

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



PROYECTO DE GRADUACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

TECNOLÓGO EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO
ANALISTA DE SISTEMAS
TECNOLÓGO EN DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICITARIO

TEMA:

S.I.P.E.

"SISTEMA INTELIGENTE DE PAGO ESTUDIANTIL"

MANUAL DE ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

AUTORES:

José Luis Terreros Bueno
Luis Napoleón Sañaicela Cruz
Eduardo Andrés Andrade Barchi

2009



BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

AGRADECIMIENTOS

*De manera especial quiero agradecer a Dios,
por su presencia a lo largo de todo
este viaje, y a mis padres, incondicionales
y presentes en todo momento y lugar.
De corazón, muchas gracias.*

José Luis



BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

Quiero agradecer de manera especial a:

A Dios por haberme dado la vida, las fuerzas y la sabiduría para seguir adelante y alcanzar mis metas.

A mi familia por estar a mi lado apoyándome en todo momento y haberme educado para ser un hombre de bien.

A todas las personas que fueron mis profesores a lo largo de mi carrera, por brindarme sus conocimientos.

Luis



BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

*En primer lugar a Dios, dador de vida
y motivo de mis logros, a mis familia
por su apoyo incondicional,
mis maestros y amigos.
Gracias por acompañarme en
esta fructifera experiencia.*

Eduardo



BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

DEDICATORIA

Dedico esta etapa que culmina de manera especial a mis padres. José Luis y Beatriz, a quienes debo y agradezco mi formación como profesional y como ser humano.

Mi anhelo más grande es siempre llenarlos de orgullo

Atentamente,

José Luis Terreros Bueno



DEDICATORIA

A mi dios en primer lugar, por permitirme seguir adelante y alcanzar una meta más en mi vida, por ayudarme a ser una mejor persona, mejor hijo, mejor hermano, mejor compañero, mejor amigo y por seguir manteniendo a toda mi familia unida. Gracias.

A mis padres que fueron ejemplo de esfuerzo y sacrificio toda una vida, por haberme criado y formado con buenas costumbres, por haberme ayudado a empezar mi carrera y a nunca rendirse a pesar de los problemas. Dios los bendiga.

A mis hermanas por permanecer siempre a mi lado, pero muy especialmente a mi hermana Janeth por apoyarme incondicionalmente tanto moral como económicamente a poder terminar mi carrera. Muchas gracias Hermana.

A mi abuelita Zoila le agradezco por todos los momentos hermosos que pase junto a ella, por todo el amor, cariño y atenciones que me dio y todos los lindos recuerdos que llevo de ella en mi corazón. Gracias Zoilita.

Atentamente,

Luis Napoleón Sanaicela Cruz



DEDICATORIA

A Dios en primer lugar, por permitirme culminar esta etapa de mi carrera, para continuar hacia otra.

A mis padres, a quienes les debo su apoyo y comprensión a lo largo de este proyecto.

A mis maestros y amigos,

Gracias por el apoyo brindado.



