ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANÍSTICAS Y ECONÓMICAS

INGENIERÍA COMERCIAL Y EMPRESARIAL

IMPLANTACIÓN DE UN SEMI – INTERNADO APLICADO A LA "UNIDAD EDUCATIVA JAVIER"

Tesis de Grado Previa la Obtención del Título de Ingeniero Comerciale en las Especializaciones:
Finanzas y Comercio Exterior.

AUTORES:

GLENDA IVONNE SUÁREZ VACA

JULIO ALBERTO CELI PALMA

MARÍA FERNANDA TUÁREZ BERNAL

DIRECTOR:

ING. PEDRO ZAMBRANO

DEDICATORIA

A Dios, a mi familia y amigos por creer en mí, por brindarme su apoyo y cariño incondicional

Ma. Fernanda Tuárez Bernal

DEDICATORIA

A Jehová principalmente, a mis Padres, y amigos.

Glenda Suárez Vaca

DEDICATORIA

A Dios, mí querida Madre y mi admirable hermano por su apoyo y comprensión.

Julio Alberto Celi Palma

AGRADECIMIENTO

Por sobre todo a Dios por estar siempre iluminando y bendiciendo cada momento de mi vida, a mi familia por brindarme su amor, apoyo y ayudarme a salir adelante y a mis amigos por su ayuda, ánimos y buenos deseos en el transcurso de mi vida universitaria y en especial de este proyecto.

Ma. Fernanda Tuárez Bernal

AGRADECIMIENTO

A Jehová de manera muy especial, que con su guía me permitió culminar una meta más en mi vida, y la fortaleza para seguir adelante, también a mis padres, ya que con sus consejos y apoyo logré enfrentarme a los retos que este proyecto incluye. Y finalmente a mis amigos quienes comprendieron el tiempo que necesitaba para la realización de mi objetivo.

Glenda Suárez Vaca

AGRADECIMIENTO

A **Dios,** por haberme dado fuerzas para seguir adelante en momentos difíciles, a mi madre que con su cariño y su voz de aliento siempre estuvo dándome su voz de aliento e incentivándome. A mi hermano que puso toda su fe en mí y siempre me apoyo en todo y ha sido un ejemplo para mí.

Julio Alberto Celi Palma

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Ing. Oscar Mendoza Macías

DECANO

Ing. Pedro Zambrano

DIRECTOR DE TESIS

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en éste proyecto, corresponden exclusivamente a los autores y la propiedad intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Glenda Ivonne Suárez Vaca

María Fernanda Tuárez Bernal

Julio Alberto Celi Palma

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIAS…………………………………………………………………... 1
AGRADECIMIENTOS……………………………….………………………… 4
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN……........……………………………………… 7
DECLARACIÓN EXPRESA ……………........………..……………………… 8
INTRODUCCIÓN……………………………………………………………….. 18

CAPÍTULO I
GENERALIDADES………………………………………………………… 19
1.1 Antecedentes……………………………………………………………….. 19
1.2 Definición del Tema……………………………………………………….. 21
1.3 Planteamiento del Problema……………………………………………... 23
1.4 Justificación del Tema…………………………………………………… 26
1.5 Objetivo del Estudio……………………………………………………….. 29
1.5.1 Objetivo General………………………………………………………… 29
1.5.2 Objetivos Específicos…………………………………………………… 29
1.6. Planeación Estratégica de la Organización………………………... 29
1.6.1 Visión……………………………………………………………………… 29
1.6.2 Misión…………………………………………………………………… 29
1.6.3 Objetivos…………………………………………………………………... 30
1.6.3.1 Objetivo General……………………………………………………….. 30
1.6.3.2 Objetivos Específicos………………………………………………… 30
1.7 Organigrama……………………………………………………………… 31
1.8 Fundamentación del Plan de Marketing Estrátegico……………... 31
1.8.1 Grupo Objetivo………………………………………………………… 32
1.8.2 Entrevistas………………………………………………………………… 32
1.8.3 Encuesta………………………………………………………………... 32
1.8.4 Análisis FODA……………………………………………………….... 33

1.8.5 Posicionamiento……………………………………………………. 34
1.8.6 Marketing Mix……………………………………………………….. 34
1.9 Fundamentación Financiera………………………………………... 36

CAPÍTULO II
PROPUESTA Y PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO……………… 40
2.1 Propuesta del Proyecto……………………………………………… 40
2.2 Ubicación de la Empresa....…………………………………………… 42
2.2.1 Macro – Localización………………………………………….…… 42
2.2.1.1 Caracteristicas de la Provincia del Guayas…………………… 43
2.2.1.1.1 Comercio……………………………………………….……….. 43
2.2.1.1.2 Clima ...……………………………………………………….....… 43
2.2.1.1.3 Lugares de Centros Educativos ……………………………… 43
2.2.1.1.4 Población ……………………………………….……………..... 43
2.2.2 Micro – Localización ………………………………………………... 44
2.2.2.1 Guayaquil…………………………………………………….……. 44
2.2.2.2 Factores que influyen en la micro – localización……………... 45
2.2.2.2.1 Tiempo ……………………………………………………...…. 45
2.3. Definición del Grupo Objetivo…………………………………….... 45
2.3.1 Comportamiento de los Consumidores………………………….... 45
2.3.2 Segmentación de Mercado………………………………………….. 47
2.4 Investigación del Mercado…………………………………………….. 48
2.4.1 Conclusiones de la Investigación de Mercados………………… 50
2.4.1.1 Resultado de las Encuestas realizadas a los
Padres de Familia……………………………………………………… 50
2.4.1.2 Resultado de las Encuestas realizadas a
los Alumnos……………………………………………………………. 59
2.4.1.3 Conclusiones de las Entrevistas realizadas al Personal
Docente de la Unidad Educativa………………………………………….. 70
2.4.1.4 Conclusiones de las Entrevistas realizadas al

Personal Administrativo de la Unidad Educativa…………………….. 72
2.5 Análisis Foda……………………………………………………….. 73
2.5.1Fortalezas……………………………………………………….. 73
2.5.2 Oportunidades…………………………………………………… 73
2.5.3 Debilidades……………………………………………………... 74
2.5.4 Amenazas……………………………………………………… 74
2.5.5 Estrategias FO……………………………………………........ 74
2.5.5.1 Primera Estrategia FO……………………………………… 74
2.5.5.2 Segunda Estrategia FO…………………………………… 75
2.5.6 Estrategias FA………………………………………………… 77
2.5.6.1 Primera Estrategia FA……………………………………… 77
2.5.6.2 Segunda Estrategia FA…………………………………….. 78
2.6 Posicionamiento de Mercado………………………………… 79
2.6.1 Segmentación de Mercado……………………………….. 79
2.6.2 Mercado Objetivo……………………………………………… 79
2.6.3 Determinación del Atributo más Atractivo……………………. 80
2.7 Marketing Mix…………………………………………………….. 80
2.7.1 Producto (Servicio)…………………………………………… 80
2.7.1.1 Beneficios de Nuestro Servicio………………………………. 81
2.7.2 Plaza……………………………………………………......... 81
2.7.2.1 Estructura del Canal de Distribución………………………… 81
2.7.3 Precio…………………………………………………………… 82
2.7.4 Promoción……………………………………………………… 84
2.7.4.1 Descripción de la Promoción…………………………………. 84

CAPÍTULO III

3 Estudio Financiero……………………………………………… 85
3.1 Requerimientos de Materiales………………………………… 85
3.2 Requerimiento de Personal……………………………………. 85

3.3 Requerimientos de Servicios Adicionales………………………….. 87
3.4 Presupuesto de Inversión, Costos y Gastos……………………… 88
3.4.1 Inversión…………………………………………………………... 88
3.4.1.1Inversión Fija………………………………………………………. 88
3.5 Gastos……………………………………………………………….... 91
3.5.1 Gastos Administrativos……………………………………………. 91
3.5.2Gastos de Publicidad………………………………………………. 92
3.5.3 Gastos Financieros…………………………………………………. 93
3.6 Resultado y Situación Financiera…………………………………. 94
3.6.1 Flujo de Caja Proyectado…………………………………………. 94
3.6.2 Modelo de Valoración CAPM……………………………………….. 95
3.6.3 Modelo de Valoración CCPP (WACC) ………………………………. 96
3.6.4 Periodo de Recuperación ..……………………………………… 97
3.7 Estado de Pérdidas y Ganancias…………………………………….. 98
3.8 Valor Actual Neto……………………………………………………….. 101
3.9 Tasa Interna de Retorno……………………………………………… 101
3.10 Simulación de los resultados usando Cristal Ball ……………… 101
3.10.1 Estimación del VAN …………………………………………..…. 102
3.10.2 Estimación de la TIR ……………………………………………….. 103

CONCLUSIONES ……………………………………………………….. . 104
RECOMENDACIONES …………………………………………………… 105

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nº 1 Grado de importancia al adquirir el servicio de Semi-internado……………………………………………………………….. 46

Gráfico Nº 2. Segmentación del Mercado en cantidades promedio... 48

Gráfico Nº 3 Conocimiento de Destrezas……………………………… 50

Gráfico Nº 4 Apoyo del Padre hacia el Estudiante…………………….. 50

Gráfico Nº 5 Ambiente Adecuado………………………………………. 51

Gráfico Nº 6 Preocupación por Fomentar la Lectura…………………. 51

Gráfico Nº 7 Nivel en que favorece las distracciones………………... 52

Gráfico Nº 8 Clima familiar……………………………………………….. 52

Gráfico Nº 9 Colaboración padre-profesor……………………………… 53

Gráfico Nº 10 Planificación de tareas………………………………….. 53

Gráfico Nº 11 Uso de técnicas de estudio………………………………. 54

Gráfico Nº 12 Nivel de aceptación para ayuda de sus hijos………… 54

Gráfico Nº 13 Tiempo dedicado por los padres para ayudar en tareas……………………………………………………………………….. 55

Gráfico Nº 14 Horario Factible para el desarrollo de Tareas……….. 55

Gráfico Nº 15 Preferencia en precios…………………………………….. 56

Gráfico Nº 16 Preferencia en la ayuda a sus hijos…………………….. 56

Gráfico Nº 17 Importancia en servicios a ofrecer……………………… 57

Gráfico Nº 18 Orden de importancia para adquirir nuestro servicio.. 58

Gráfico Nº 19 Nivel de escritura…………………………………………… 60

Gráfico Nº 20 Nivel de Lectura…………………………………………….. 60

Gráfico Nº 21 Promedio General………………………………………….. 61

Gráfico Nº 22 Promedio de Asistencia…………………………………… 61
Gráfico Nº 23 Nivel de atención…………………………………………… 62
Gráfico Nº 24 Orden para tareas estudiantiles………………………….. 62
Gráfico Nº 25 Calificación de trabajos…………………………………… 63
Gráfico Nº 26 Nivel de entendimiento……………………………………. 63
Gráfico Nº 27 Tareas en las que ocupan el tiempo luego de clases. 64
Gráfico Nº 28 Factores que dificultad la realización de tareas……… 64
Gráfico Nº 29 Decisiones del alumno al no entender sus tareas…… 65
Gráfico Nº 30 Nivel de aceptación del estudiante hacia las tutorías.. 65
Gráfico Nº 31 Preferencia entre ayuda personalizada y clases particulares………………………………………………………………… 66
Gráfico Nº32 Nivel en el cual el docente se da a entender en clases. 66
Gráfico Nº 33 Nivel de explicación necesaria para realizar tareas…. 67
Gráfico Nº 34 Conocimientos necesarios para las lecciones……….. 67
Gráfico Nº 35 Materias preferidas por los estudiantes……………….. 68
Gráfico Nº 36 Materias en las que el estudiante tiene menor Promedio…………………………………………………………………… 68
Gráfico Nº 37 Promedio de los jóvenes encuestados………………… 69
Grafico Nº 38 Aceptación de Precios…………………………………….. 83
Gráfico Nº 39 Comportamiento de los ingresos……………………… 100
Gráfico Nº 40 Comportamiento de los egresos……………………….. 100
Gráfico Nº 41 Estimación del VAN……………………………………….. 102
Gráfico Nº 42 Estimación de la TIR………………………………………. 103

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura Nº 1 Organigrama………………………………………………….. 31
Figura Nº 3 La Provincia del Guayas Ecuador………………………… 42
Figura Nº 4 Bandera y Escudo de Guayaquil………………………… 44
Figura Nº 2 Estructura del Canal de Distribución…………………….. 82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla Nº 1 Censo Pruebas Aprendo 2000……………………………… 25
Tabla Nº 2 Evolución de la Población de Guayaquil………………….. 44
Tabla Nº 3 Cuadro resumen de la estrategia F.O………………………. 76
Tabla Nº 4 Cuadro resumen de la estrategia F.O………………………. 79
Tabla Nº 5 De las Encuestas con relación al Precio…………………… 83
Tabla Nº 6 Personal Necesario………………………………………….. 87
Tabla Nº 7 Descripción de los Equipos, Muebles y Útiles de Oficina………………………………………………………………… 89
Tabla Nº 8 Equipamiento de la Papelería………………………………. 90
Tabla Nº 9 Inversión fija total……………………………………………. 90
Tabla Nº 10 Costos Totales Administrativos………………………….. 91
Tabla Nº 11 Años a depreciar los Activos Fijos……………………….. 92
Tabla Nº 12 Depreciación Anual de los activos fijos………………….. 92
Tabla Nº 13 Gastos Financieros………………………………………….. 93
Tabla Nº 14 Flujo de Caja Primer año…………………………………… 94
Tabla Nº 15 Flujo de Caja Descontado………………………………….. 97
Tabla Nº 16 Periodo de Recuperación…………………………………… 98
Tabla Nº 17 Estado de Resultado proyectado a 5 años……………… 99

INTRODUCCIÓN

En los tiempos actuales, la educación en nuestro país a comenzado a tomar un alto grado de importancia, esto se ha visto reflejado en que la educación es gratuita, con esto se ha tratado de bajar el grado de analfabetismo en nuestro país. Lo cual no quiere decir que tengamos una educación de calidad. Esta depende de muchos factores como: la responsabilidad del alumno, si los profesores tienen un buen método de enseñanza y así que los alumnos capten sus ideas con mayor claridad.

El desarrollo profesional de los padres en la actualidad hace que se les otorgue la responsabilidad total a sus hijos, esto combinado con las diferentes distracciones de esta época promueve una disminución del nivel académico de los alumnos.

El proyecto que estamos desarrollando es para ayudar a estudiantes a mejorar su nivel académico sintiéndose orgulloso de ellos mismos y no tener tropiezos fuertes en su vida universitaria.

CAPITULO I

Generalidades

1.1 Antecedentes:

En 1688 el cabildo porteño autorizó a la Compañía de Jesús dar inicio a su escuela primaria y en 1707 al colegio denominado San Francisco Javier, en honor al compañero de Ignacio de Loyola y apóstol de las Indias.

La expulsión de los Jesuitas en la segunda mitad del siglo XVIII terminó con la primera etapa de educación que los Jesuitas brindaron en este puerto del Pacífico. Restaurada la Compañía de Jesús, los Padres Jesuitas por el encargo de Gabriel García Moreno administran en Guayaquil el Colegio Nacional San Vicente, hoy conocido como Colegio Nacional Vicente Rocafuerte. Por razones políticas, consecuencia de la muerte de García Moreno, la Compañía debe dejar la administración de este colegio años más tarde.

En pleno período liberal, el 20 de abril de 1906, se produce el milagro de la Dolorosa en el salón-comedor del colegio San Gabriel de los Padres

Jesuitas en Quito. Desde ese momento, Ella se convierte en Patrona de la Educación Ecuatoriana.

Hace 52 años y como homenaje a los 52 años del Milagro de la Dolorosa del Colegio de la Compañía de Jesús retoma su obra educativa en la ciudad de Guayaquil a través de los colegios San Francisco Javier y Veinte de Abril.

Alfonso Villalba, S.J. fue el jesuita designado para arrancar esta empresa apelando a la generosidad de la sociedad guayaquileña. El 20 de abril del año 1956, en una villa ubicada en la esquina de las calles Tomás Martínez y Córdova empezaron a funcionar ambos colegios. El Veinte de Abril fue concebido como un colegio nocturno para personas de escasos recursos económicos que trabajaban y deseaban obtener su título de bachiller. El colegio Javier empezó con el sexto grado de primaria y el primer curso de secundaria.

El colegio Javier se trasladó a su nuevo local de 10 hectáreas, ubicado en la vía a la costa al inicio del período lectivo 1958-1959. Trabajaban desde las 8h00 hasta las 16h15 con un período intermedio para lunch y deportes desde las 12h00 hasta las 14h30. La pensión era de doscientos treinta y siete sucres.

Para el período lectivo 2006-2007 se incorpora la sección Maternal y primero de básica al compromiso de educar, teniendo para este período hasta tercero de básica. Y hace un año ser considerados ya no Colegio Javier, sino Unidad Educativa Javier.

Los primeros 37 bachilleres se graduaron en enero de 1962. Hasta el momento el colegio Javier ha graduado su cuadragésima promoción de bachilleres y sigue educando jóvenes comprometidos con el Evangelio y forjadores de un Ecuador más justo, más solidario.

A la luz de las "Características de la Educación en la Compañía de Jesús", el estudiante debe ser:

a.- Capaz de vivir un compromiso cristiano y solidario como fruto de un conocimiento y amor personal a Jesucristo.

b.- Capaz de tomar decisiones libres, responsables y autónomas.

c.- Intelectualmente competente.

d.- Capaz de expresar el amor en sus relaciones interpersonales.

1.2 Definición del Tema

El Semi-internado será una asesoría educativa que busca la capacitación estudiantil dedicada a satisfacer las necesidades de estudiantes de diferentes cursos del nivel secundario en la Unidad Educativa Javier en la ciudad de Guayaquil. Esto implicará disponer de educadores de distintos niveles educativos y profesores de segunda enseñanza capacitados para guiar de forma adecuada a los alumnos.

La educación desempeña un papel importante para el desarrollo de nuestra sociedad hablando de manera general, pero individualmente se puede percibir la necesidad de ser capaz de llevar a cabo nuestros planes y objetivos que nos permitan satisfacer nuestras necesidades valiéndonos de nosotros mismos para lo cual es impresindible haber contado con una excelente educación no solo moral, espiritual sino también académica y durante la etapa de formación se requerirá la guía necesaria, guía que se propone brindar nuestro proyecto.

El proyecto que estamos proponiendo brindará asesoramiento educativo por lo tanto este centro se encargará de explicar de manera más clara, comprensibles y personalizada los diferentes temas que se analizan en los cursos, pudiendo de esta forma conocer los vacíos que tengan los estudiantes para así llenarlos y sentar las bases que le permitan seguir con el proceso educativo, así como guiar en la realización y cumplimientos de las tareas escolares.

Los estudiantes al ingresar a su vida universitaria contarán con el nivel académico requerido por dichas instituciones, esto de seguro logra dar un mayor prestigio al colegio alcanzando la deferenciación académica, por otro lado el estudiante estará satisfecho al sentirse preparado para su siguiente nivel académico.

El estudiante podrá disipar sus inquietudes de una manera óptima debido a que la atención será personalizada, dedicando tiempo a las tareas específicas que cada estudiante tenga de acuerdo al nivel e institución académica a la que pertenezca, permitiendo de esta forma tener altas espectativas de que el proyecto propuesto brindará un servicio requerido que tendrá la aceptación de nuestro mercado objetivo logrando altas rentabilidades como retorno.

1.3 Planteamiento del Problema

Durante muchos años las que llevaban el control de la educación y realización de deberes escolares en los hogares habían sido las madres, mientras sus esposos se encargaban de trabajar durante el día para llevar el dinero al hogar. A medida que la sociedad ha ido avanzando se ha incorporando a la mujer dentro del ámbito laboral, no solo por la necesidad económica sino por ir en busca de la satisfacción y superación personal.

Esto ha provocado una despreocupación en cierta forma involuntaria por parte de los padres hacia sus hijos, el control ya no es el mismo que se llevaba hace algunos años, al no sentir la atención de sus progenitores, los hijos no sienten la responsabilidad de cumplir con sus obligaciones estudiantiles y para quienes si lo consideran importante no siempre cuentan con el apoyo de ese alguien que pueda responder alguna inquietud o vacío que quedó durante su dia de clase impidiendo que cumplan de la manera correcta con sus tareas escolares.

La gran cantidad de estudiantes que existen en diferentes colegios y escuelas así como la necesidad de que padres de familia se ausenten en sus hogares perjudica la enseñanza que cada estudiante puede tener de manera individual.

Debido a que no existe mucho control en sus hogares los alumnos se despreocupan de sus tareas no dándole la importancia requerida. Llevando a que se produzcan problemas posteriores que incomodan a profesores, padres de familia y los propios alumnos, problemas tales como: bajo rendimiento académico, citatorios por parte de los maestros a los representantes, incluso supletorios y pérdidas de años escolar en la culminación del periodo lectivo.

El problema actual es que muchos jovenes dedican gran parte de su tiempo a labores que no ayudan a mejorar su nivel académico, tales como: juegos de video, internet, programas de televisión, uso de teléfonos celulares entre otros. Esto se debe a la poca importancia que le dan tanto los estudiantes como los padres de familia en los que corresponde a sus obligaciones.

Con respecto a la educación a nivel nacional la Subsecretaría de Política Económica del Ministerio de Economía y Finanzas, Ecuador. Informa que "La situación de la educación en el Ecuador es dramática, caracterizada, entre otros, por los siguientes indicadores: persistencia del analfabetismo, bajo nivel de escolaridad, tasas de repetición y deserción escolares elevadas, mala calidad de la educación y deficiente infraestructura educativa y material didáctico. Los esfuerzos que se realicen para revertir esta situación posibilitarán disponer de una población educada que pueda enfrentar adecuadamente los retos que impone el actual proceso de apertura y globalización de la economía."

Muchos alumnos consideran que la presión estudiantil es alta, más aún cuando resulta difícil satisfacer las expectativas de los profesores así lo mostró una encuesta presentada en la revista Vistazo mes de Octubre. El estrés en la ciudad de Guayaquil es del 81%, y según la ocupación asigna ese estrés un 14% a la parte estudiantil.

