#)

[Opciones](#)

[Cotizaciones históricas](#)

DERIVADOS

[Warrants](#)

[Productos de inversión](#)

GRÁFICAS

[Interactiva](#)

[Gráfico básico](#)

NOTICIAS E INFORMACIÓN

[Titulares](#)

[Eventos de la compañía](#)

[Foros](#)

Perfil

Capella Education Co.

225 South Sixth Street

Capella Tower 9th Floor

Minneapolis, MN 55402

United States - [Mapa](#)

Teléfono:  612-977-5425 

Fax: 612-977-5060

Sitio Web: <http://www.capellaeducationcompany.com>

Detalles

Membresía de índice:	S&P 600 SmallCap S&P 1500 Super Comp
Sector:	Services
Sectores:	Education & Training Services
Empleados a tiempo completo:	1.530

- **Equipo electrónico PR-2X**



Gráfico 28

- **Proteus Mind Machine**



Gráfico 29