Por otro lado, el ambiente es un factor importante, según estudios realizados a estudiantes de California, el 70% de los evaluados tuvieron un rendimiento de 7 a 9 puntos menos en las pruebas de Matemáticas, lectura e idiomas debido a la distracción en el hogar por efectos de la televisión y otros factores inapropiados para la concentración académica. El proyecto propuesto busca colocar al estudiante en un ambiente adecuado que impida la distracción.

El cuadro siguiente pone de relieve la necesidad de que los alumnos cuenten con una guía más efectiva para mejorar su aprovechamiento, teniendo en cuenta que no es un problema solo de instituciones fiscales, sino también de establecimientos educativos particulares.

Tabla Nº 1 Censo Pruebas Aprendo 2000.

CALIFICACIONES PROMEDIO EN TERCER NIVEL

PRUEBAS APRENDO 2000

PROMEDIO SOBRE 20

	Tipo de Establecimiento		
	Particular	**Fiscal**	**Rural**
Lenguaje	10.95	9.84	8.43
Matemáticas	9.7	8.9	7.53

Fuente: CEAINFO

El bajo rendimiento académico es un grave problema para las familias y para la sociedad porque aunque el estudiante culmine sus estudios siempre quedarán vacios en su formación académica que no permiten su desarrollo como profesional en un cien por ciento, además los jóvenes que reprueban pierden tiempo y dinero en el año escolar transcurrido, como en cursos que muchos toman para tratar de nivelarse en las diferentes materias y en la contratación de profesores particulares los cuales en muchas ocasiones cobran valores exagerados por cada hora de estudio.

1.4 Justificación del Tema

Consideramos que es una gran oportunidad debido a que no es un servicio que se haya explotado anteriormente. Vemos que contamos con una muy buena demanda porque está enfocado a una entidad educativa que cuenta con un número elevado de alumnos, a saber 790 en el presente año lectivo. Adicionalmente podemos decir que se cuenta con una excelente infraestructura la cual se encuentra disponible en el lapso de tiempo en el que queremos realizar las actividades correspondientes, los costos de inversión se reducirían.

La Unidad Educativa Javier tratando de atender la necesidad planteada implementó hace 4 años un programa educativo fuera del horario académico llamado "Programa de Apoyo a Procesos de Aprendizaje" (PAPA) cuyo objetivo es similar al que deseamos alcanzar sin embargo no alcanzó las expectativas, pero era una propuesta diferente, con un sistema inapropiado.

Esta propuesta "PAPA" deseaba la superación académica del estudiante un proyecto de activación de la Inteligencia, para que los estudiantes aprendan a prender y a potenciar correctamente su pensamiento. El objetivo inicial era trabajar a través de métodos interactivos guiados por un equipo de profesionales especializados en: Lectura, Escritura, Procesos de Desarrollo del pensamiento. Con una atención de Lunes a Jueves de 14h00 a 15h50. Pero finalmente contaban solo con la presencia de la psicóloga y directora académica, las cuales estaban para vigilar a los alumnos que estén ocupados en sus deberes y a motivarlos. A diferencia de esta propuesta, el Semi-internado tendrá profesores capacitados que no solo motivarán sino que guiarán en la realización de los deberes, se asegurarán de que entiendan y estén listos para ser evaluados en clases.

El proyecto propuesto busca satisfacer necesidades que van en aumento a medida que pasa el tiempo y crecen las responsabilidades adquiridas. Resulta en una gran ayuda a los padres de familia quienes son responsables directos de la buena educación de sus hijos, este centro les facilita cumplir con las responsabilidades de sus hijos como estudiantes y así poder aprovechar al máximo su vida estudiantil colegial.

Brindar mayor información a los estudiantes debido a que ellos tienen diferentes maneras de asimilar lo estudiado, buscamos personalizar la enseñanza para que el estudiante no se quede con las dudas que en un futuro puede ser muy perjudicial para su vida colegial y su vida universitaria. Complementándola con los diferentes métodos de estudio que el estudiante pueda aplicar.

Este centro contará con todos los implementos necesarios para llevar a cabo las tareas educativas siendo necesario así, computadoras, biblioteca, papelería y todo lo relacionados con material didáctico permitiendo de esta forma tener disponible las herramientas que permitan facilitar el trabajo y la comprensión sin desperdiciar tiempo necesario.

El proyecto se realizará por la necesidad que se ha presentado en la sociedad guayaquileña, aunque esta ha estado presente desde hace varios años, en el último periodo ha sido más evidente debido a la gran importancia que actualmente se está dando al sector educativo, porque como hemos visto el gobierno esta exigiendo profesionales capacitados en la docencia para una mejor educación, pero para lograrlo no solo es necesario contar con buenos profesores sino con alumnos dedicados y con respectiva guía para cumplir con sus obligaciones, por esta razón proponemos esta asesoría educativa que contribuirá a alcanzar las metas de manera eficaz y eficiente.

Las familias de nuestro mercado obejtivo son personas que quieren alcanzar su desarrollo profesional llevandólos a ocupar cargos a los cuales le deben dedicar gran parte de su tiempo descuidando de esta manera a sus hijos, dejándolos solos en casa y otorgándoles a ellos la responsabilidad absoluta de cumplir con sus labores escolares, mismas que no son cumplidas en su totalidad.

Nuestra sociedad necesita jóvenes emprendedores y realmente capacitados para llevar a cabo sus propias ideas y proyectos y el semi-internado se encargará de brindar el asesoramiento necesario para su instrucción y capacitación necesaria al nivel académico en el que se encuentran. Dando también un mejor prestigio a esta Institución Educativa a la cual va dirigida el proyecto.

Se espera que la implementación del proyecto tenga gran éxito y sea de gran ayuda en el plantel a desarrollarse para que luego pueda ser llevado a otras instituciones y seguir así ayudando a las familias guayaquileñas que necesitan de este servicio y poder mejorar el nivel académico en las instituciones guayaquileñas.

El personal a contratar para dictar las clases serán profesores de la misma institución con los cuales se haya llegado a un acuerdo, es decir establecer horarios y sueldos de los docentes. De la misma manera estableceremos un convenio con la administración del bar para que puedan brindar a los estudiantes la alimentación adecuada para continuar con la jornada educativa. Se abastecerá del material necesario a la librería con la que cuenta actualmente el plantel para poder dictar las clases de los jóvenes.

1.5 Objetivo del Estudio

1.5.1 Objetivo General

- Evaluar la factibilidad económica de la implementación de un Semi-internado en la Unidad Educativa Javier.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Determinar la inversión necesaria y costos para el desarrollo e implementación del proyecto propuesto.

- Analizar la viabilidad financiera y rentabilidad del proyecto.

- Establecer el procedimiento y tiempo de recuperación de la inversión.
- Desarrollar un plan operativo de marketing de acuerdo al segmento objetivo.

1.6 Planeación Estratégica de la Organización.

1.6.1 Visión

Complementar la búsqueda de la excelencia académica de los educantes mediante el control, guía y seguimiento continuo de sus obligaciones y deberes como estudiantes de la unidad educativa.

1.6.2 Misión

Capacitar al alumnado mediante una tutoría personalizada en las diferentes áreas creando hábitos de estudio y responsabilidad.

1.6.3 Objetivos

1.6.3.1 Objetivo General

- Agrupar a los alumnos que necesiten de un acompañamiento académico para que por vía padres de familia, docentes y tutores alcancen el nivel de estudios aceptables para culminar el proceso mediante un mejoramiento continuo.

1.6.3.2 Objetivos Específicos

- Encontrar los alumnos con déficit académico en los procesos de cada paralelo.

- Fomentar una comunicación permanente y consolidada entre los involucrados en el proceso.

- Lograr que los educandos superen las dificultades progresivamente adoptando el estilo de trabajo que requiere la Institución.

- Evaluar permanentemente el proceso entre profesores-dirigentes-psicólogos-padres-tutores.

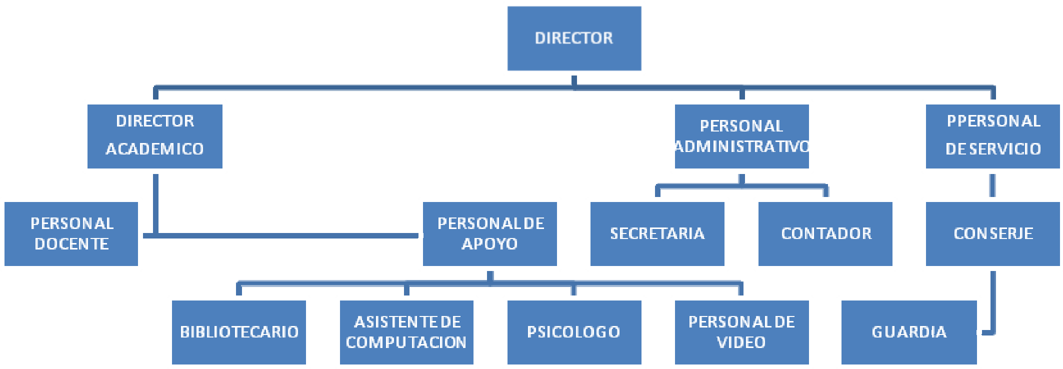
- Procurar el alcance necesario para que el alumno reuna las condiciones necesarias para el año inmediato superior.

- Generar una utilidad adicional al plantel mediante la implementación de un semi-internado.
- Lanzar al mercado jóvenes capacitados para desenvolverse de una manera eficaz y eficiente en el ámbito tanto profesional como estudiantil.

- Captar una mayor demanda de mercado mediante la implementación de este nuevo sistema.

1.7 Organigrama

Figura Nº 1 Organigrama



1.8 Fundamentación del Plan de Marketing Estrátegico

Nuestro plan de marketing estrátegico esta basado en varios puntos que a continuación explicaremos para tener una idea clara y precisa de lo que queremos realizar.

1.8.1 Grupo Objetivo

El grupo objetivo es el segmento de mercado hacia el cual va dirigirido nuestra investigación, en este caso los estudiantes de la Unidad Educativa Javier con un promedio menor a quince puntos, para poder recaudar la información necesaria realizaremos; encuestas y entrevistas tanto al personal docente, padres de familia y a los estudiantes.

1.8.2 Entrevistas

La entrevista la utilizaremos para recaudar información de forma verbal al personal docente y directivos del plantel a través de preguntas que propondremos, estas se ralizaran de manera individual, para poder aclarar dudas tanto de parte de los entrevistados como de los que realizaremos las preguntas.

Utilizaremos entrevistas estructuradas con preguntas estandarizadas y nuestro formato de respuestas será de manera abierta para poder obtener la mayor información posible por parte del entrevistado.

1.8.3 Encuesta

Mediante la encuesta se obtendra información de nuestra muestra, que será una fracción de la población de estudiantes y padres de familia de la Unidad Educativa Javier específicamente los alumnos con un promedio menor a dieciseis puntos y los representantes de estos jóvenes.

Nuestro cuestionario se fundamenta en preguntas cerradas para poder controlar así nuestro marco de referencia.

1.8.4 Análisis FODA

Por medio del análisis FODA realizaremos una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnosticarán la situación interna de nuestro proyecto como su evaluación externa; es decir las oportunidades y amenazas. Como es una herramienta sencilla nos permitirá obtener una perspectiva general de nuestro proyecto.

Las fortalezas y oportunidades serán en un conjunto las capacidades, es decir estudiar tanto los aspectos fuertes y débiles de nosotros y nuestra competencia que es la comercialización del servicio, los costos generales, la estructura financiera, organización, entre otras. Una vez que tengamos identificados los aspectos fuertes y débiles procederemos a evaluar ambos, cabe destacar que unos aspectos tendrán mayor preponderancia que otros debido a que somos parte del sector educativo.

.

En lo referente a nuestras oportunidades podemos decir que son aquellas fuerzas de carácter externo que no podremos controlar pero que al final representarán elementos potenciales de crecimiento y mejoría. Las cuales nos permitirán moldear de alguna manera las estrategias que tendremos. Las amenazas representán las fuerzas que no podremos controlar y serán los aspectos negativos y los problemas potenciales que se nos presentarán en le futuro.

La importancia de este análisis es que nos ayudará a tomar decisiones en beneficio de este proyecto y llegar a conclusiones que serán consideradas para prevenir alguna situación particular y mejorar aspectos negativos.

1.8.5 Posicionamiento

El posicionamiento en el mercado de nuestro servicio será la manera que los alumnos al cual nos dirigimos puedan diferenciar los atributos importantes que tenemos, ocupando un lugar en su mente en relación con el servicio que ofrece nuestra competencia.

Uno de los atributos específicos de nuestro servicio que nos ayudará a posicionar rápidamente será que prestaremos mayor atención y estaremos involucrados directamete con los problemas que tengan los alumnos en las diferentes materias día a día no dejando acumular las dudas obtenidas en clase.

Nos podremos posicionar en el mercado en la época de clases debido que aquí son cuando los estudiantes, tienen muchos problemas, muchos temas no le quedan claros y adquieren muchas dudas. En este periodo los alumnos se estan jugando su pase de año, por lo cual creemos que aquí es cuando tenemos mayor demanda.

1.8.6 Marketing Mix

Somos concientes de que Producto, precio, plaza y promoción son elementos esenciales de establecer con claridad para determinar las estrategias del Marketing.

Nuestro proyecto ofrece vender un servicio centrado en las necesidades del consumidor, necesidades que por un lado saltan a la vista y otras que deseamos percibir al realizar las entrevistas y encuestas necesarias. Considerando que la diferenciación es importante, principalmente teniendo en cuenta que existía un programa similar se ha optado por la entrevista personal a los Directivos con el fin de identificar las debilidades de la anterior propuesta y superarlas con este proyecto.

Debido a que el precio es el valor que el comprador da a cambio de la utilidad que recibe por la adquisición de un servicio y tiene relación estrecha con la demanda, este será determinado teniendo en cuenta la cantidad esperada de personas a adquirir el servicio, cantidad obtenida en base a las encuestas realizadas y considerando la cantidad de alumnos promedio que han obtenido calificaciones bajas en años anteriores. Pero también será considerado el valor que los padres de familia cancelaban en el proyecto PAPA. Se tomará en cuenta que el precio como instrumento de Marketing se lo establece a corto plazo para captar la aceptación de los interesados y se verá sometido a variaciones al demostrar que el proyecto da los resultados esperados. Teniendo en cuenta que la competencia influye en la fijación del precio, a través de las encuestas realizadas podremos obtener información de los valores que los padres de familia pagan habitualmente a nuestra competencia más directa, a saber, los profesores que brindan clases particulares.

La Distribución del servicio a ofrecer debido a sus características se limita a un solo lugar en cuanto a recibir el producto, a saber, Unidad Educativa Javier. Sin embargo el canal de distribución a utilizarse será el Canal Corto debido a las características de mercado, de servicio y los objetivos de la estrategia comercial, reconociendo que hay que captar principalmente el interés de los padres de familia y no el del consumidor final que son los alumnos.

Con la promoción como instrumento del marketing buscamos comunicar la existencia del servicio proporcionando las características ventajas y necesidades que satisface. Buscaremos persuadir a los clientes creando en su mente la imagen correcta y diferenciando el servicio con respecto a las falencias que el programa anterior tenía logrando alcanzar un posicionamiento del servicio. Estableceremos como instrumento de promoción la Venta personal utilizando formas de publicidad que informen, persuadan y desarrollen aptitudes favorables ante el servicio ofrecido.

1.9 Fundamentación Financiera.

Teniendo presente nuestro objetivo financiero debemos maximizar las utilidades, garantizar la supervivencia de la empresa, lograr un adecuado nivel de endeudamiento y maximizar la rentabilidad del patrimonio para lo cual es necesario hacer un estudio de las necesidades de esta asesoría educativa llevándola a valor monetario.

En primera instancia se realizarán cotizaciones para luego evaluar las mejores opciones al momento de adquirir los materiales e implementar la asesoría, en ocasiones será necesario considerar los convenios que la institución tenga con sus proveedores para así disminuir costos.

El personal docente adquirido generará otro desembolso de dinero, mediante encuestas se determinará la disposición que tengan los actuales maestros al cooperar con esta implantación considerando el ingreso que estén dispuestos a percibir, por otro lado consideraremos la opción de obtener personal nuevo. Ambas propuestas serán analizadas para escoger la más factible económicamente hablando pero sin perjudicar la clase de guía que se desea brindar.

A través de las encuestas realizadas a padres de familia y alumnos se podrá determinar los servicios adicionales que se pueden requerir tales como alimentación y transporte, los cuales también afectarán los estados financieros a efectuarse.

El presupuesto expresará lo que la administración tratará de realizar por lo que los planes serán preparados conjuntamente y en armonía, expresados en unidad monetaria.

Se determinará los ingresos que se pretenden obtener, así como los gastos que se van a producir. Esta información será elaborada en la forma más detallada posible y consolidada finalmente en el Estado de Pérdidas y Ganancias.

Sabemos que no es suficiente con conocer los ingresos y gastos futuros, la empresa planeará los recursos necesarios para empezar sus operaciones, lo que identificará la inversión, nuestro objetivo también será mostrar el tiempo en el cual recuperaremos la inversión, mismo que esperamos sea un periodo menor o igual a cinco años, este propósito se logrará a través del Flujo de Caja, es importante mencionar que en los dos primeros años los análisis se los realizarán cada trimestre porque es el período en el que se entregan las notas a los estudiantes y de acuerdo a estas nuestro cantidad de estudiantes puede aumentar.

El Flujo que también nos ayudará a ver la liquidez de la empresa, la rapidez con la que puede hacer frente a sus obligaciones inmediatas, en este caso se presentará ratios financieros que ayudarán a sacar conclusiones.

El método que utilizaremos para poder valorar la inversión del proyecto será el VAN porque nos proporcionará una valoración financiera en el momento actual de los flujos de cajas netos.

El VAN es la diferencia entre el valor actual de los ingresos que esperamos obtener de la inversión que se realizará y el valor actual de los egresos que este nos ocasione.

Las Ventajas del método que utilizaremos son las siguientes:

- Tiene en cuenta el valor del dinero en cada momento.
- Es un modelo sencillo de llevar a la práctica.
- Nos ofrece un valor actual fácilmente comprensible.
- Es muy flexible permitiendo introducir en el criterio cualquier variable que pueda afectar a la inversión.

La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$VAN = -A + \frac{Q_1}{(1+k_1)} + \frac{Q_2}{(1+k_1)\cdot(1+k_2)} + \cdots + \frac{Q_n}{(1+k_1)\cdots(1+k_n)}$$

Donde:

VAN = Valor Actual Neto de nuestra Inversión.
A = El Valor que invertiremos
Q_i = Valor neto de los distintos flujos de caja.
k_i = Tasa de retorno del periodo.

Con todo esto se podrá presentar en dólares americanos los recursos generados o utilidades en la operación, los principales cambios ocurridos en la estructura financiera así como el reflejo final en el efectivo a través de un período determinado.

CAPITULO II.

PROPUESTA CON PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO

2.1 Propuesta del Proyecto.

La propuesta de nuestro proyecto esta basada en el mejoramiento del nivel Académico de los estudiantes, el cual lo haremos evitando cometer los mismos errores del Proyecto PAPA que años anteriores se llevo a cabo en la Unidad Educativa Javier, pero que actualmente este proyecto dejó de estar en marcha.

Esta propuesta “PAPA” deseaba la superación académica del estudiante un proyecto de activación de la Inteligencia, para que los estudiantes tengan una manera más eficiente de aprender y potenciar correctamente su pensamiento. El objetivo inicial era trabajar a través de métodos interactivos guiados por un equipo de profesionales especializados en: Lectura, Escritura, Procesos de Desarrollo del pensamiento. Con una atención de Lunes a Jueves de 14h00 a 15h50. Pero finalmente contaban solo con la presencia de la psicóloga y directora académica, las cuales estaban para vigilar a los alumnos que estén ocupados en sus deberes y a motivarlos. A diferencia de esta propuesta, el Semi-internado tendrá profesores capacitados que no solo motivarán sino que guiarán en la realización de los deberes, se asegurarán de que entiendan y estén listos para ser evaluados en clases.

Nuestro proyecto lo que desea es mejorar el nivel Académico de los estudiantes que tienen un promedio menor o igual a quince, el cual lo tendrán que tomar de una manera obligatoria, lo cual lo lograremos contratando a profesores de la misma institución de esta forma hará más fácil la coordinanción de tareas, es decir que se trate de que las tareas asignadas puedan ser resueltas en el horario de atención el cual es de 14h15 a 17h00.

Brindar mayor información a los estudiantes debido a que ellos tienen diferentes maneras de asimilar lo estudiado, buscamos personalizar la enseñanza para que el estudiante no se quede con las dudas que en un futuro puede ser muy perjudicial para su vida colegial y su vida universitaria. Complementándola con los diferentes métodos de estudio que el estudiante pueda aplicar.

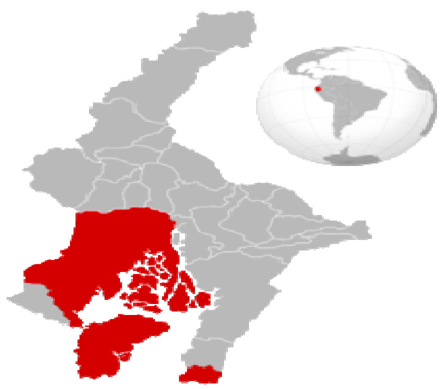
Este centro contará con todos los implementos necesarios para llevar a cabo las tareas educativas siendo necesario así, computadoras, biblioteca, papelería y todo lo relacionados con material didáctico permitiendo de esta forma tener disponible las herramientas que permitan facilitar el trabajo y la comprensión sin desperdiciar tiempo necesario, vamos a poner en marcha todo estos implementos creando así una diferenciación con el proyecto anterior el cual no contaba con estos requerimientos, por lo que muchas veces el alumnado no cumplia con las tareas asignadas.

Nosotros daremos un servicio que aparte de brindar un control de tareas al alumnado se le darán clases si este mantiene alguna duda para que esto no le impida realizar sus tareas.

Contaremos con el servicio del lunch ya que se ha llegado a un acuerdo con el Bar de la Unidad Educativa Javier, el cual se lo hara por pedidos, haciendo que el Bar haga los almuerzos de acuerdo al alumnado que tengamos.

2.2 Ubicación de la Empresa

Figura Nº 2 La Provincia del Guayas Ecuador.



2.2.1 Macro – Localización.

La provincia del Guayas se encuentra ubicada en la Región Costa del territorio Ecuatoriano. Limita con las provincias de Manabí, Pichincha, Los

Rios, Bolivar, Chimborazo, Cañar, Azuay, El Oro, Santa Elena y el Océano Pacífico.

2.2.1.1 Caracteristicas de la Provincia del Guayas.

2.2.1.1.1 Comercio.

El comercio en la provincia del Guayas es muy grande y esto se ve reflejado en su crecimiento a través de los años, por eso se la ha denominado la capital económica del Ecuador. Una de las ciudades representativas de esta provincia es la ciudad de Guayaquil que es la que tiene un movimiento comercial grande.

2.2.1.1.2 Clima.

El clima en la provincia del Guayas es calido y húmedo la temperatura oscila de 26º a 34º, por lo cual la ciudad es muy calurosa. El invierno dura de diciembre a mayo y el verano de junio a diciembre.

2.2.1.1.3 Lugares de Centros Educativos.

En la provincia del Guayas se encuentra muchos Centros Educativos, los cuales se encuentran en su mayoria en la ciudad de Guayaquil, debido a que es la capital de la Provincia del Guayas y Capital económica de los Ecuatorianos.

2.2.1.1.4 Población.

La Provincia del Guayas tiene una población conformada por un 49.5% que son mujeres y un 50.5% que son hombres según datos del INEC.

2.2.2 Micro – Localización.

2.2.2.1 Guayaquil.

Figura Nº 3 Bandera y Escudo de Guayaquil

Evol[illegible]lación del C[illegible]aquil En relación[illegible]a del Guayas[illegible] Guayaquil			
Censos	**Provincia del Guayas**	**Cantón Gua[illegible]**	**[illegible]iudad de [illegible]uayaquil**
1950	582.144	331.942	258.966
1962	979.223	567.895	510.804
1974	1.512.333	907.013	823.219
1982	2.038.454	1.328.005	1.199.344
1990	2.515.146	1.570.396	1.508.444
2001	3.309.034	2.039.789	1.985.379
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos			

Tabla Nº 2 Evolución de la Población de Guayaquil

El Cantón Guayaquil, está ubicado en el centro de la Provincia del Guayas, su cabecera cantonal es Santiago de Guayaquil, y en conjunto con ella son la capitál del Guayas. El cantón es uno de los más grandes de la provincia.

El cantón lindera con los de más cantones de: Santa Elena, Playas (General Villamil), Durán, Samboróndón, Nobol, Daule, entre otros. Además se divide en tres partes, La parte principal está ubicada al lado del rio Guayas, la otra parte es la Isla Puná, y la tercera parte limitando con la Provincia de El Oro.

Exactamente la localizacion de nuestro Proyecto es Vía a la Costa, Kilometro 5. Avenida del Bombero, que es donde se encuentra ubicado La Unidad Educativa Javier ubicada actualmente.

Teléfono: 235-0280 - 235-0281 - 235-3500 - 235-2021 - 235-2186
Fax: 235-0994.
Persona contacto: P. Francisco Javier Cortés García, S.J. Vice-Rector

2.2.2.2 Factores que influyen en la micro – localización.

2.2.2.2.1 Tiempo.

Como sabemos toda entidad educativa tiene un periodo lectivo, como la Unidad Educativa Javier se encuentra ubicada en la Región Costa, el periodo lectivo desde los meses de abril hasta el mes de diciembre.

2.3 Definición del Grupo Objetivo.

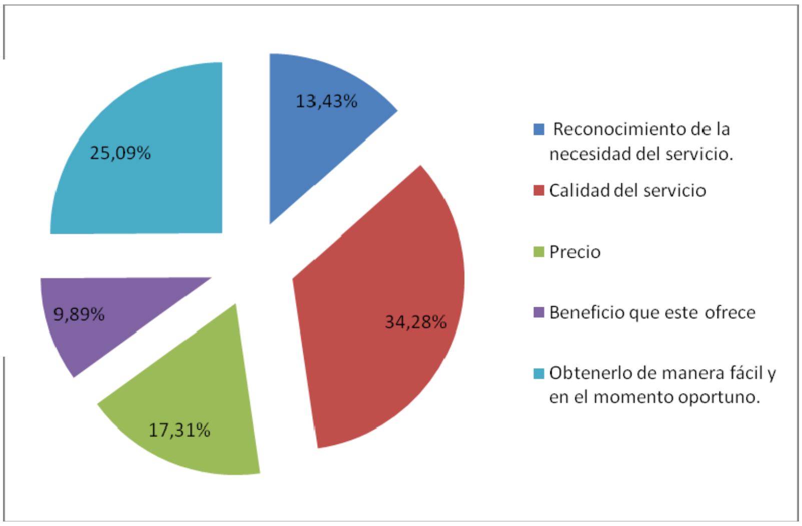
2.3.1 Comportamiento de los Consumidores.

Puesto que los mercados están conformados por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos, las acciones de marketing deben estar dirigidas a cubrir los requerimientos particulares de estos mercados, entendiendo como mercado al lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacción de bienes y servicios a un determinado precio, para proporcionarles una mejor satisfacción de sus necesidades específicas. El comportamiento de compra de los consumidores se rige siempre a diferentes aspectos tales como:

- Reconocimiento de la necesidad del servicio.
- Calidad del servicio
- Precio
- Beneficio que este ofrece
- Obtenerlo de manera fácil y en el momento oportuno.

Tratamos de explotar un mercado insatisfecho, dirigido de manera general a los alumnos de secundaria de la “Unidad Educativa Javier”, de acuerdo a las encuestas realizadas, la adquisición del servicio que se ofrece, a saber, control personalizado de tareas y preparación adecuada para las evaluaciones, depende, como puede apreciarse en el gráfico, en gran medida de la calidad del servicio, y de la facilidad con la que se lo obtenga.

Gráfico Nº 1 Grado de importancia al adquirir el servicio de Semi-internado



Fuente: Resultados de la encuesta

Elaborado por: Los Autores

2.3.2 Segmentación del Mercado.

Con el fin de tener más precisión en las proyecciones, segmentaremos aún más nuestro mercado en:

- Mercado Total.- conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.
- Mercado Potencial.- conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien está en condiciones de adquirirlas.
- Mercado Meta.- está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el grupo que la empresa desea y decide captar.

Considerando el servicio que se ofrece, segmentamos nuestro mercado de la siguiente manera:

- Mercado Total: Los 790 alumnos con los que cuenta la institución.
- Mercado Potencial: Alumnos que anteriormente han recibido clases particulares para mantener un aprovechamiento satisfactorio.
- Mercado Meta: Dirigido a aquellos alumnos que se quedaron supletorio en el año lectivo anterior y aquellos que tengan calificaciones de 15 o menor a esta.

Según datos de la encuesta y de los análisis de notas históricas en promedio se puede establecer que el 66.84% pertenecen a nuestro mercado potencial y el 26.58% pertenecen a nuestro mercado meta, ambos con respecto al mercado total. Y el mercado meta representa al 39.77% del mercado potencial.

Gráfico Nº 2. Segmentación del Mercado en cantidades promedio

Fuente: Encuestas, Notas del alumnado

Elaborado por: Los Autores.

2.4 Investigación de Mercado.

La investigación de mercado consiste en la manera en la que recolectamos los datos para poder realizar la investigación.. Las técnicas a utilizarse dependen fundamentalmente del tipo de investigación, de los aspectos que queremos conocer y de las circunstancias en las que se va desarrollando.

Las técnicas de investigación que utilizaremos en el presente estudio son las encuestas y entrevistas hemos escogidos estas dos porque ambas son necesarias para recaudar la información que queremos obtener tanto de las personas que integran el Centro Educativo como de nuestro Mercado objetivo.

Las entrevistas la utilizaremos para recaudar información de forma verbal al personal docente y directivos del plantel a través de preguntas que propondremos, estas se realizarán de manera individual, para poder aclarar dudas tanto de parte de los entrevistados como de los que realizaremos las preguntas. Las entrevistas están estructuradas con preguntas estandarizadas y nuestro formato de respuestas será de manera abierta para poder obtener la mayor información posible por parte del entrevistado.

Mediante la encuesta se obtendrá información de nuestra muestra, que será una fracción de la población de estudiantes y padres de familia de la Unidad Educativa Javier específicamente los alumnos con un promedio menor o igual a quince puntos y los representantes de estos jóvenes.

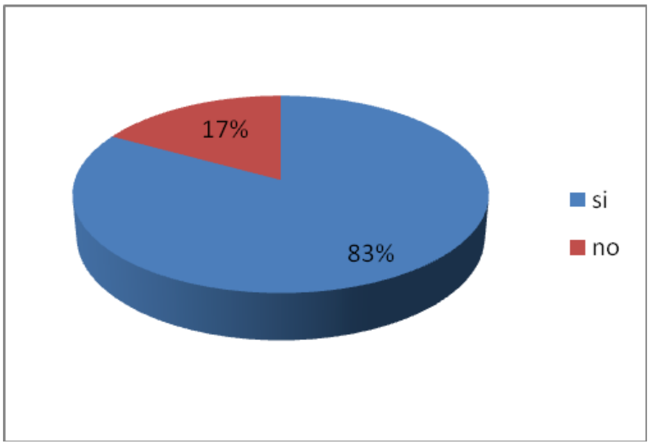
Nuestra población serán los 790 alumnos de la Unidad Educativa Javier del sector secundario, nuestra muestra son 258 jóvenes que serán encuestados de manera aleatoria. Nuestro mercado potencial son 528 un 66.84% del total de mercado alumnos y nuestro mercado meta 210 jóvenes es decir un 26.58% con respecto al Mercado total, aunque esto dependerá de las notas reportados cada parcial por los estudiantes y del interés del padre de familia por su hijo.

Nuestro cuestionario se fundamenta en preguntas cerradas para poder controlar así nuestro marco de referencia.

2.4.1 Conclusiones de la Investigación de Mercado.

2.4.1.1 Resultado de las Encuestas a los Padres de Familia.

Gráfico Nº 3 Conocimiento de Destrezas.

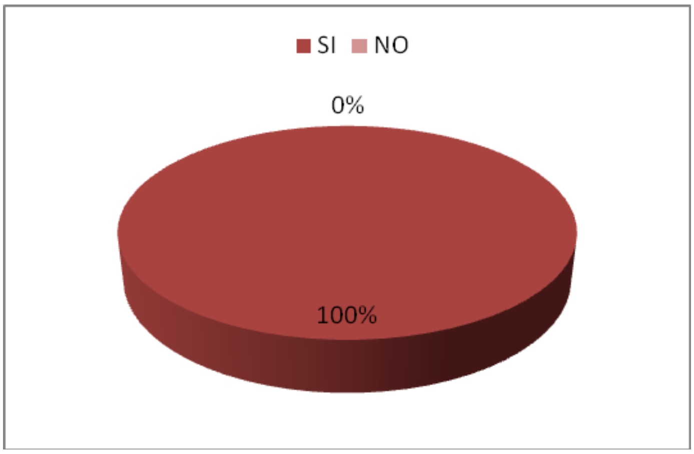


Fuente: Encuestas a Padres de Familia.
Elaborado: Por los autores.

- Ayuda usted a la motivación hacia el estudio .

Si No

Gráfico Nº 4 Apoyo del Padre hacia el Estudiante.

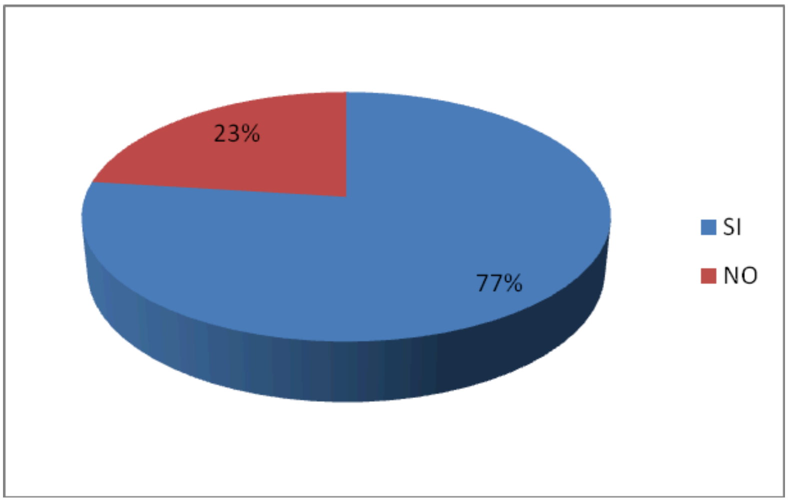


Fuente: Encuestas a Padres de Familia.
Elaborado: Por los autores.

- Crea ambiente estimulante.

  Si No

Gráfico Nº 5 Ambiente Adecuado.

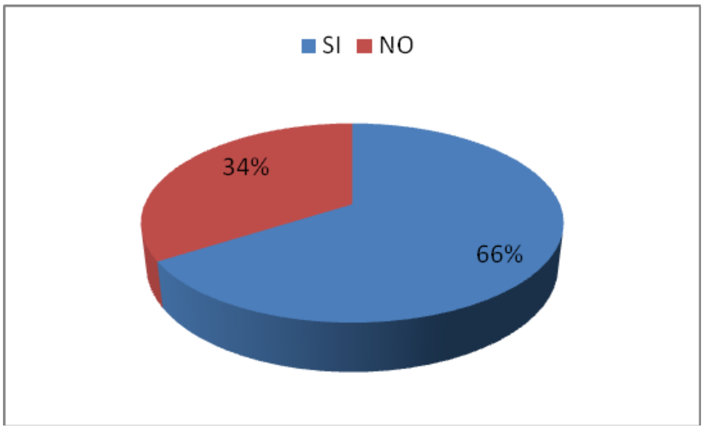


Fuente: Encuestas a Padres de Familia.
Elaborado: Por los autores.

- Cultiva la lectura.

  Si No

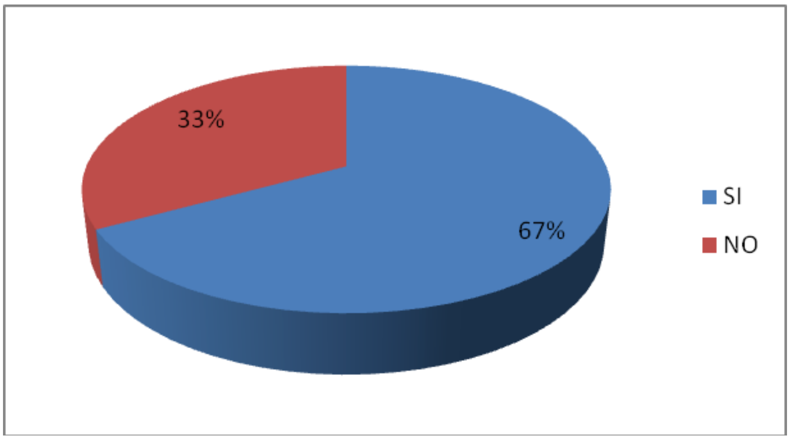
Gráfico Nº 6 Preocupación por Fomentar la Lectura.



Fuente: Encuestas a Padres de Familia.
Elaborado: Por los autores.

- Favorece las distracciones (televisión, video juegos, etc) de su hijo. Si No

Gráfico Nº 7 Nivel en que favorece las distracciones.

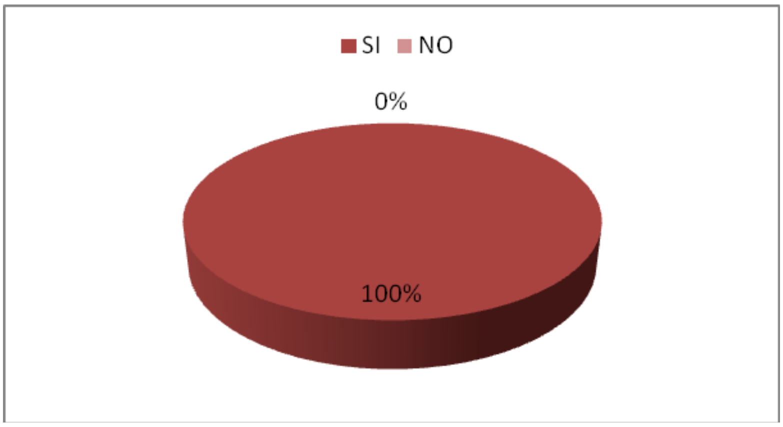


Fuente: Encuestas a Padres de Familia.
Elaborado: Por los autores.

- Fomenta un clima familiar tranquilo sereno.

  Si No

Gráfico Nº 8 Clima familiar

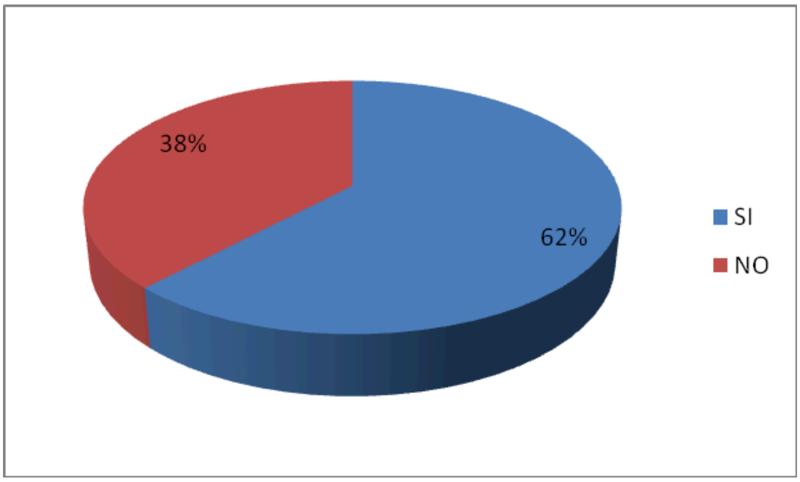


Fuente: Encuestas a Padres de Familia
Elaborado: Por los autores

- Coordina con los profesores sobre actividades escolares

  Si No

Gráfico Nº 9 Colaboración padre-profesor.

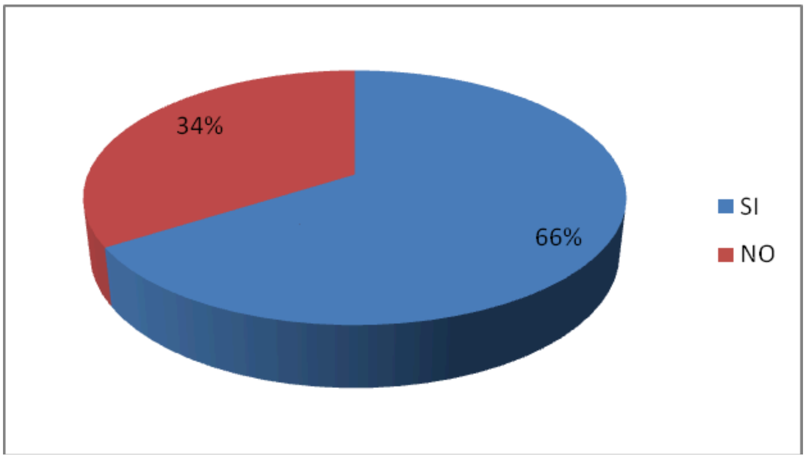


Fuente: Encuestas a Padres de Familia.
Elaborado: Por los autores.

- Planifica diariamente las tareas y lecciones de su hijo.

Si   No

Gráfico Nº 10 Planificación de tareas.

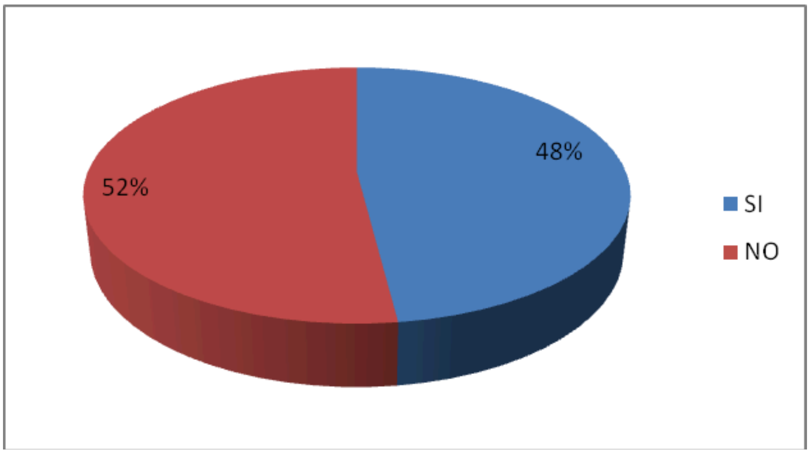


Fuente: Encuestas a Padres de Familia.
Elaborado: Por los autores.

- Usa técnicas de estudios adecuadas para el aprendizaje.

Si   No

Gráfico Nº 11 Uso de técnicas de estudio.

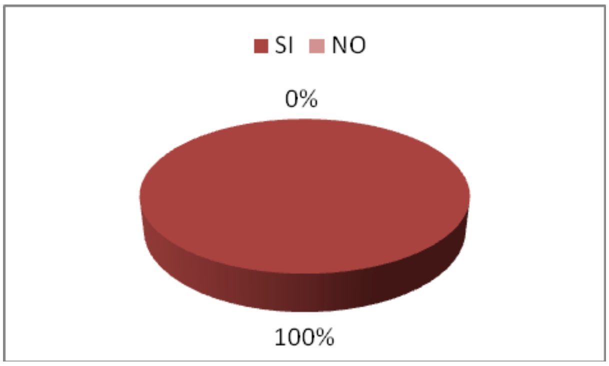


Fuente: Encuestas a Padres de Familia.
Elaborado: Por los autores.

- Le agradaría le ayudemos a su hijo a responder muy bien a sus estudios.

  Si No

Gráfico Nº 12 Nivel de aceptación para ayuda de sus hijos.

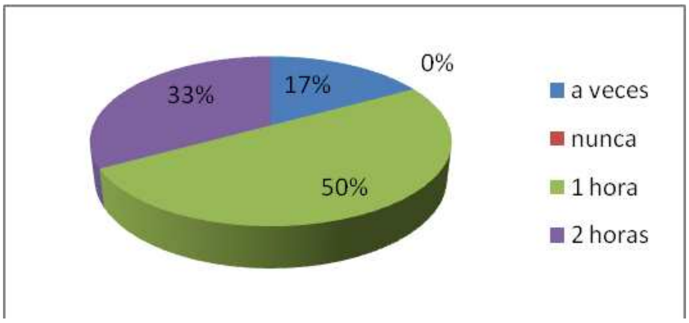


Fuente: Encuestas a Padres de Familia.
Elaborado: Por los autores.

1. ¿Qué tiempo dedica usted a su hijo para la revisión de las tareas escolares?.

   2 horas 1 hora a veces nunca

Gráfico Nº 13 Tiempo dedicado por los padres para ayudar en tareas.



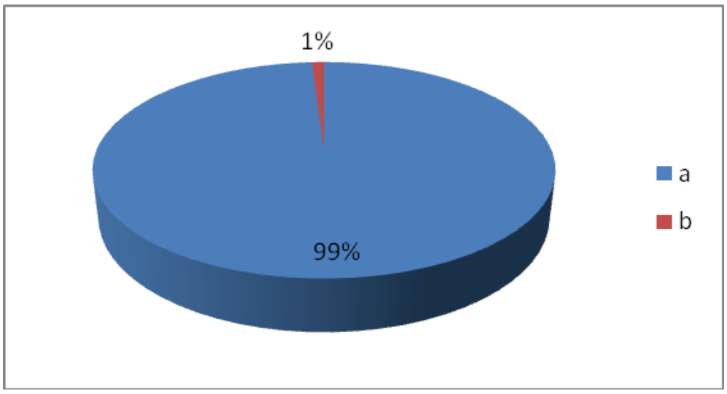
Fuente: Encuestas a Padres de Familia.
Elaborado: Por los autores.

2. Si el colegio ofrece un servicio de control de tareas y lecciones, escogería:

Horas factibles para el desarrollo de tareas y lecciones.

a. Cuando salga el estudiante del colegio (2 ½ de la tarde)
b. Retornar nuevamente al colegio (4 ½ de la tarde)

Gráfico Nº 14 Horario Factible para el desarrollo d Tareas.

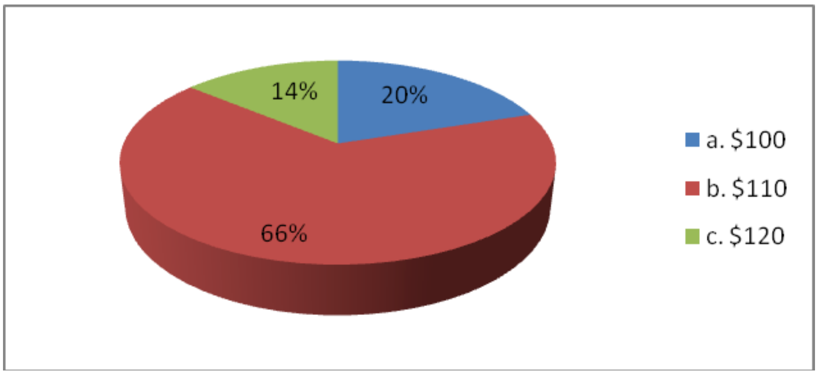


Fuente: Encuestas a Padres de Familia.
Elaborado: Por los autores.

Cuanto estaría dispuesto a pagar.

100 110 120

Gráfico Nº 15 Preferencia en precios.



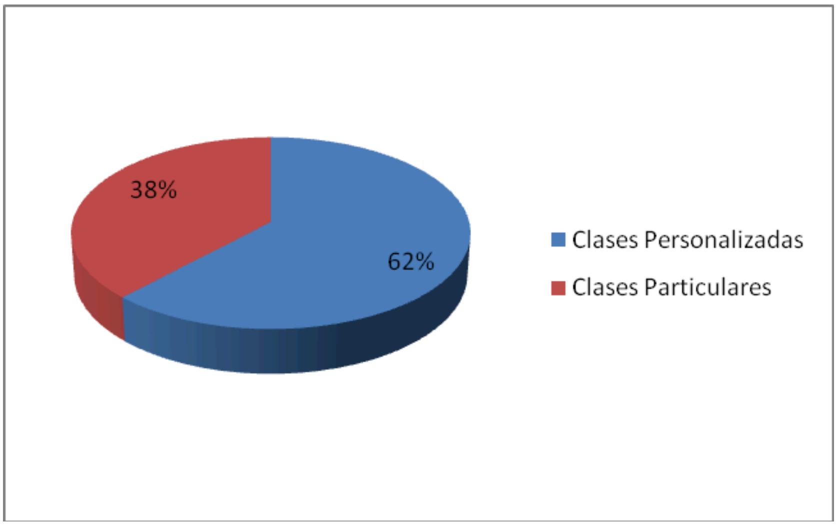
Fuente: Encuestas a Padres de Familia.
Elaborado: Por los autores.

3. ¿Qué prefiere para su hijo?

Clases personalizadas en la misma institución

Clases particulares

Gráfico Nº 16 Preferencia en la ayuda a sus hijos.



Fuente: Encuestas a Padres de Familia.
Elaborado: Por los autores.

4. ¿Qué servicio extra le gustaría tener:

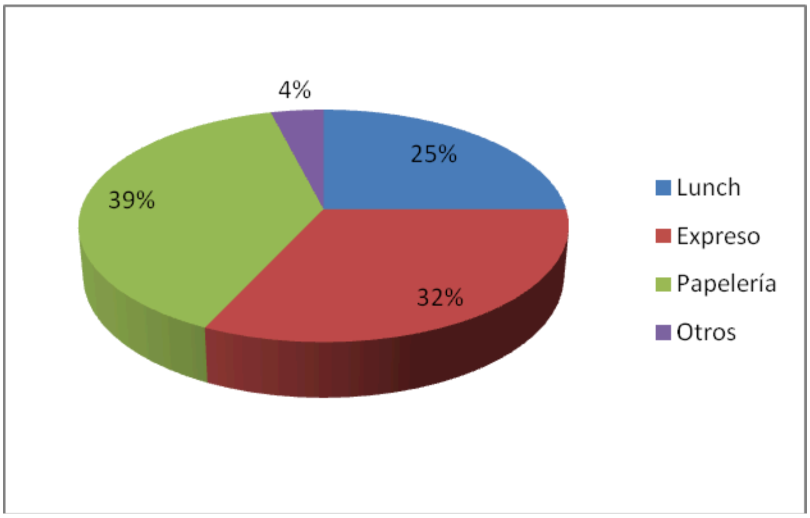
   Lunch

   Expreso

   Papelería

   Otro ___

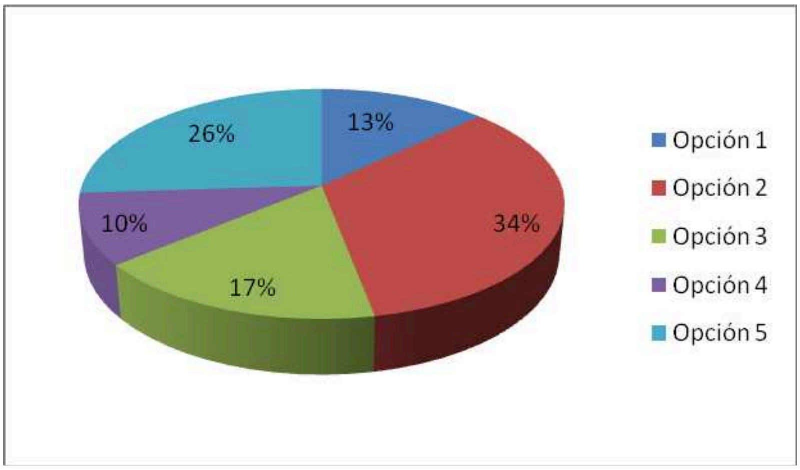
Gráfico Nº 17 Importancia en servicios a ofrecer.



Fuente: Encuestas a Padres de Familia.
Elaborado: Por los autores.

5. Según el orden de importancia para usted al adquirir el servicio de control de tareas y lecciones enumere del 1 al 5 siendo 1 el de menor importancia:
   - Reconocimiento de la Necesidad
   - Calidad del Servicio
   - Precio
   - Beneficio que este ofrece
   - Obtenerlo de manera fácil y oportuna

Gráfico Nº 18 Orden de importancia para adquirir nuestro servicio.



Fuente: Encuestas a Padres de Familia.
Elaborado: Por los autores.

De acuerdo a las encuestas realizadas a los padres de familia hemos reafirmado la hipótesis que se estableció desde un principio en el proyecto, ellos no constan con el tiempo necesario para dedicarle a los jóvenes y aunque muchos afirman conocer los talentos de sus hijos, enseñarles técnicas de estudio, coordinar con los profesores las actividades escolares, planificar sus tareas e incluso crear el ambiente necesario para que ellos puedan resolver sus tareas y estudiar todas sus materias otros en cambio fomentan las distracciones de los jóvenes como son la televisión, video-juegos, deportes e inclusive otros llegan a contradecirse al responder las preguntas porque aunque aseguran darles todo lo necesario para el buen desempeño del estudiante hemos podido observar que tan solo un 33% le dedica dos horas para ayudarlos en sus labores escolares, esto no es el tiempo necesario por esta razón todos los encuestados están consientes también que la mejor opción sería que lo ayudemos para que sus hijos puedan mejorar su nivel académico.

El 99% de los representantes están de acuerdo que los alumnos tengan las clases a continuación de su jornada estudiantil, contando por supuesto con todo lo necesario para que el estudiante se sienta a gusto y pueda rendir exitosamente, les agrada la idea planteada aunque el 38% indico que les parece mejor contratar profesores particulares esta preferencia se debe seguramente a la mala experiencia que tuvieron con el proyecto PAPA porque aunque en los económico no refieren quejas puesto que están dispuestos a pagar en promedio $110 por las clases que se podrían dictar, si se sintieran afectados por la inconformidad de los estudiantes y porque no vieron jamás un aumento en el promedio de los hijos.

Debido al alto porcentaje que desearía contratar el servicio se establecerán entonces servicios adicionales que complementen el buen desempeño del estudiante para obtener así el objetivo propuesto

2.4.1.2 Resultado de las Encuestas realizadas a los Alumnos.

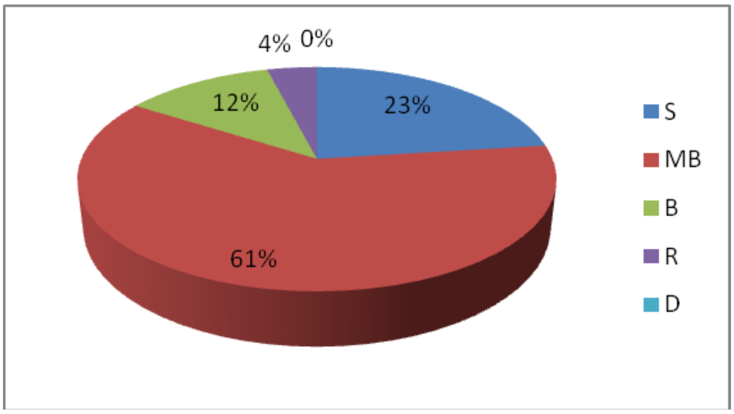
Con el fin de mejorar su aprendizaje y respuesta a ser un buen estudiante le agradeceríamos conteste la siguiente encuesta:

Responde las propuestas formuladas a continuación.

S=sobresaliente; MB=muy bueno; B=bueno; R=regular; D=deficiente

- Mi escritura es

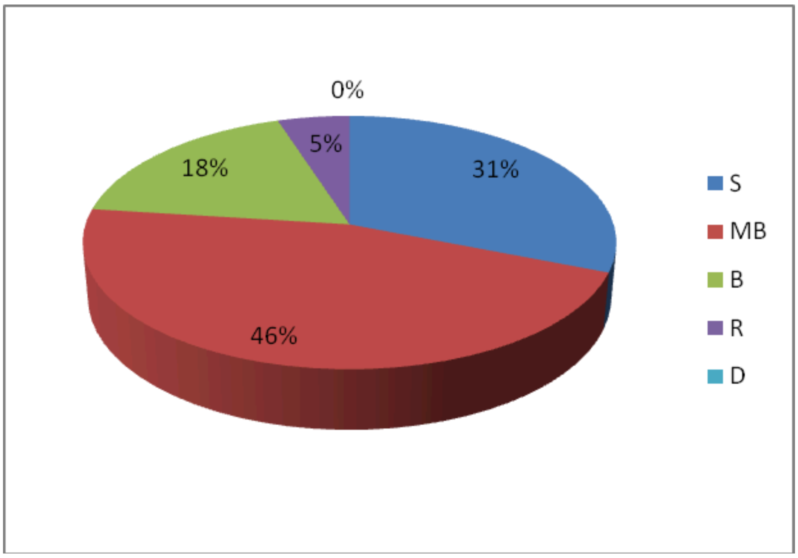
Gráfico Nº 19 Nivel de escritura



Fuente: Encuestas a los Estudiantes
Elaborado: Por los autores

- Mi lectura es.

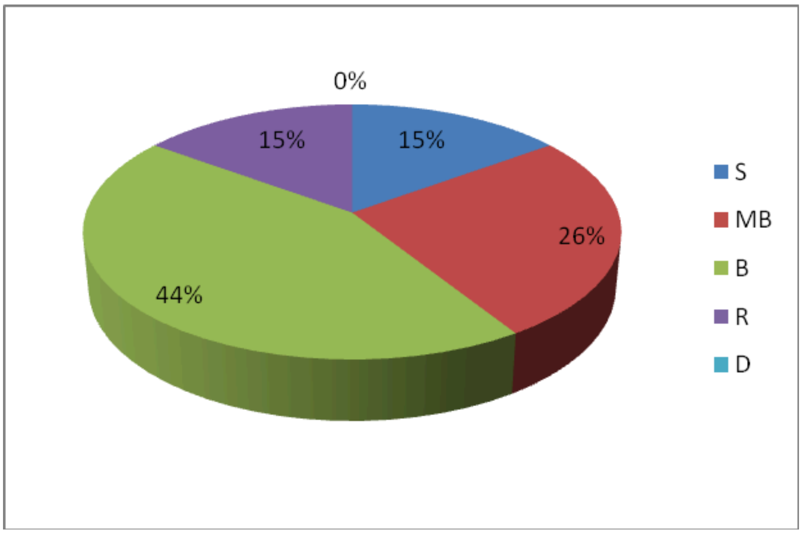
Gráfico Nº 20 Nivel de Lectura.



Fuente: Encuestas a los Estudiantes.
Elaborado: Por los autores.

- Mi promedio general ha sido.

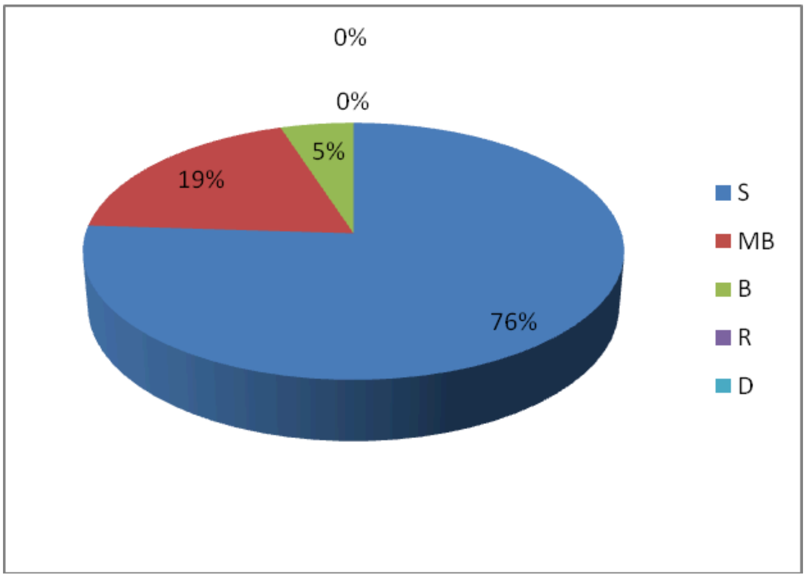
Gráfico Nº 21 Promedio General.



Fuente: Encuestas a los Estudiantes
Elaborado: Por los autores

- Mi asistencia a clases es.

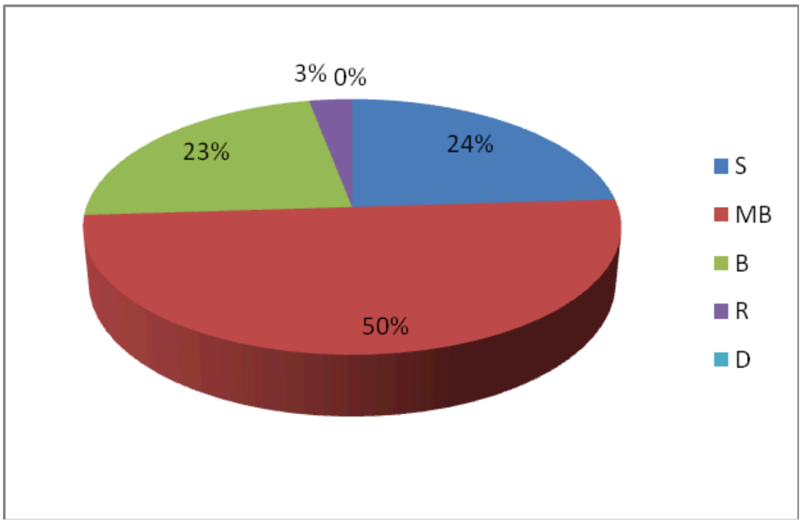
Gráfico Nº 22 Promedio de Asistencia.



Fuente: Encuestas a los Estudiantes.
Elaborado: Por los autores.

- Mi atención en clases es

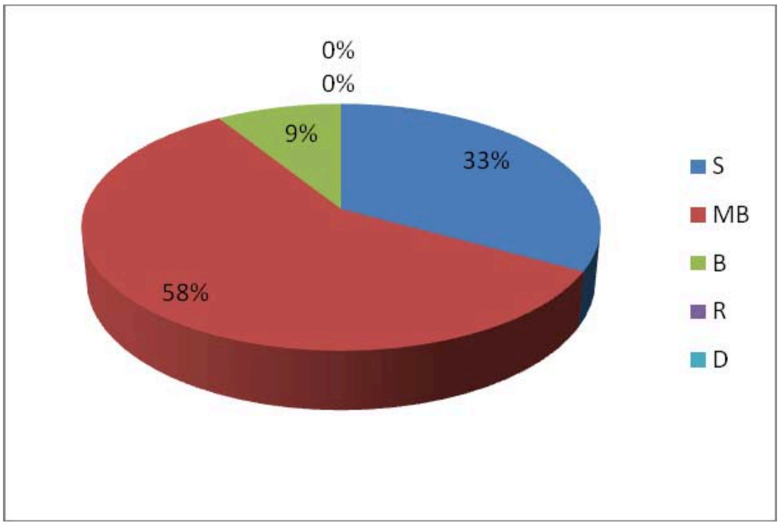
Gráfico Nº 23 Nivel de atención



Fuente: Encuestas a los Estudiantes
Elaborado: Por los autores

- Mi orden para trabajar es.

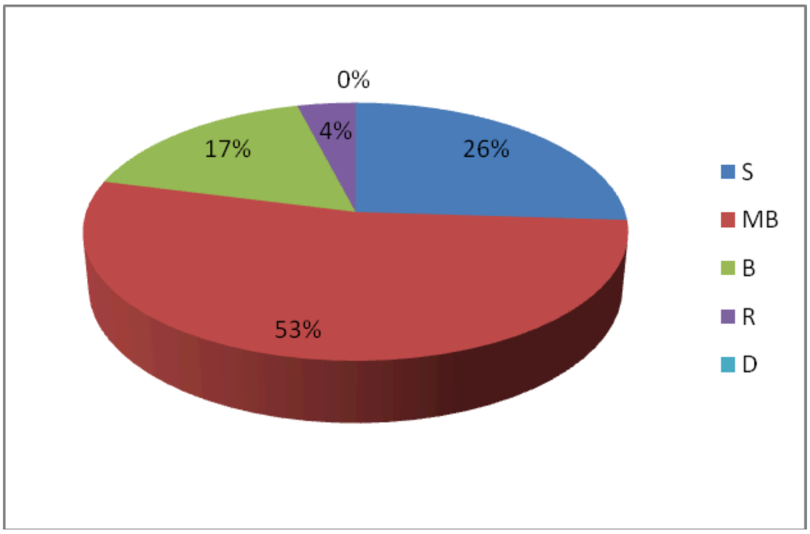
Gráfico Nº24 Orden para tareas estudiantiles.



Fuente: Encuestas a los Estudiantes
Elaborado: Por los autores

- Mis trabajos son calificados como.

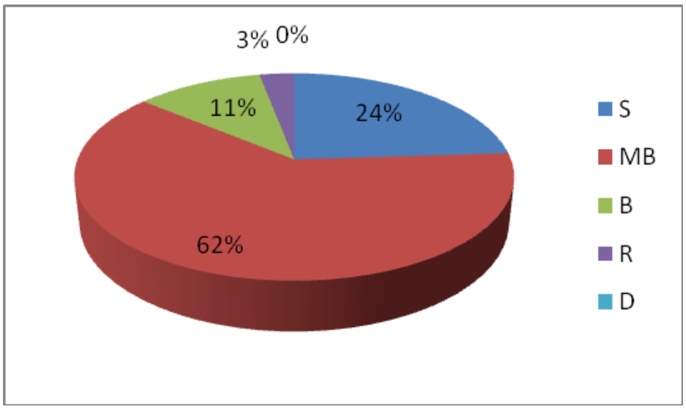
Gráfico Nº 25 Calificación de trabajos.



Fuente: Encuestas a los Estudiantes
Elaborado: Por los autores

- Si me enseñan rápidamente mi entender es.

Gráfico Nº 26 Nivel de entendimiento.



Fuente: Encuestas a los Estudiantes.
Elaborado: Por los autores.

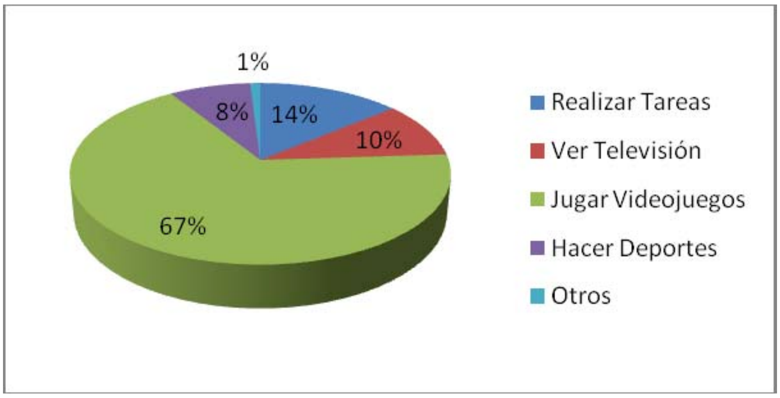
1. Responde lo que se pregunta.

¿En qué ocupas más tú tiempo luego de clases?

- Realizar las tareas escolares

- Ver televisión
- Jugar videojuegos
- Hacer deportes
- Otros

Gráfico Nº 27 Tareas en las que ocupan el tiempo luego de clases.

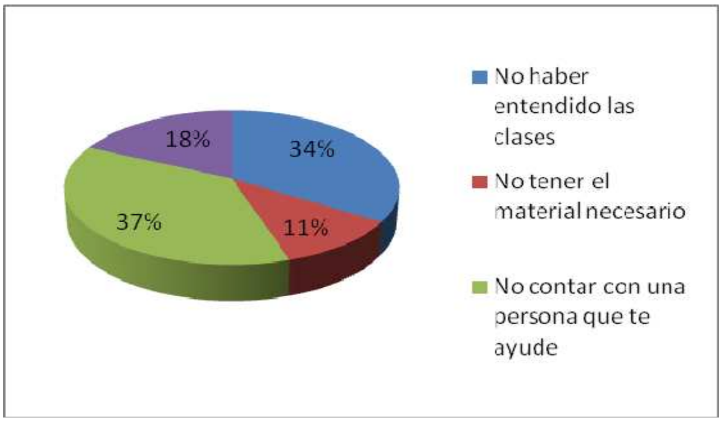


Fuente: Encuestas a los Estudiantes.
Elaborado: Por los autores.

¿Qué dificulta más tus tareas?

- No haber entendido las clases
- No tener el material necesario
- No contar con una persona que te ayude
- No tener el tiempo necesario

Gráfico Nº 28 Factores que dificultad la realización de tareas.

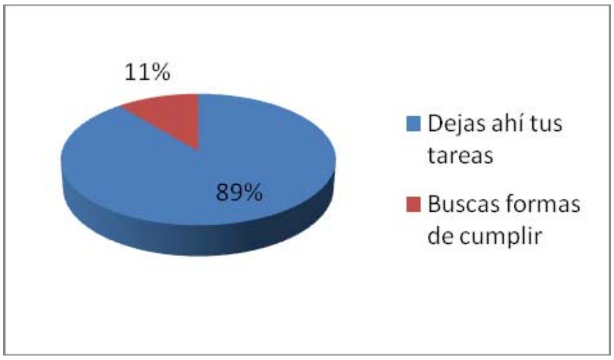


Fuente: Encuestas a los Estudiantes.
Elaborado: Por los autores.

Si sientes dudas en tus deberes.

- Dejas tus cosa ahí ___
- Buscas formas de cumplir ___

Gráfico Nº 29 Decisiones del alumno al no entender sus tareas.



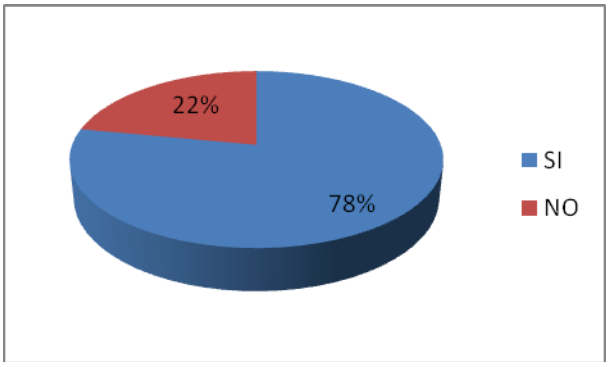
Fuente: Encuestas a los Estudiantes.
Elaborado: Por los autores.

2. Responde Si o No.

Te gustaría tener tutoría de deberes y lecciones enviadas por los profesores en clase.

Si No

Gráfico Nº 30 Nivel de aceptación del estudiante hacia las tutorías.

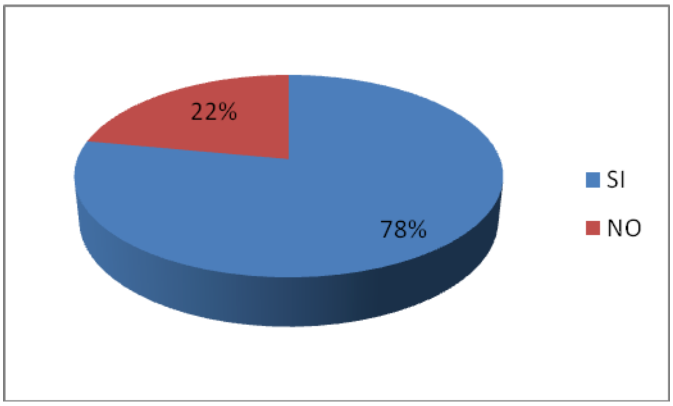


Fuente: Encuestas a los Estudiantes.
Elaborado: Por los autores.

Cambiarias las clases particulares por ayuda personalizada (es decir, atendiendo tus propias inquietudes y dedicándote tiempo) en tu propia institución y con los mismos compañeros.

Si No

Gráfico Nº 31 Preferencia entre ayuda personalizada y clases particulares.

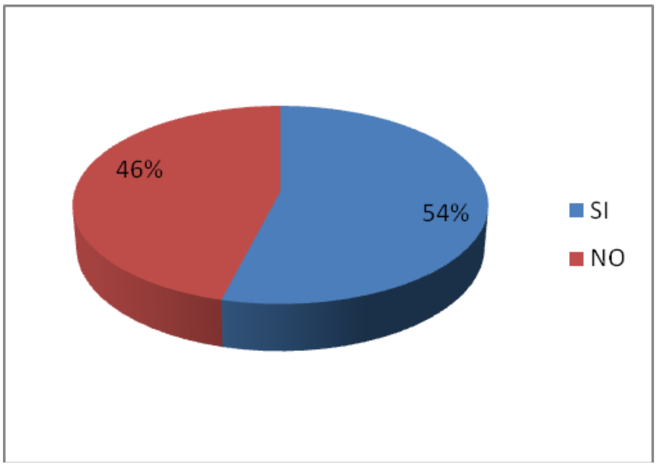


Fuente: Encuestas a los Estudiantes.
Elaborado: Por los autores.

Crees que los docentes se dan a entender al momento de enseñar

Si No

Gráfico Nº 32 Nivel en el cual el docente se da a entender en clases.

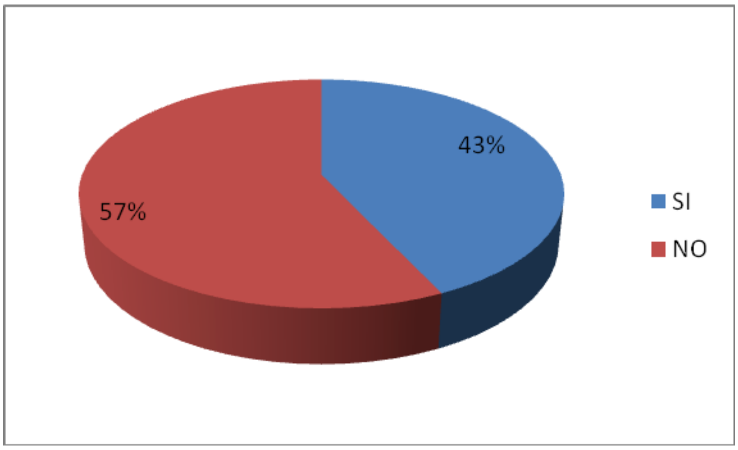


Fuente: Encuestas a los Estudiantes.
Elaborado: Por los autores.

Consideras que con lo explicado en clases puedes realizar tus tareas

Si No

Gráfico Nº 33 Nivel de explicación necesaria para realizar tareas.

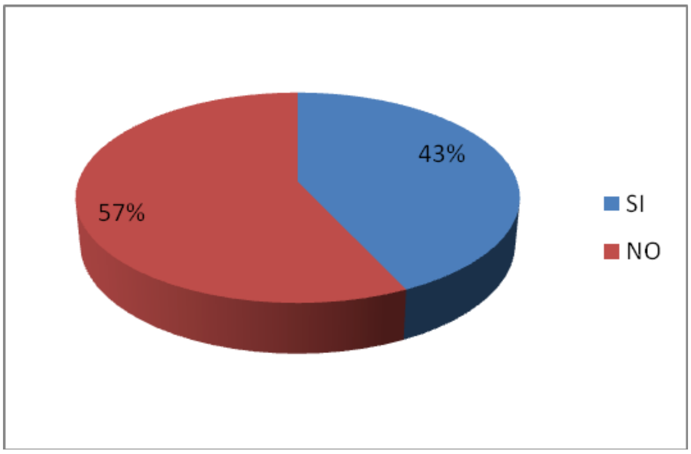


Fuente: Encuestas a los Estudiantes.
Elaborado: Por los autores.

Estas totalmente preparado para las lecciones

Si No

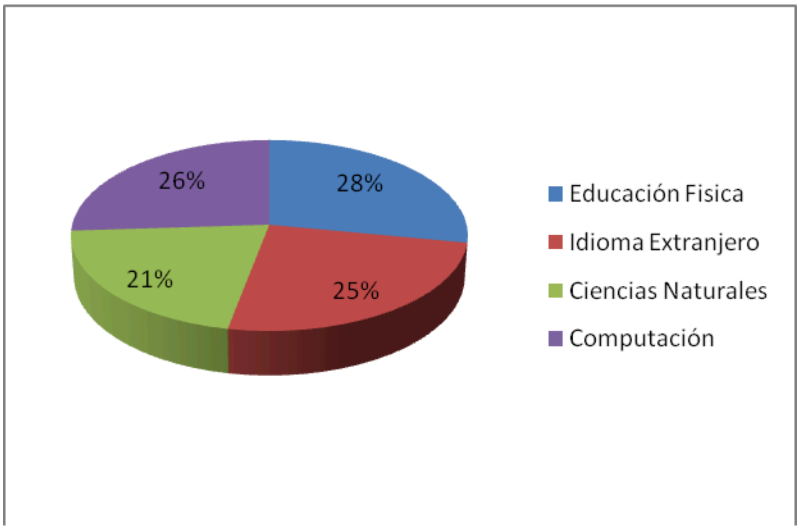
Gráfico Nº 34 Conocimientos necesarios para las lecciones



Fuente: Encuestas a los Estudiantes
Elaborado: Por los autores

3. Enumera las cuatro materias que más te gusten

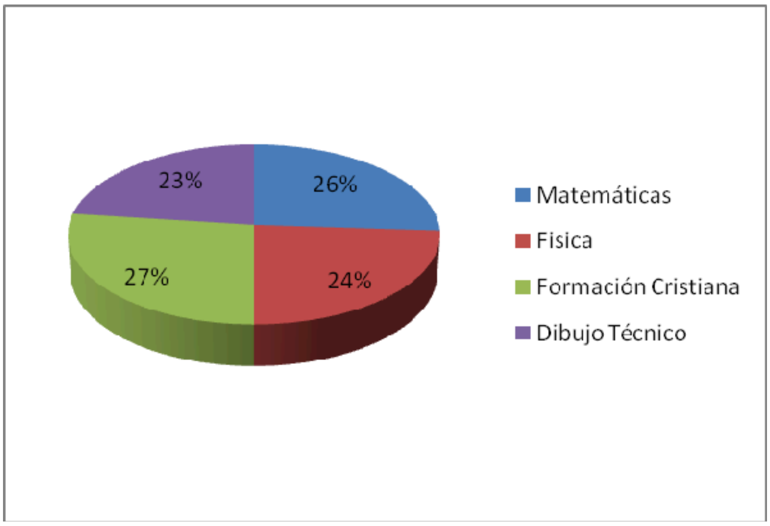
Gráfico Nº 35 Materias preferidas por los estudiantes.



Fuente: Encuestas a los Estudiantes
Elaborado: Por los autores

4. Enumera cuatro materias con las que tengas bajos promedios

Gráfico Nº 36 Materias en las que el estudiante tiene menor promedio

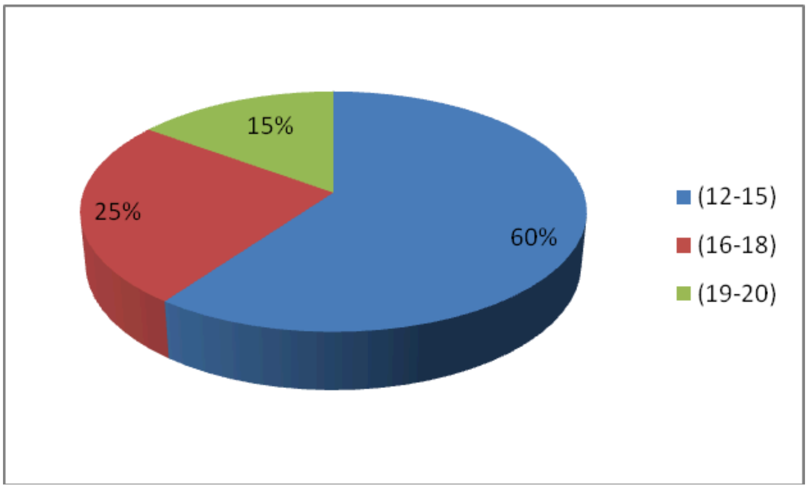


Fuente: Encuestas a los Estudiantes
Elaborado: Por los autores

5. Mis promedios están entre:

(12-15) (16-18) (19-20)

Gráfico Nº 37 Promedio de los jóvenes encuestados



Fuente: Encuestas a los Estudiantes
Elaborado: Por los autores

Hemos llegado a la conclusión de las encuestas realizadas a nuestra muestra los 258 jóvenes de la Unidad Educativa Javier hemos obteniendo como resultado que los alumnos están dispuesto a recibir ayuda por parte de los mismos profesores del plantel luego de su horario normal de clases, muchos han indicado que en general su promedio estudiantil es muy bueno pero que en muchas ocasiones no cuentan con lo necesario para resolver sus deberes o se distraen fácilmente con juegos o tareas que no tienen que ver con su vida estudiantil.

Hemos conocido por parte de los mismos jóvenes las materias en las que tienen más dificultad para asimilar las clases, a estas se les dará mayor importancia al momento de dar la ayuda personalizada en el semi-internado mientras tanto se les dedicará menos tiempo. No así menos importancia, a las que son de su agrado.

Parte de los jóvenes consideran que su promedio no es sobresaliente debido a que muchos profesores no dictan las clases de manera clara y comprensible. Esto a algunos jóvenes los lleva a hacer investigaciones por su cuenta mientras otros no le dan importancia y dejan a un lado las tareas, el promedio de los jóvenes encuestados va entre 12 a 20 puntos siendo el porcentaje el siguiente:

- (12-15) 59.69%
- (16-18) 25.58%
- (19-20) 14.73%

Al darnos cuenta del interés que tienen los estudiantes por mejorar su promedio, especialmente los que tienen un bajo rendimiento, y por mantener a los alumnos sobresalientes, concluimos que el semi-internado tendrá una gran aceptación entre los jóvenes porque están seguros de que contarán con la ayuda necesaria y oportuna en el momento indicado

2.4.1.3 Conclusiones de las entrevistas realizadas al Personal Docente de la Unidad Educativa

Se realizaron entrevistas a los 55 profesores del plantel para así recaudar la mayor información posible y poder conocer sus opiniones, dudas y posibles aportes al nuevo proyecto que se quiere implantar en el Centro Educativo, a continuación la síntesis de sus respuestas ante las preguntas planteadas.

La respuesta de manera general a la primera pregunta planteada es que los alumnos necesitan más atención y ayuda de parte de sus padres para poder realizar sus tareas escolares, lo que ayuda a estos jóvenes de acuerdo a ellos es recibir clases privadas en sus hogares para despejar las dudas obtenidas en clases.

Los profesores indicaron que cobran en promedio $15 por cada hora de clase particular esta puede variar de acuerdo al lugar donde se tenga que dictar la clase y de la materia en la que el alumno necesita la nivelación

Un 78.8% de los educadores del plantel estarían dispuestos a impartir las clases en el semi-internado debido a que les resultaría menos costoso en lo que se refiere a transporte y tendrían asegurado un sueldo mientras que impartiendo clases particulares tendría un ingreso adicional tan solo cuando los padres deseen contratarlos. Estas aumentan cuando los jóvenes están en aportes y exámenes, añadieron también que al conocer a cada alumno se les haría fácil reconocer los vacios de cada joven en las materias que dictan.

Los profesores restantes prestarían sus servicios en el semi-internado porque algunos de ellos trabajan en otras instituciones o se dedican tan solo a dar clases en sus hogares en su tiempo libre para poder compartir más con sus familias.

Los maestros indicaron que cobrarían $300 mensuales por impartir las clases a los jóvenes, nos parece un sueldo adecuado y justo que se estaría dispuesto a pagar para que los mismos maestros de la institución dicten las clases.

Muchos de los profesores entrevistados manejan correctamente más de dos materias, esto sería de gran ayuda porque podrían ayudarnos a dar las diferentes clases y evitaríamos contratar personal profesional que no trabaje en la institución, que no conocería los vacios que presenta cada joven y esto podría atrasar la mejora en el promedio del alumno.

Los profesionales que aceptaron y los que no pueden ayudar dictando las clases están dispuestos a colaborar en cuanto a la regularización de los deberes y lecciones es decir se pondrían de acuerdo en un número limitado de deberes para que todo lo que envíen los diferentes profesores pueda ser resuelto de una manera clara en el semi-internado además despejando cada duda o inquietud del alumno, también para que puedan tener tiempo suficiente de estudiar para cada lección que tengan en el día posterior.

Como conclusión es importante recalcar que la ayuda de los maestros será de gran importancia para la institución y los alumnos porque junto con ellos se podrá sacar adelante este proyecto innovador y de gran ayuda tanto a los padres de familia como a los jóvenes

2.4.1.4 Conclusión de la entrevista a los Directivos del Centro Educativo.

A los Directivos del Plantel decidimos hacerles tan solo una pregunta y esta fue acerca de la deficiencia que tuvo el Proyecto PAPA ellos coincidieron en que no fue manejado por personas capacitadas y no lo organizaron de una manera correcta. Ellos indicaron que las clases eran impartidas tan solo por dos personas la Psicóloga y la Licenciada de Bienestar Social y aunque la intención de ellas era ayudar a los jóvenes con bajos rendimientos académicos no se encontraban preparadas para dictar todas las materias en las que los jóvenes tenían vacios, además no eran suficientes solo dos personas para brindar ayuda personalizada a los estudiantes las clases eran dictadas solo en dos horas este tiempo no abastecía para realizar las tareas y poder estudiar para sus lecciones, hubo también malestar por parte de los padres de familia porque los jóvenes no contaban en la institución con un lunch para después de las clases y en muchas ocasiones no tenían el material necesario para realizar las tareas.

En conclusión los promedios no aumentaron lo que se esperaba y este proyecto tuvo que ser eliminado porque no cumplió el objetivo que se plantearon, a saber, aumentar el promedio académico de los estudiantes.

2.5 Análisis FODA

2.5.1 Fortaleza

- Docentes con dominio de las asignaturas y amplia experiencia.
- Docentes comprometidos con la labor humanística-social
- Atención personalizada a los estudiantes.

- Conducción de tareas por los mismos docentes de las clases regulares con alumnos de iguales tareas.
- Muy buena infraestructura del colegio.
- Salas de computación y audiovisuales
- Biblioteca dotada con tecnología de punta
- Disponibilidad de Internet.
- Papelería completa para disponer del material didáctico
- Confianza en la estabilidad laboral.
- La muy buena relación interpersonal
- Departamento Médico.
- Seguro Médico.

2.5.2 Oportunidades

- Aumento de la Tecnología de forma acelerada.
- Detección de problemas de aprendizaje por el departamento médico.
- Conocimiento del vínculo familiar para potenciar el proyecto.
- Padres trabajadores que disponen de poco tiempo para el control académico de sus hijos.

2.5.3 Debilidades:

- Preocupación por la alimentación de los alumnos de parte de sus padres.
- Falta de adaptación de un grupo de alumnos ante el trabajo de doble jornada.
- Falta de expresos.

2.5.4. Amenazas:

- Clases particulares con docentes familiarizados.
- Influencia de la moda, música, tecnología y males de tipo social.

- Descontento de los padres de familia ante la propuesta anterior.
- Alumnos que practican labores extracurriculares a nivel nacional e internacional.
- Familias que por imprevistos inmediatos pierden sus negocios o puestos de trabajo.

2.5.5 Estrategia F.O. (Fortaleza y Oportunidades)

La estrategia F.O. busca aprovechar las fortalezas para sacar provecho de las posibles oportunidades. Contamos con una diversidad de puntos fuertes como proyecto y muchos de ellos serán de mucha utilidad para poder atraer mayor cantidad de clientes así como la satisfacción del servicio que reciben.

2.5.5.1 Primera estategia F.O.

Fortalezas:

- Conducción de tareas por los mismos docentes de las clases regulares con alumnos de iguales tareas.

Oportunidad:

- Padres trabajadores que disponen de poco tiempo para el control académico de sus hijos.

Estrategia F.O.:

Teniendo conocimiento de que muchos padres que no permanecen en sus hogares, prefieren tener a sus hijos bajo algún control, podremos captar el interés de ellos para inscribirlos en el semi-internado comunicando a los padres de familia las ventajas de tener control de tareas por los mismos maestros del colegio, aún cuando sus hijos tengan un nivel académico aceptable.

Pero no solo deseamos insentivar al padre de familia, nuestro interés es de que el alumno se sienta motivado a asistir. Una de las fortalezas con la que contamos es promover el deseo de hacer deberes, trabajos, etc. Con los mismos compañeros de clase, teniendo en la misma institución todo el material disponible y sabiendo que las tareas retornarán a los docentes con la calidad deseada y sin temor de que estas sean rechazadas por el maestro.

2.5.5.2 Segunda estrategia F.O.

Fortalezas:

- Muy buena infraestructura del colegio.
- Salas de computación y audiovisuales
- Biblioteca dotada con tecnología de punta

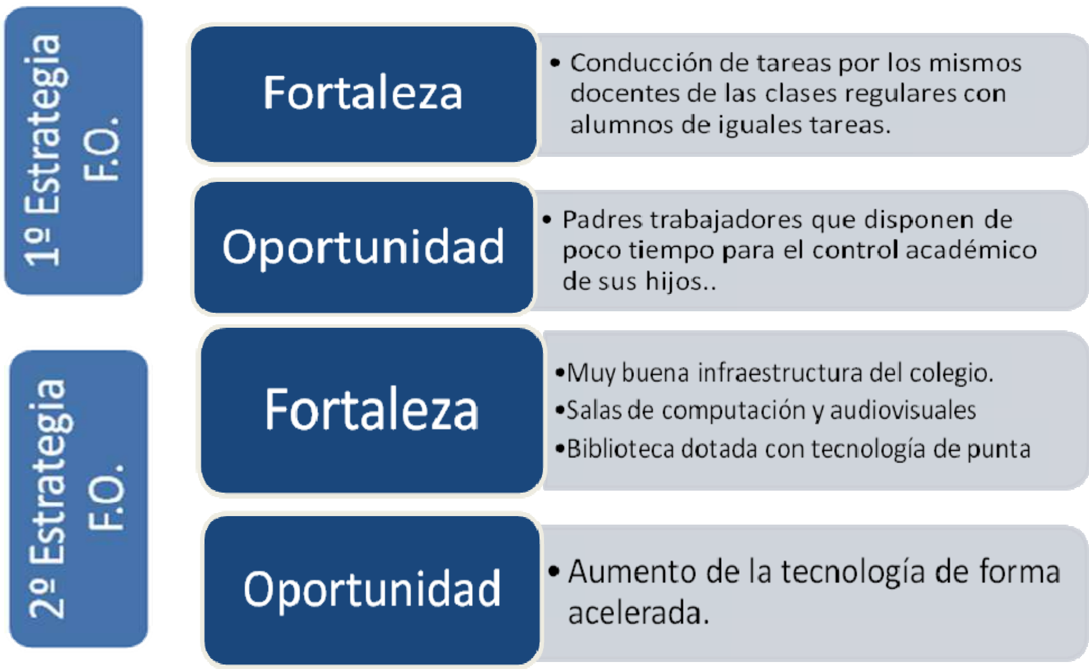
Oportunidades:

- Aumento de la Tecnología de forma acelerada.

Estrategia F.O.:

La tecnología de punta que llega a nuestro país, entre ella la disponibilidad del Internet, puede ser muy bien aprovechada, debido a la excelente infraestructura con la que cuenta el colegio, además de las salas de computo con máquinas actualizadas, esto crea también un valor agregado, para ofrecer un excelente servicio, a medida que la tecnología avance, el semi-internado contará con todo lo disponible, cuando en muchos casos lo último en tecnología no se obtiene en el hogar.

Tabla Nº 3 Cuadro resumen de la estrategia F.O



2.5.6 Estrategia F.A. (Fortaleza y Amenazas)

La estrategia F.A. busca reducir al mínimo las posibilidades de ser impactado por alguna amenaza aprovechando las fortalezas. Los puntos fuertes del proyecto propuesto pueden ser utilizados de la mejor manera para poder desvaratar las posibles amenzas con las que nos enfrentamos.

2.5.6.1 Primera estategia F.A.

Fortalezas:

- Conducción de tareas por los mismos docentes de las clases regulares con alumnos de iguales tareas.
- La muy buena relación interpersonal
- Papelería completa para disponer del material didáctico

Amenaza:

- Clases particulares con docentes familiarizados.

Estrategia F.A.:

Las clases particulares constituyen nuestra competencia más directa y por ende una gran amenaza. Muchos maestros de la misma institución son los que las imparten a los alumnos. El hecho de contar con los mismos docentes en el semi-internado resultará atractivo para los padres de familia y alumnos, para lo cual se deberá informar esta estrategia a ellos para incentivarlos a formar parte de este proyecto, asegurando que la relaciòn interpersonal se fortalecerá de tal forma que el alumnado sienta satisfacción y confianza.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a los profesores, la eficacia de las clases particulares suelen verse limitadas debido a que no siempre los alumnos tienen el material didáctico disponible, al semi-internado contar con una papelería completa estaríamos brindando un mejor servicio y el padre de familia no tendrá que preocuparse por proporcionarlo cada día que se necesite, esto permite a la vez utilizar mejor el tiempo disponible.

2.5.6.2 Segunda estategia F.A.

Fortalezas:

- Atención personalizada a los estudiantes.
- Docentes con dominio de las asignaturas y amplia experiencia.

Amenaza:

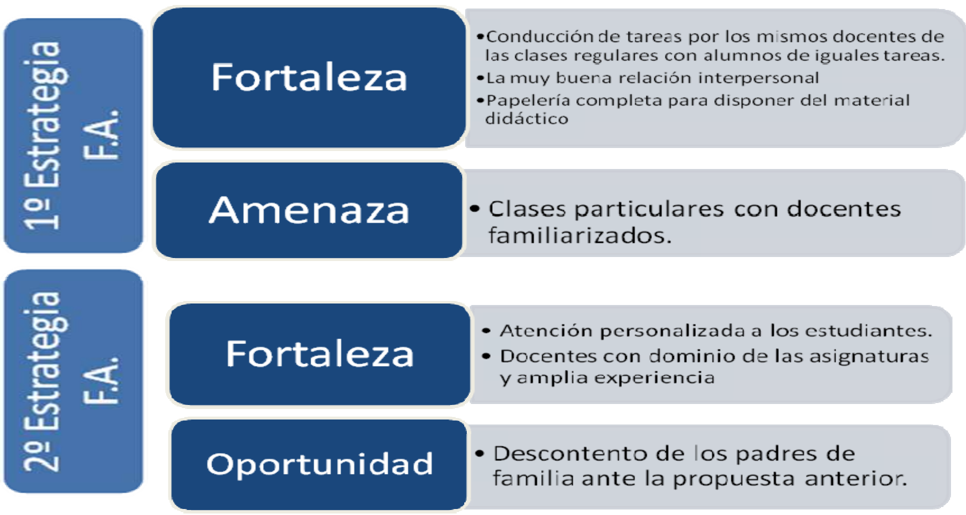
- Descontento de los padres de familia ante la propuesta anterior.

Estrategia F.A.:

El proyecto “PAPA” (Programa de Apoyo para Procesos de Aprendizaje) constituye una amenaza, debido a que creó una idea de no eficiencia al momento de alcanzar su objetivo. Sin embargo se puede explotar el hecho de que el padre de familia y alumnos conocían la forma de llevarse a cabo. Ahora se explicará el hecho de contar con tutores especializados y con dominio de las asignaturas de las diferentes areas en las que el estudiante necesite desempeñarse.

Por otro lado explicar en qué consiste la atención personalizada y que a diferencia del programa anterior ellos van a tener profesores en cada aula y materia, no solo la guía de la directora académica y psicóloga.

Tabla Nº 4 Cuadro resumen de la estrategia F.O



2.6 Posicionamiento de Mercado.

2.6.1 Segmentación del Mercado.

Nosotros hemos segmentado nuestro mercado en tres:

- Los que tienen promedio de 18.01 a 20
- Grupo de estudiantes que tienen promedio de 17.01 a 18
- El último segmento que tenemos son los estudiantes que tengan un promedio de 12 a 15.

2.6.2 Mercado Objetivo.

El mercado al cual nosotros estaremos dirigiendo nuestros servicios son a los alumnos que tengan promedio de 15 o menor a 15, debido a que estos son alumnos que necesitan de una ayuda pedagógica, para que así puedan obtener un mejor nivel académico y no estén peligrando la pérdida de año.

En lo que respecta a las barreras de entrada nos encontramos con que no tenemos, debido a que va hacer el único proyecto que se va a llevar a cabo en la Unidad Educativa Javier, que respecta a lo que es mejoramiento Académico del alumnado.

2.6.3 Determinación del atributo más atractivo.

Entre los atributos con que nuestro servicio cuenta son:

- La enseñanza se la realizara en la misma Institución.
- Será de una manera personalizada.
- Las clases serán dictadas en su mayor parte por profesores de la misma Institución.

- Se coordinara el envío de tareas a casa con lo planificado en el proyecto.
- Tendremos papelería en la misma institución, donde encontraremos desde, borradores, lápices, esferos, láminas, etc.

De estos atributos hemos concluido que los más importantes para poder posicionar nuestro servicio en la mente de nuestros consumidores, son que se la realizara con profesores en su mayor parte de la misma Institución, en la infraestructura de la misma.

2.7 Marketing MIX

2.7.1 Producto (Servicio).

Nuestro servicio debido a las necesidades del consumidor tiene las siguientes características:

- Dictarse después de 45 minutos de haber terminado las clases.
- Será de una manera personalizada.
- Se realizaran todas las tareas que tengan para el siguiente día.

2.7.1.1 Beneficios de nuestro servicio.

Los beneficios que tiene nuestro servicio son los siguientes:

- Nivel Académico de los alumnos se vería afectado para mejora.
- Las posibilidades de quedarse supletorios serían casi nulas.
- Padres de familia estarían más tranquilos sabiendo que sus hijos están cumpliendo con todas sus obligaciones en la Unidad Educativa.
- Nivel Académico de la Unidad Educativa Javier subiría notablemente.

2.7.2 Plaza

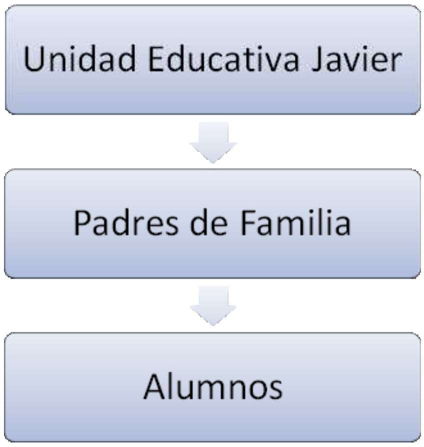
Esta se basa en el mercado que vamos a copar, en las diferentes zonas que vamos a impartir nuestro servicio. Los canales de distribución cumplen un papel muy importante, porque es el camino el cual debe seguir nuestro servicio para llegar al consumidor final.

La plaza puede ser grande mediana o pequeña, en la capacidad que la empresa pueda cubrir el mercado. Nuestra plaza en la cual se va a llevar a cabo nuestro proyecto es en la Unidad Educativa Javier de la ciudad de Guayaquil.

2.7.2.1 Estructura del Canal de Distribución

Nosotros utilizaremos un canal de distribución corto ya que nosotros daremos el servicio a los alumnos de la Unidad Educativa Javier.

Figura Nº 4 Estructura del Canal de Distribución



Fuente: Unidad Educativa Javier
Elaborado por: Los Autores

En la Figura anterior podemos observar cual es el camino que sigue nuestro servicio para llegar al consumidor final (alumnos de la Unidad Educativa Javier).

2.7.3 Precio

El precio de nuestro servicio se establece por algunos factores. En primer lugar se tienen datos que con el proyecto PAPA que anteriormente aplicara la Unidad Educativa Javier, en la cual se cobrara un valor mensual de $ 95 mensuales.

Tenemos información del valor que cobran los profesores particulares, los cuales estan cobrando en promedio un valor de $15 por hora.

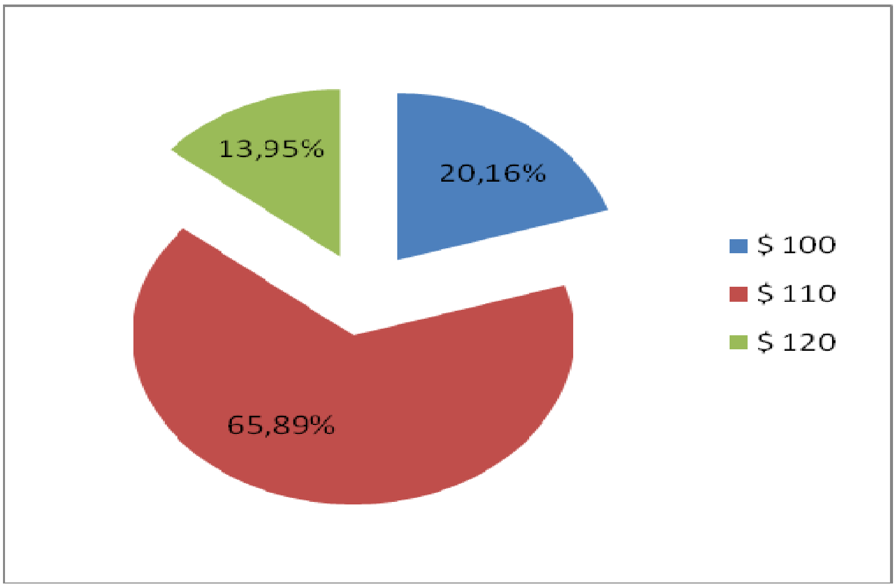
En tercer lugar tenemos las encuestas realizadas a los padres de familia, de las cuales obtuvimos los siguientes resultados.

Tabla Nº 4 De las Encuestas con relación al Precio.

Precio	frecuencia	%
$100	52	20.16%
$110	170	65.89%
$120	36	13.95%
total	258	

Fuente: Encuesta a Padres de Familia de la Unidad Educativa Javier.
Elaborado por: Los Autores.

Grafico Nº 38 Aceptación de Precios



Fuente: Encuesta a Padres de Familia de la Unidad Educativa Javier.

Elaborado por: Los Autores.

Por lo que se puede apreciar en el cuadro nos damos cuenta que la mayoria de los padres de familia estan dispuestos a pagar un precio de $110 mensuales.

2.7.4 Promoción

Son las estrategias que se llevaran a cabo para que los consumidores tomen la decisión de adquirir nuestro servicio, haciendo que el consumidor final lo vea de una forma provechosa y tengan una fidelidad, preferencia, hacia nuestro servicio y así acaparar este mercado.

2.7.4.1 Descripción de la Promoción.

Nuestra promoción consiste en repartir folletos en la Unidad Educativa para que todos los alumnos tengan conocimiento del proyecto que se quiere llevar a cabo. También lo promocionaremos con el acuerdo que se llegue con los profesores del mismo plantel, llegando a coordinar con estos las tareas que envíen a casa ya que estas serán realizadas en la misma institución según lo establecido en este proyecto.

Otro método de promocionar nuestro servicio será regalando stikers que se puedan pegar en los cuadernos, en las reuniones que se realiza con los padres de familia se pondrá a consideración de ellos este proyecto.

CAPITULO III

ESTUDIO FINANCIERO

3.1 Requerimientos de materiales

Para brindar un excelente servicio y optimizar el tiempo que se tiene para efectuar las labores, es necesario tener una papelería totalmente equipada, a continuación se detalla los materiales necesarios en el año para lograrlo junto con los costos.

El material didactico anual lo presentaremos en el anexo Nº 6.

3.2. Requerimientos de personal

La Unidad Educativa Javier cuenta con 55 profesores, de acuerdo a la entrevista realizada se estableció que un 78.8% de ellos se encontraría dispuesto a laborar en el semi-internado alrededor de 43 maestros, en un principio se contratarán tan solo 24 educadores porque de acuerdo a la información obtenida, ellos pueden dictar 2 materias por esta razón no es necesario contratar demasiados profesores en un principio, aunque es importante mencionar que si la demanda aumenta se podría considerar la ayuda de los demás educadores que se encontraban dispuestos a laborar, la psicóloga de la misma institución brindará también su apoyo.

Además de contar con la ayuda indispensable de los maestros habrán 4 personas encargadas del área administrativa dos de ellos revisaran continuamente la mejora que tengan los estudiantes en sus promedio y coordinarán con los maestros las clases a ser dictadas, las otras dos que colaborarán serán encargadas de establecer los debidos contactos con los proveedores mantener al día las cuentas del semi-internado y establecer la situación financiera del mismo.

Para ofrecer un excelente servicio se contratarán personas externas ajenas a la institución estos serán: un bibliotecario que también estará encargado de la papelería, un asistente de computación, una persona encargada de manejar el sistema de video, ellas laborarán todo el tiempo que duren las clases para así poder contar con el personal adecuado en el momento preciso y por último se requerirá el servicio de un conserje que será uno de los que labore en la misma institución al cual se le pagará un sueldo adicional al que gana en el colegio.

La composición de la estructura administrativa y su asignación básica mensual la analizamos a continuación, para establecer los gastos administrativos haremos referencia a las salidas de efectivo que genera el proyecto de manera explícita por los sueldos generados que se explican a continuación:

Tabla Nº 6 Personal Necesario

PERSONAL A CONTRATAR	CANTIDAD	Sueldo Unitario Mensual	Sueldo Total por mes
Personal Académico (profesores)	24	400	9600
Personal Administrativo	4	400	1600
Personal de Apoyo Académico	4	350	1400
Personal de Limpieza	1	250	250
Total personal requerido	**33**	**1500**	**12850**

Fuente: Encuestas y Entrevistas

Elaborado por: Los autores

3.3 Requerimientos adicionales del servicio.

De acuerdo con las encuestas realizadas a los alumnos de la Unidad Educativa Javier, obtuvimos los siguientes resultados; el 39% quieren el servicio de papelería, por lo que se ha decidido dotar a la papelería de útiles como: lápices, borradores, cuadernos, marcadores, hojas, etc.

Por esta razón hemos decidido hacer una inversión de $ 12,000.00 que es lo que se gastará en comprar todos estos implementos educativos y adecuar el area, la tabla Nº 10 detalla este valor, ya que estos serían de mucha utilidad para el desarrollo de el alumnado de la Unidad Educativa Javier.

Por último un servicio adicional que daremos del lunch el cual tuvo un requerimiento del 25% de los encuestados, se ha llegado a un acuerdo con el bar de la Unidad Educativa Javier, y la estrategia a llevar es la siguiente se harán almuerzos para los alumnos que se inscriban en las listas de los alumnos que desean almuerzos y estos pagarán su respectivo almuerzo como si estuvieran en un restaurante.

3.4. Presupuesto de Inversión, Costos y Gastos

3.4.1. Inversión

Para la aplicación del semi-internado se ha determinado la necesidad de invertir en un total de $12.000 a continuación se detalla el plan de inversiones.

3.4.1.1 Inversión Fija

Contar con un Colegio que posee una infraestructura excelente y lo que es más, todo esto disponible en su totalidad en el tiempo a realizarse las actividades del semi-internado es una gran ventaja a la hora de establecer la inversión.

Como semi-internado enfocado a satisfacer las necesidades de los alumnos al cumplir con sus tareas, necesitamos:

- Salones de Clases
- Laboratorio de Computación
- Sala de Audio visual
- Oficinas
- Biblioteca

- Computadoras
- Equipos de Oficina
- Útiles de Oficina
- Papelería
- Muebles de Oficina

De todo esto ya mencionado, en su mayoría el colegio cuenta con lo requerido, por lo que solo debemos enfocarnos en los Muebles y Equipos de Oficina requeridos, útiles de oficina, Papelería. Siendo esta última la que más inversión necesita.

Los muebles y equipos de oficina necesarios solo serán los que requiera la secretaria para desempeñar sus funciones. Para lo cual necesitaremos una inversión de $1.955,00, a continuación justificamos dicho valor.

Tabla Nº 7 Descripción de los Equipos, Muebles y Útiles de Oficina

Descripción	Valor
Computadora	$ 700,00
Fotocopiadora-Impresora	$ 200,00
Escritorio	$ 80,00
3 Silla	$ 75,00
2 Archivadores	$ 360,00
Teléfono	$ 70,00
Sumadora	$ 350,00
Útiles de Oficina	$ 120,00
Total	**$ 1.955,00**

Elaborado por: Los autores

La inversión más fuerte será la realizada para disponer de la papelería, que constituye uno de los servicios propuestos para facilitar la obtención de material didáctico a los alumnos. Esta tendrá un valor de $9,770.07 , lo que incluye la infraestructura de esta y el material del que dispondrá, a continuación el detalle de los dos valores.

Tabla Nº 8 Equipamiento de la Papelería

Descripción	Valor
Infraestructura	$ 5.000,00
4 Perchas	$ 240,00
2 Vitrinas	$ 250,00
Instalaciones	$ 100,00
Material didáctico	$ 4.050,07
Escritorio	$ 55,00
Silla	$ 25,00
Otros	$ 50,00
Total	**$ 9.770,07**

Elaborado por: Los Autores

A continuación, se aprecia la tabla de inversión fija total, a saber $11,725.07 por efectos de depreciación el valor de equipamiento de la papelería excluye el escritorio y la silla que utilizará la persona encargada de esta y es considerada dentro de los muebles de oficina.

Tabla Nº 9 Inversión fija total

Descripción	Valor
Equipamiento de la Papelería	$ 9.690,07
Equipos de Oficina	$ 420,00
Muebles de Oficina	$ 595,00
Equipos de Computación	$ 900,00
Útiles de Oficina	$ 120,00
Total Inversión Fija	**$ 11.725,07**

Elaborado por: Los autores

Teniendo en cuenta el valor necesario, se establece que $12000 será la inversión necesaria, de los cuales el 70 % se financiará con préstamo y el 30% con capital propio. Es decir el préstamo será de $8.400,00 y de capital propio $3.600,00.

3.5 Gastos.

A continuación se detallan los gastos en los que incurriremos al llevar a cabo el semi-internado, estos se verán influenciados según el supuesto de la inflación del país.

3.5.1 Gastos Administrativos.

Dentro de este concepto encontraremos las cuentas de mano de obra, servicios basicos, suministros e imprevistos por un total de $133,900.00 para el primer año.

Tabla Nº 10 Costos Totales Administrativos.

Concepto	Valor Mensual	Valor Anual
Mano de Obra	$ 12.850,00	$ 128.500,00
Servicios Básicos	$ 200,00	$ 2.400,00
Suministros	$ 200,00	$ 2.000,00
Imprevistos	$ 100,00	$ 1.000,00
Total	**$ 15.750,00**	**$ 133.900,00**

Elaborado por: Los autores

Los activos fijos se deprecian anualmente para reflejar en primer lugar el gasto ocurrido en ellos contablemente y en segundo lugar y para disminuir la Utilidad ya que no representan una salida real de efectivo.

Para el cálculo, utilizaremos el método de Línea recta, a continuación se muestra la tabla con el número de años a depreciarlos y luego la debida depreciación anual.

Tabla Nº 11 Años a depreciar los Activos Fijos

Descripción	**años a depreciar**
Equipos de Computación	3
Equipos de Oficina	5
Muebles de Oficina	5
Perchas	5
Vitrinas	5

Elaborado por: Los autores

Tabla Nº 12 Depreciación Anual de los activos fijos

Descripción	**año1**	**año2**	**año3**	**año4**	**año5**
Equipos de Computación	$ 225,00	$ 300,00	$ 300,00	$ 75,00	
Equipos de Oficina	$ 63,00	$ 84,00	$ 84,00	$ 84,00	$ 84,00
Muebles de Oficina	$ 89,25	$ 119,00	$ 119,00	$ 119,00	$ 119,00
Perchas	$ 36,00	$ 48,00	$ 48,00	$ 48,00	$ 48,00
Vitrinas	$ 37,50	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 50,00
Total	**$ 450,75**	**$ 601,00**	**$ 601,00**	**$ 376,00**	**$ 301,00**

Elaborado por: Los autores

3.5.2 Gastos Publicitarios.

Estos solo está determinado por el valor que nos cobra la empresa por realizar los folletos a entregar a los padres de familia. El cual está valorado en $ 800, los folletos necesarios

3.5.3 Gastos Financieros

Para el presente proyecto, es necesario que una Institución Financiera nos otorgue un crédito de $8.400,00 para iniciar la puesta en marcha del mismo, ya que dicho valor servirá como base para financiar la compra de muebles y equipos para la operación del negocio.

De acuerdo al presente plan de financiamiento, el proyecto se financiará con un préstamo de $8.400,00 concedido por el Banco Bolivariano.

El interés del crédito anual concedido será de 11.74% anual, el mismo se financiará de forma mensual por un lapso de 30 meses (2 años y medio).

Los Gastos Financieros (pago de intereses) se resumen a continuación en el siguiente cuadro:

Esto esta presentado en el Anexo Nº 5

Tabla Nº 13 Gastos Financieros

Crédito bancario:	Banco Bolivariano
Valor a financiar:	8.400,00
Plazo :	30 meses
Pagos:	mensuales
Tasa de interés (anual)	11,74%

Fuente: Banco Bolivariano
Elaborado por: Los autores

3.6 Resultado y Situación Financiera.

3.6.1 Flujo de Caja Proyectado

El presente flujo de caja proyectado muestra todos los ingresos y gastos reales del proyecto, es decir todos aquellos que representen una real salida de efectivo.

El resultado final, o también llamado flujo neto, constituye el efectivo que generará el proyecto y que se verá reflejado en el balance general.

Para determinar el Flujo neto del proyecto, se determinaron todos los ingresos y gastos y se les sumaron los gastos de depreciación, porque que estos no representan una salida real de efectivo, y se les restó el pago del capital del préstamo en los años en los que se estima se cubrirá la deuda.

A continuación los resultado del flujo de Caja para el primer año en resumen, en el anexo 6 se puede apreciar de forma completa este flujo y en el anexo 7 el Flujo de Caja proyectado a cinco años..

Tabla Nº 14 Flujo de Caja Primer año.

	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiemb	Octubre	Noviemb	Diciemb
Total Ingresos		17.255,40	17.255,40	17.255,40	18.955,40	18.955,40	18.955,40	18.105,40	18.105,40	18.105,40
Total Egresos		16282,26	15479,89	15477,50	15475,08	15472,64	15470,18	15467,69	15465,18	15462,64
= Utilidad		973,14	1775,51	1777,90	3480,32	3482,76	3485,22	2637,71	2640,23	2642,76
- 15 % P. Trabaj.		145,97	266,33	266,69	522,05	522,41	522,78	395,66	396,03	396,41
- I.R.		206,79	377,30	377,80	739,57	740,09	740,61	560,51	561,05	561,59
= Utilid Neta		620,38	1131,89	1133,41	2218,70	2220,26	2221,83	1681,54	1683,14	1684,76
+ Depreciac		50,08	50,08	50,08	50,08	50,08	50,08	50,08	50,08	50,08
Amortiz. del Cap.		242,27	244,65	247,04	249,46	251,90	254,36	256,85	259,36	261,90
Invers. Fija	8400									
Capital Propio	3600									
Flujo Caja Inic.			428,18	1610,15	2793,65	5062,44	7332,78	9604,69	11336,32	13069,55
Flujo Caja	12000	428,18	1181,97	1183,50	2268,79	2270,34	2271,91	1731,63	1733,23	1734,84

3.6.2 Modelo de Valoración CAPM

Se utilizo un beta de una empresa similar del sector educación, para poder hacer una mejor comparación a continuación se explica cada método.

Para determinar la rentabilidad mínima exigida por los inversionistas en el proyecto, se ha recurrido al criterio de modelo de valoración de activos de capital (CAPM), puesto que es un modelo uní factorial en el que el rendimiento esperado del inversionista, se relaciona con el Beta, donde Beta es el coeficiente de reacción del rendimiento de un valor en relación con el mercado global.

Por lo tanto el rendimiento esperado será:

$$re = rf + \beta \ (rm - rf) + \Delta riesgo_{pais}$$

Donde:

Rf (Tasa libre de riesgo) = tasa libre de riesgo corresponde de los US Treasure Notes de 5 años: 4.52%

Rm (Tasa del mercado) = sobre primas y betas sectoriales y que de acuerdo a estudios realizados en los últimos 60 años en promedio general se encuentra en el 13.60%.[1]

β (Medida de riesgo) = 0.28 es el nivel de riesgo de la empresa debido a las características de la actividad de este proyecto y de la empresa, cabe indicar que por las características y la falta de información del mercado ecuatoriano, para el cálculo de este beta se busco empresas de operaciones similares que cotizan en el índice NASDAQ, la empresa encontrada fue Lincoln Corporation.

Riesgo país = Se considero un riesgo país de 3958 puntos según fuente del Banco Central del Ecuador. Anexo 8, es necesario sumar este riesgo dado que los datos que tenemos son de Estados Unidos y se lo quiere representar en la economía ecuatoriana.

re = 0.0452+ 0.28(0.1360-0.0452)+0.3958

re = 46.34%

Debido al alto riesgo pais nuestro re tiene es representado por este porcentaje.

3.6.3 Modelo de Valoración CCPP (WACC)

Finalmente la rentabilidad exigida por parte de financiar el proyecto vía financiamiento propio, viene dada por el método de valoración del WACC, el cual contiene un efecto en la valoración de la deuda, de la tasas de interés, y el impuesto a la renta.

rk = Valoración Wacc. =

D = Valor de la Deuda = 9733.64

VE = Valor total de los activos o Capital Total de la Empresa= 12,000

Kd = Costo de Endeudamiento de la Empresa =11.74%

---

[1] Principios de finanzas corporativas, Richard a. Brealey, Steward C. Myers, Sexta edición.

T = Alícuota del impuesto a las ganancias pagadas = 25%

K = Monto de Capital Propio = 3,600

Vk = Rentabilidad Exigida Capital Propio (CAPM) = 46.34%

Entonces reemplazando tenemos el siguiente resultado del rk:

CCPP =((D/VE)*(Kd)*(1-T))+(K/VE)*Vk

CCPP = 21.04%

3.6.4 Periodo de Recuperación

El Análisis del periodo de recuperación de la inversión es otro método utilizado para realizar la evaluación económica y factibilidad del proyecto.

Para establecer este periodo, es necesario los valores del flujo de caja descontado, a continuación se deatlla cada año.

Tabla Nº 15 Flujo de Caja Descontado

Periodo años	**Flujo de Caja**
0	
1	$ 5.726,43
2	$ 15.336,57
3	$ 32.360,73
4	$ 57.760,76
5	$ 85.367,87

Elaborado por: Los autores

Este criterio, mide el número de meses en el cual se recuperará el capital invertido en el proyecto, así se puede concluir que la inversión de $ 12,000.00 será recuperada en el segundo año.

Tabla Nº 16 Periodo de Recuperación

PERIODO DE RECUPERACIÓN (PAYBACK)				
Periodo años	**Saldo Inversión**	**Flujo de Caja**	**Rentabilidad exigida**	**Recuperación Inversión**
0	12000			
1	$ 6.945,86	$ 5.726,43	$ 672,28	$ 5.054,14
2	$ (6.590,20)	$ 15.336,57	$ 1.800,51	$ 13.536,06
3	$ (35.151,78)	$ 32.360,73	$ 3.799,15	$ 28.561,58
4	$ (86.131,43)	$ 57.760,76	$ 6.781,11	$ 50.979,65
5	$ (161.477,11)	$ 85.367,87	$ 10.022,19	$ 75.345,68

Fuente: Flujo de Caja Descontado

Elaborado por: Los autores

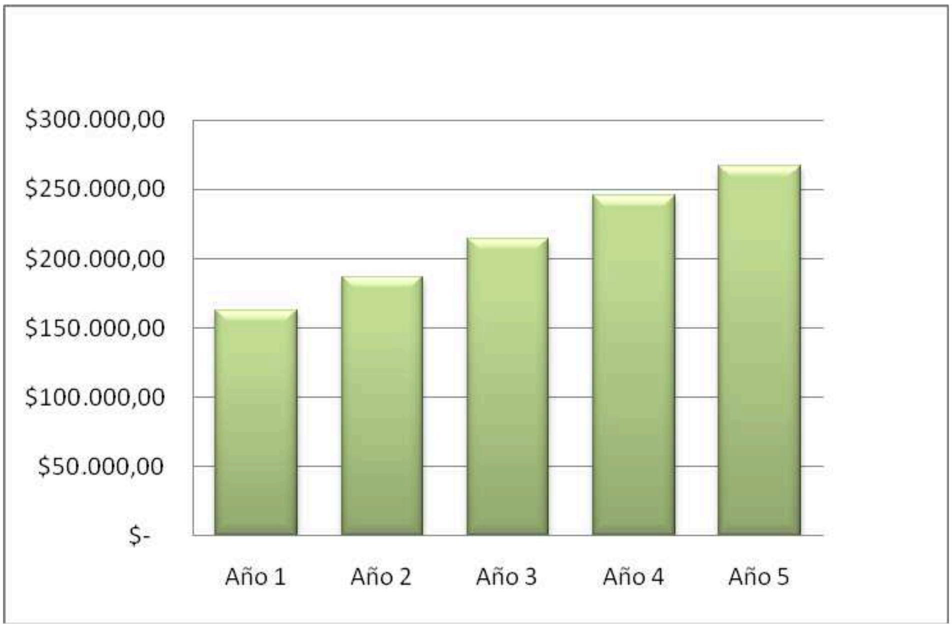
3.7 Estado de Pérdidas y Ganancias

El Estado de Resultado, también llamado Estado de Pérdidas y Ganancias, es un documento que presenta de manera resumida los ingresos generados y los gastos en los que se haya incurrido durante el periodo proyectado en nuestro caso cinco años. La finalidad del análisis del Estado de Resultados es calcular la utilidad neta y los flujos de efectivos del proyecto que, en forma general son el beneficio real de la operación de la empresa.

Tabla Nº 17 Estado de Pérdidas y Ganancias proyectado a 5 años.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Demanda de Alumnos	210,00	222,00	234,00	246,00	246,00
Precio	765,00	832,55	906,06	986,07	1.073,14
Ing. Por Ventas	160.650,00	184.825,99	212.018,89	242.572,98	263.992,18
Otros Ingresos	2.298,62	2.501,59	2.722,48	2.962,87	3.224,49
Total Ingresos	162.948,62	187.327,58	214.741,37	245.535,86	267.216,67
Gastos Operativo					
Papelería		4.407,69	4.796,89	5.220,46	5.681,42
Gastos de administración y ventas					
Sueldos y Salarios	128.500,00	139.846,55	152.195,00	165.633,82	180.259,29
Servicios Básicos	2.400,00	2.611,92	2.842,55	3.093,55	3.366,71
Gastos de Alquiler	18.000,00	19.589,40	21.319,14	23.201,62	25.250,33
Suministros	2.000,00	2.176,60	2.368,79	2.577,96	2.805,59
Gasto publicitario	800,00	870,64	947,52	1.031,18	1.122,24
Otros Gastos	1.000,00	1.088,30	1.184,40	1.288,98	1.402,80
Depreciaciones	450,75	601,00	601,00	376,00	301,00
Total Gastos Administrativos	153.150,75	166.784,41	181.458,41	197.203,11	214.507,95
Gastos Financieros					
Intereses del Prestamo	652,31	543,47	137,86	0,00	0,00
Total Gastos Financieros	652,31	543,47	137,86	0,00	0,00
Total Egresos	153.803,06	171.735,57	186.393,16	202.423,57	220.189,37
= Util. Antes de Part. / Trabajadores e I.R.	9.145,56	15.592,01	28.348,21	43.112,29	47.027,30
- 15 % de Participación de Trabajadores	1.371,83	2.338,80	4.252,23	6.466,84	7.054,10
= Utilidad Antes del I.R	7.773,72	13.253,21	24.095,98	36.645,44	39.973,21
- Impuesto a la Renta	1.943,43	3.313,30	6.023,99	9.161,36	9.993,30
= Utilidad Neta	5.830,29	9.939,91	18.071,98	27.484,08	29.979,91

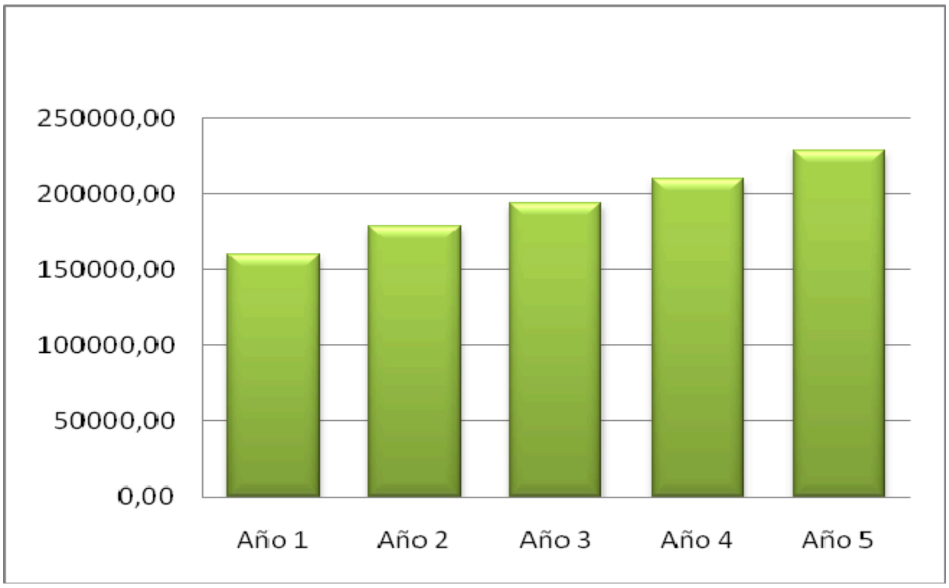
Gráfico Nº 39 Comprtamiento de los ingresos



Fuente: Estado de Resultado

Elaborado por: Los autores

Gráfico Nº 40 Comportamiento de los egresos



Fuente: Estado de Resultado

Elaborado por: Los Autores

3.8 Valor Actual Neto.

Mide la rentabilidad en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión, para ello se toma en cuenta los ingresos y egresos netos del flujo de caja, descontados a la tasa de rendimiento que los inversionistas requerirán por haber asumido el riesgo de implementar el proyecto.

Se obtuvo un VAN de $ 50.701,46 por lo que el proyecto es rentable, está generando un valor positivo para el inversionista.

3.9 Tasa Interna de Retorno.

La tasa interna de retorno es el rendimiento esperado de un proyecto de inversión. Se requiere que esta tasa sea mayor a la tasa de descuento para poder determinar que el proyecto es rentable para el inversionista.

Para el caso del presente proyecto la tasa interna de retorno (TIR) es del 91.87% y que frente a una tasa de descuento del 11.74% se puede concluir que el proyecto es conveniente.

3.10 Simulación de los resultados usando Cristal Ball.

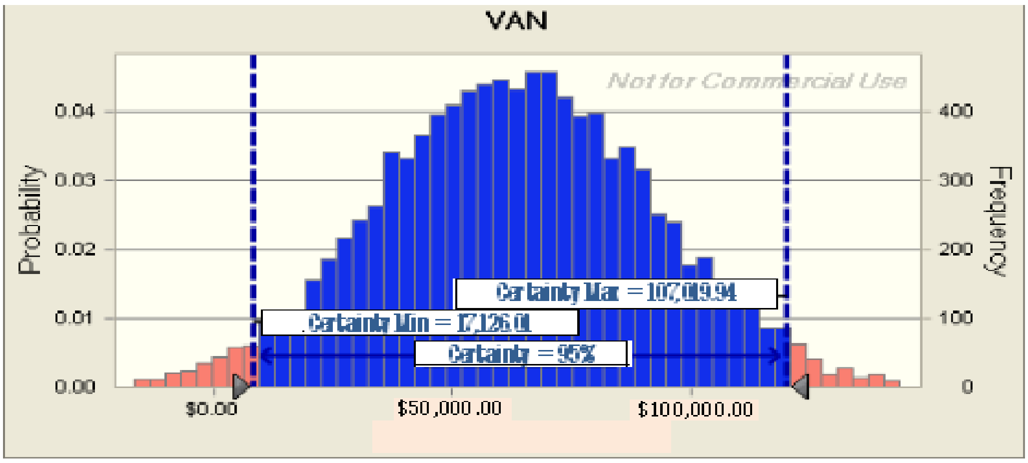
Es oportuno desarrollar un análisis de sensibilidad que permita apreciar la sostenibilidad financiera que pudiera tener el proyecto frente a las variaciones de ingresos y egresos, para lo cual se ha tomado como variables de decisión el crecimiento de la economía, el crecimiento y la reducción en los costos dado el proyecto a aplicarse y la tasa de inflación esperada de la economía.

Cabe anotar, que todo inversionista siempre espera obtener una mayor rentabilidad en sus proyectos, sin embargo esta decisión por lo general se asocia con un mayor grado de riesgo, esta herramienta del Cristal Ball permite realizar análisis en los que se evalué los diferentes niveles de rentabilidad esperados estableciendo intervalos de confianza. Es por esto que en base a estas variables críticas se generaron 10.000 iteraciones es decir se hicieron 10.000 cálculos combinando todos los valores críticos a los rangos establecidos, mostrado los comportamientos estimados del VAN y la TIR del proyecto, los resultados se detallan a continuación:

3.10.1 Estimación del VAN

El gráfico muestra mediante la simulación realizada, que los resultados que el VAN del proyecto puede tomar se encuentran entre un rango mínimo de $17,126.01 y un máximo de $ 107,019.94 sin embargo como se observa, con un intervalo de confianza del 95%, los valores probables en los que el VAN se encontraría son positivos, lo que indica que el proyecto tiene buenas perspectivas de rentabilidad esperada.

Gráfico Nº41: Estimación del VAN

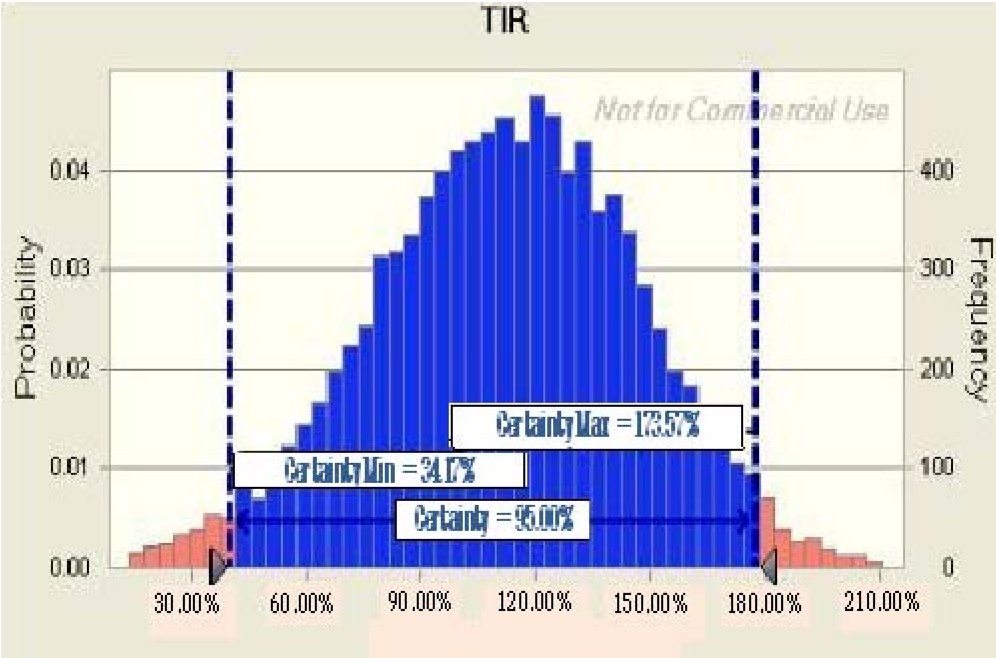


Fuente: Cristal Ball
Elaborado por: Los Autores

3.10.2 Estimación de la TIR

Los resultados de la simulación, establecieron que la TIR del proyecto, estaría entre un rango máximo 173.57% y de un mínimo del 34.17%, cabe anotar que aunque la TMAR del proyecto es 11.74%, es decir inferior al mínimo estimado de la TIR, con un intervalo del 95% de confianza, se puede observar que todos los valores que tomaría este indicador, estarían por encima de la TMAR requerida, lo que indica positivas perspectivas de rentabilidad del proyecto en cuestión.

Gráfico Nº42: Estimación de la TIR



Fuente: Cristal Ball
Elaborado por los Autores

CONCLUSIONES

- Al momento de ingresar al mercado de la Unidad Educativa Javier, debemos seguir los pasos establecidos, para así obtener un buen posicionamiento y convencimiento a los Padres para lo consiguiente con los alumnos.

- De acuerdo a los resultados obtenidos, la aplicación del presente proyecto resulta viable y conveniente para la empresa, ofreciendo a la administración un VAN positivo de $ 50,701.46 y una TIR de 91.87 %.

- Debido a la facilidad que nos dio la Unidad Educativa con la información, las entrevistas realizadas al personal docente y personal administrativo, más las encuestas realizadas a los padres de familia y alumnos, ya sabemos con efectividad cuál es nuestro segmento de mercado y qué estrategias podemos utilizar para que el proyecto se realiza con efectividad.

- De acuerdo al personal que contrataremos para dar las clases en el semi – internado contaremos con una ventaja debido a que son maestros de la misma institución y así ellos conocen mejor a sus alumnos y pueden llegar de una manera más eficaz y eficiente.

RECOMENDACIONES

- Debido a que una de nuestras debilidades es no tener el servicio de los expresos, en el futuro se tiene que tratar de contratar este servicio para los estudiantes de la Unidad Educativa.

- Invertir en la capacitación del personal docente en las diferentes técnicas de aprendizaje para que así nuestros alumnos puedan asimilar de una manera más didáctica.

- Desarrollar nuestro proyecto de acuerdo al cumplimiento de la misión, visión y objetivos para que así este tenga un buen rendimiento.

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTAS PARA PADRES DE FAMILIA

Con la finalidad de ayudar a su representado a un mejor rendimiento académico nos agradaría respondan la siguiente encuesta.

1.- Marque con una X en el espacio correspondiente:

	SI	NO
a.- Conoce usted los talentos, destrezas de su hijo	___	___
b.- Ayuda usted a la motivación hacia el estudio	___	___
c.- Crea ambiente estimulante	___	___
d.- Cultiva la lectura	___	___
e.- Favorece las distracciones (televisión,videojuegos,etc)de su hijo	___	___
f.- Fomenta un clima familiar tranquilo.	___	___
g.- Coordina con los profesores sobre actividades escolares	___	___
h.- Planifica diariamente la tareas y lecciones de su hijo	___	___
i.- Adecúa un entorno adecuado para el aprendizaje	___	___
j.- Le agradaría le ayudemos a su hijo a responder muy bien a sus estudios	___	___

2.- ¿Qué tiempo dedica usted a su hijo para la revisión de las tareas escolares?

2 horas__ 1 hora__ a veces__ nunca__

3.- Si el colegio ofrece un servicio de control de tareas y lecciones, escogería:

- Horas factibles para el desarrollo de tareas y lecciones

Luego de las horas regulares de clases (2h30 pm)

____

Que el alumno retorne a su hogar y luego vuelva al colegio (4h30pm)

____

- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente?

  100___ 110___ 120___

4.- ¿Qué prefiere para su hijo?

- Clases personalizadas en la misma institución _____
- Clases particulares _____

5.- Según el orden de importancia para usted al adquirir el servicio de control de tareas y lecciones enumere del 1 al 5 siendo el 1 de mayor importancia y el 5 el de menor importancia.

Reconocimiento de la necesidad del servicio. ___
Calidad del servicio ___
Precio ___
Beneficio que este ofrece ___
Obtenerlo de manera fácil y en el momento oportuno. ___

6.- ¿Qué servicio extra le gustaría tener? (Marque con una X)

- Lunch __
- Expreso __
- Papelería __
- Otro ___________________

ANEXO 2

ENCUESTAS PARA LOS ALUMNOS

Con el fin de mejorar su aprendizaje y respuesta a ser un buen estudiante le agradeceríamos conteste la siguiente encuesta:

1. Responde las propuestas formuladas a continuación.

S=sobresaliente; MB=muy bueno; B=bueno; R=regular; D=deficiente

	S	MB	B	R	D
Mi escritura es					
Mi lectura es					
Mi promedio general ha sido					
Mi asistencia a clases es					
Mi atención en clases es					
Mi orden para trabajar es					
Mis trabajos son calificados como					

2. Responde lo que se pregunta.

¿En qué ocupas más tu tiempo luego de clases? ________________________

¿Qué dificulta más tus tareas? _______________________________________

Si sientes dudas en tus deberes

- Dejas tus cosa ahí ___
- Buscas formas de cumplir ___

3.- Responde Si o No

- Crees que los docentes se dan a entender al momento de enseñar______

- Consideras que con lo explicado en clase puedes realizar tus tareas ______
- Estas totalmente preparado para las lecciones _______
- Te gustaría tener tutoría de deberes y lecciones enviadas por los profesores en clase ______
- Cambiarias las clases particulares por ayuda personalizada (es decir, atendiendo tus propias inquietudes y dedicándote tiempo) en tu propia institución y con los mismos compañeros ____

4.- Enumera tres materias que más te gusten

1. ________________
2. ________________
3. ________________

5.- Enumera tres materias con las que tengas bajos promedios

1. ________________
2. ________________
3. ________________

6.- Mis promedios están entre:

(12-14) _____ (15-18) _____ (19-20) _____

ANEXO 3

FORMATO DE ENTREVISTAS AL PERSONAL DOCENTE DEL CENTRO EDUCATIVO

1. De acuerdo a su opinión que es lo que le ayuda a los alumnos que tienen promedios bajos en sus calificaciones

2. Cuál es el valor promedio que los profesores cobran por sus clases particulares

3. A qué cree usted que se debe la variabilidad del valor

4. Si la Unidad Educativa Javier implanta un Semi-Internado estaría dispuesto a participar como tutor.
   SI____________
   NO___________
   Por qué?____

5. Cuanto estaría dispuesto a ganar

6. Qué materias usted maneja correctamente

7. Estaría dispuesto a trabajar de acuerdo a la organización del semi-internado en cuanto a la regularización de deberes y lecciones

ANEXO 4

Artículos	Unidades	C. unitario	C. Total	PVP	Precio Total
Adhesivos (100 unidades)	3	5	15	8,30	24,9
Borradores	200	0,08	16	0,15	30
Calculadora básica	24	3,5	84	5,80	139,2
Calculadora científica	12	20	240	27,00	324
Carpetas con diseño	50	1,35	67,5	2,50	125
Carpetas manila	300	0,08	24	0,15	45
Carpetas plástica transparente	600	1,15	690	1,80	1080
Carpetas plásticas	50	0,25	12,5	0,50	25
Carpetas tipo sobre	100	3,5	350	5,00	500
Cartón corrugado (pliego)	25	1,2	30	1,50	37,5
Cartulina bristol (pliego)	300	0,4	120	0,70	210
Cartulina (fundas 10 unidades)	25	1,1	27,5	1,50	37,5
Cartulina esmaltada (pliego)	100	0,8	80	1,20	120
Cinta adhesiva	50	0,26	13	0,50	25
Cinta masting	50	0,52	26	0,80	40
Clips (cajita de 100)	12	0,3	3,6	0,50	5,976
Compases	25	1,6	40	2,25	56,25
Correctores	400	0,65	260	1,10	440
Cuadernos de contabilidad	100	0,9	90	1,25	125
Cuadernos espirales pequeño 100 hojas	100	0,65	65	0,85	85
Cuadernos grapados 100 hojas	50	0,35	17,5	0,60	30
Cuadernos grapados 60 hojas	25	0,3	7,5	0,50	12,5
Cuadernos Universitarios 100 hojas	200	0,9	180	1,40	280
Cuadernos Universitarios 200 hojas	100	1,8	180	2,40	240
Documentos mercantiles (funda)	100	1,53	153	2,00	200
Foamy (pliego)	75	0,6	45	1,00	75
Formularios	100	1	100	1,30	130
Forros de cuadernos universitario	50	0,3	15	0,50	25
Forro de cuadernos pequeños	25	0,15	3,75	0,25	6,25
Gomeros	100	0,35	35	0,60	60
Hojas A4 (500)	10	3	30	10,00	100
Hojas de cuadros oficio (500)	10	3	30	7,00	70
Hojas de líneas oficio (500)	10	3	30	7,00	70
Hojas milimetradas (500)	3	3	9	7,00	21
Hojas papel bond (500)	6	3	18	8,00	48
Hojas pautadas (500)	1	3	3	10,00	10
Juegos geométricos	24	0,53	12,72	0,90	21,6
Láminas Educativas	1000	0,08	80	0,15	150
Lapiceros	100	0,26	26	0,55	55
Lápices	200	0,13	26	0,25	50
Lápices de colores	50	0,45	22,5	0,80	40
Letras de Cambio (block de 100)	2	2	4	5,00	10
Libretas espirales	25	0,37	9,25	0,50	12,5
Marcadores (12 unidades)	50	0,76	38	1,25	62,5
Marcadores de Pizarra	100	0,32	32	0,70	70
Membretes adhesivos (plancha)	25	1	25	1,50	37,5
Minas	100	0,29	29	0,50	50
Notas de venta (block)	2	1,63	3,26	5,00	10
Papel brillante (fundita)	25	0,15	3,75	0,25	6,25
Papel celofán (pliego)	12	1,05	12,6	1,25	15
Papel crepé (pliego)	24	1,5	36	2,00	48
Papel gamuza (pliego)	12	2,12	25,44	2,50	30
Papel ministro	500	0,05	25	0,10	50
Papel periódico (pliego)	100	0,12	12	0,25	25
pinceles	12	0,1	1,2	0,20	2,4
pinturas	50	0,68	34	1,15	57,5
Plumas	1500	0,29	435	0,40	600
Reglas	50	0,33	16,5	0,80	40
Sacapuntas	50	0,18	9	0,35	17,5
tijeras	50	0,42	21	0,70	34,86
Total			**4050,07**		**6348,69**

Fuente: Gráficas
Elaborado por: Los autores

ANEXO Nº 5

AMORTIZACION DEL PRESTAMO

Capital	8.400,00	
Tiempo	30	meses
Tasa	0,98%	trimestral
Cuota	324,45	trimestral

Meses	Intereses	Capital	Cuota	Capital Reducido
0				8.400,00
1	82,18	242,27	324,45	8.157,73
2	79,81	244,65	324,45	7.913,08
3	77,42	247,04	324,45	7.666,04
4	75,00	249,46	324,45	7.416,59
5	72,56	251,90	324,45	7.164,69
6	70,09	254,36	324,45	6.910,33
7	67,61	256,85	324,45	6.653,48
8	65,09	259,36	324,45	6.394,12
9	62,56	261,90	324,45	6.132,22
10	59,99	264,46	324,45	5.867,76
11	57,41	267,05	324,45	5.600,71
12	54,79	269,66	324,45	5.331,05
13	52,16	272,30	324,45	5.058,75
14	49,49	274,96	324,45	4.783,79
15	46,80	277,65	324,45	4.506,13
16	44,09	280,37	324,45	4.225,76
17	41,34	283,11	324,45	3.942,65
18	38,57	285,88	324,45	3.656,77
19	35,78	288,68	324,45	3.368,09
20	32,95	291,50	324,45	3.076,59
21	30,10	294,36	324,45	2.782,23
22	27,22	297,24	324,45	2.484,99
23	24,31	300,14	324,45	2.184,85
24	21,38	303,08	324,45	1.881,77
25	18,41	306,04	324,45	1.575,73
26	15,42	309,04	324,45	1.266,69
27	12,39	312,06	324,45	954,63
28	9,34	315,12	324,45	639,51
29	6,26	318,20	324,45	321,31
30	3,14	321,31	324,45	0,00
TOTAL	**769,71**	**2.799,29**	**9.733,64**	

ANEXO 6

FLUJO DE CAJA PROYECTADO (Primer año)										
	Marzo	**Abril**	**Mayo**	**Junio**	**Julio**	**Agosto**	**Septiembre**	**Octubre**	**Noviembre**	**Diciembre**
Ingresos										
Demanda de Alumnos		200	200	200	220	220	220	210	210	210
Precio		85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00
Ing. Por Ventas		17.000,00	17.000,00	17.000,00	18.700,00	18.700,00	18.700,00	17.850,00	17.850,00	17.850,00
Otros Ingresos		255,40	255,40	255,40	255,40	255,40	255,40	255,40	255,40	255,40
Total Ingresos		17.255,40	17.255,40	17.255,40	18.955,40	18.955,40	18.955,40	18.105,40	18.105,40	18.105,40
Gastos de Administ. Y Vta.										
Sueldos y Salarios		12.850,00	12.850,00	12.850,00	12.850,00	12.850,00	12.850,00	12.850,00	12.850,00	12.850,00
Servicios Básicos		200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Gastos de Alquiler		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Suministros		200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Gasto publicitario		800,00								
Otros Gastos		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Depreciaciones		50,08	50,08	50,08	50,08	50,08	50,08	50,08	50,08	50,08
Total Gastos Administrativos		16.200,08	15.400,08	15.400,08	15.400,08	15.400,08	15.400,08	15.400,08	15.400,08	15.400,08
Gastos Financieros										
Intereses del Prestamo		82,18	79,81	77,42	75,00	72,56	70,09	67,61	65,09	62,56
Total Gastos Financieros		82,18	79,81	77,42	75,00	72,56	70,09	67,61	65,09	62,56
Total Egresos		16.282,26	15.479,89	15.477,50	15.475,08	15.472,64	15.470,18	15.467,69	15.465,18	15.462,64
= Util. Antes Part.Trabajadores e I.R.		973,14	1.775,51	1.777,90	3.480,32	3.482,76	3.485,22	2.637,71	2.640,23	2.642,76
- 15 % de Participación de Trabajadores		145,97	266,33	266,69	522,05	522,41	522,78	395,66	396,03	396,41
= Utilidad Antes del I.R.		827,17	1.509,18	1.511,22	2.958,27	2.960,35	2.962,44	2.242,06	2.244,19	2.246,35
- Impuesto a la Renta		206,79	377,30	377,80	739,57	740,09	740,61	560,51	561,05	561,59
= Utilidad Neta		620,38	1.131,89	1.133,41	2.218,70	2.220,26	2.221,83	1.681,54	1.683,14	1.684,76
+ Depreciaciones		50,08	50,08	50,08	50,08	50,08	50,08	50,08	50,08	50,08
Amortización del Capital		242,27	244,65	247,04	249,46	251,90	254,36	256,85	259,36	261,90
Inversión Fija	-8.400,00									
Capital Propio	-3.600,00									
Flujo de Caja Inicial			428,18	1.610,15	2.793,65	5.062,44	7.332,78	9.604,69	11.336,32	13.069,55
Flujo de Caja	-12.000,00	428,18	1.181,97	1.183,50	2.268,79	2.270,34	2.271,91	1.731,63	1.733,23	1.734,84
Flujo de Caja Acumulado		428,18	1.610,15	2.793,65	5.062,44	7.332,78	9.604,69	11.336,32	13.069,55	14.804,39

ANEXO 7

FLUJO DE CAJA PROYECTADO (5 años)						
	Año 0	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Ingresos						
Demanda de Alumnos		210	222	234	246	246
Precio		$ 765	$ 832,55	$ 906,06	$ 986,07	$ 1073,14
Ing. Por Ventas		$ 160.650,00	$ 184.825,99	$212.018,89	$ 242.572,98	$ 263.992,18
Otros Ingresos		$ 2.298,62	$ 2.501,59	$ 2.722,48	$ 2.962,87	$ 3.224,49
Total Ingresos		$ 162.948,62	$ 187.327,58	$214.741,37	$ 245.535,86	$ 267.216,67
Gastos Operativo						
Papelería			$ 4.407,69	$ 4.796,89	$ 5.220,46	$ 5.681,42
Gastos de administración y ventas						
Sueldos y Salarios		$ 128.500,00	$ 139.846,55	$152.195,00	$ 165.633,82	$ 180.259,29
Servicios Básicos		$ 2.400,00	$ 2.611,92	$ 2.842,55	$ 3.093,55	$ 3.366,71
Gastos de Alquiler		$ 18.000,00	$ 19.589,40	$ 21.319,14	$ 23.201,62	$ 25.250,33
Suministros		$ 2.000,00	$ 2.176,60	$ 2.368,79	$ 2.577,96	$ 2.805,59
Gasto publicitario		$ 800,00	$ 870,64	$ 947,52	$ 1.031,18	$ 1.122,24
Otros Gastos		$ 1.000,00	$ 1.088,30	$ 1.184,40	$ 1.288,98	$ 1.402,80
Depreciaciones		$ 450,75	$ 601,00	$ 601,00	$ 376,00	$ 301,00
Total Gastos Administrativos		$ 153.150,75	$ 166.784,41	$181.458,41	$ 197.203,11	$ 214.507,95
Gastos Financieros						
Intereses del Prestamo		$ 652,31	$ 543,47	$ 137,86	$ -	$ -
Total Gastos Financieros		$ 652,31	$ 543,47	$ 137,86	$ -	$ -
Total Egresos		$ 153.803,06	$ 171.735,57	$186.393,16	$ 202.423,57	$ 220.189,37
= Util. Antes de Part. / Trabajadores e I.R.		$ 9.145,56	$ 15.592,01	$ 28.348,21	$ 43.112,29	$ 47.027,30
- 15 % de Participación de Trabajadores		$ 1.371,83	$ 2.338,80	$ 4.252,23	$ 6.466,84	$ 7.054,10
= Utilidad Antes del Impuesto a la renta		$ 7.773,72	$ 13.253,21	$ 24.095,98	$ 36.645,44	$ 39.973,21
- Impuesto a la Renta		$ 1.943,43	$ 3.313,30	$ 6.023,99	$ 9.161,36	$ 9.993,30
= Utilidad Neta		$ 5.830,29	$ 9.939,91	$ 18.071,98	$ 27.484,08	$ 29.979,91
+ Depreciaciones		$ 450,75	$ 601,00	$ 601,00	$ 376,00	$ 301,00
Amortización del Capital		$ 3.239,68	$ 4.785,70	$ 3.974,61	$ -	$ -
Inversión Fija	(8.400,00)					
Capital Propio	(3.600,00)					
Flujo de Caja Inicial			$ 6.281,04	$ 16.821,95	$ 35.494,93	$ 63.355,01
Flujo de Caja	(12.000,00)	$ 6.281,04	$ 10.540,91	$ 18.672,98	$ 27.860,08	$ 30.280,91
Flujo de Caja Acumulado		6.281,04	$ 16.821,95	$ 35.494,93	$ 63.355,01	$ 93.635,92

ANEXO 8

Evolución del Riesgo País

Fecha	Riesgo País
Febrero-04-2009	3928.00
Febrero-03-2009	3884.00
Febrero-02-2009	3877.00
Enero-14-2009	3829.00
Enero-13-2009	3963.00
Enero-12-2009	3958.00
Enero-09-2009	3947.00
Enero-08-2009	3937.00
Enero-07-2009	3930.00
Enero-06-2009	4039.00
Enero-05-2009	4342.00
Enero-02-2009	4720.00
Enero-01-2009	4731.00
Diciembre-31-2008	4731.00
Diciembre-30-2008	4729.00
Diciembre-29-2008	4735.00
Diciembre-26-2008	4671.00
Diciembre-25-2008	4672.00
Diciembre-24-2008	4672.00
Diciembre-22-2008	5069.00
Diciembre-19-2008	5055.00
Diciembre-18-2008	5054.00
Diciembre-17-2008	5040.00
Diciembre-16-2008	5020.00
Diciembre-16-2008	5020.00
Diciembre-15-2008	4325.00
Diciembre-12-2008	3924.00
Diciembre-11-2008	3496.00
Diciembre-10-2008	3511.00
Diciembre-09-2008	3491.00

BIBLIOGRAFIA.

Textos, Diarios y Revistas:

- Instituto Nacional de Estadísticas y Ciencias. Difusión de resultados definitivos del sexto censo de población y vivienda 2001- agosto 2002.
- Kering. Estrategias de Marketing.
- Nassir Sapag. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Prentice Hall.
- Gilberto Rojas Huertas. Administración, Proyectos y Presupuestos.
- Douglas R. Emery, John D. Finnerty. Administración Financiera Corporativa. Prentice Hall.
- Pablo Fernández. Valoración de Empresas.
- Blank Tarquin. Ingeniería Económica Quinta Edición.
- Kotler & Armstrong. Marketing. Prentice Hall.
- Malhotra, Naresh K. Investigación de Mercados, un enfoque aplicado. Cuarta Edición. Pearson Educación.
- Walpole, Ronald Myers Raymond, Probabilidad y Estadística. Cuarta Edicion Mc Graw-Hill.
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo: www.inec.gov.ec
- Banco Central del Ecuador : www.bce.fin.ec
- Yahoo finance: http://finance.yahoo.com
- Diario El Universo: www.eluniverso.com
- Buscador Google: www.google.com.ec
- Infomercados: www.infomercados.com
- El Hoy www.elhoy.com.ec
- Wikipedia www.Wikipedia.com