Atentamente,

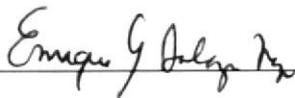
Eduardo Andrés Andrade Barchi

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

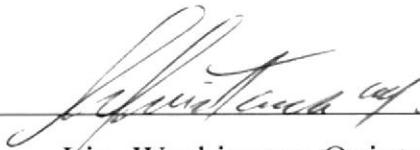


TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



MAE. Enrique Salazar

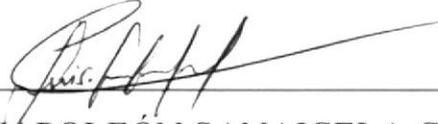
Director de Tesis



Lic. Washington Quintana

Vocal Principal del Tribunal de Graduación

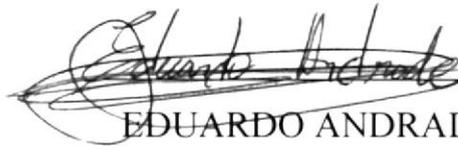
AUTORES



LUIS NAPOLEÓN SANAI CELA CRUZ



JOSE LUIS TERREROS BUENO

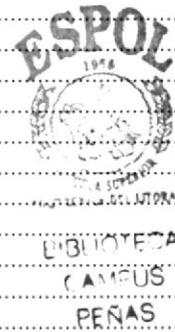


EDUARDO ANDRADE BARCHI

INDICE GENERAL

CAPÍTULO 1

1. ANÁLISIS DE MERCADO	1
1.1. ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA EMPRESA	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	3
1.3.1. INGENIERÍA DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO	3
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	4
1.5. PERFIL DEL CONSUMIDOR	4
1.6. DISEÑO DE LA ENCUESTA	5
1.6.1. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	6
1.6.1.1. ENCUESTA REALIZADA A LOS PADRES DE FAMILIA	6
1.6.1.2. ENCUESTA REALIZADA A LOS ESTUDIANTES	11
1.7. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	15
1.7.1. VENTAJAS EN RELACIÓN A LA COMPETENCIA	15
1.8. ANÁLISIS DEL MERCADO GLOBAL	16
1.9. PLAN DE MERCADO	18
1.9.1. ESTRATEGIA DE PRECIO	19
1.9.1.1. LA COMPETENCIA	19
1.9.1.2. PRECIO	19
1.9.2. PLANIFICACIÓN DE VENTAS	20
1.9.3. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	22
1.9.4. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	23
1.9.5. COSTOS DE PRODUCCIÓN	23
1.9.6. POLÍTICAS DE SERVICIOS	24
1.9.7. PLAN DE CONTINGENCIA	24
1.10. ANÁLISIS TÉCNICO	24
1.10.1. ANÁLISIS DEL SERVICIO	24
1.10.1.1. ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO	24
1.10.1.2. Materia Prima Básica	25
1.10.1.3. EQUIPOS Y SISTEMAS	25
1.10.2. DESCRIPCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA	27
1.10.3. SERVICIOS Y TRANSPORTACIÓN	27
1.10.4. CRONOGRAMA DE TRABAJO	27



CAPÍTULO 2

2. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	1
2.1. LA COMPAÑÍA	1
2.1.1. CONDICIONES DE TRABAJO	2
2.1.2. CONDICIONES REMUNERATIVAS	3
2.1.3. ORGANIZACIONES DE APOYO	¡Error! Marcador no definido.
2.2. ANÁLISIS LEGAL	4
2.3. ANÁLISIS SOCIAL	5
2.3.1. SERVICIOS ADICIONALES A LA COMUNIDAD	5

CAPÍTULO 3

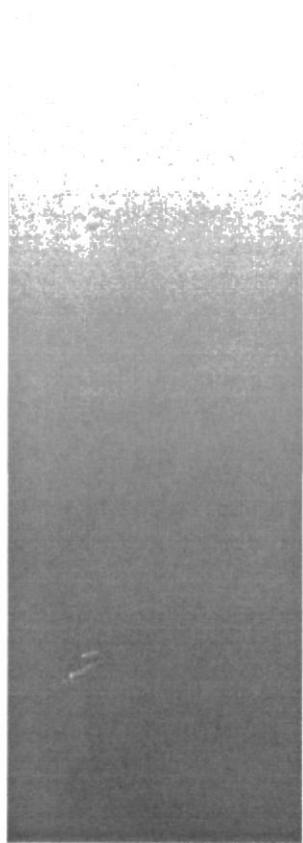
3. ANÁLISIS ECONÓMICO	1
3.1. PARAMETROS	1
3.2. INVERSIÓN	1
3.2.1. INVERSIONES DEPRECIABLES	1
3.2.2. INVERSIONES AMORTIZABLES	2
3.3. FINANCIACIÓN DEL PROYECTO	4
3.3.1. APORTE SOCIOS	5
3.3.2. PRESTAMOS BANCARIOS	5
3.4. GASTOS	6
3.4.1. COSTOS VARIABLES	6
3.4.2. COSTOS FIJOS	6
3.5. PRESUPUESTO DE INGRESOS	7

INDICE DE ANEXOS

1. ANEXO 1 – DISEÑO DE LAS ENCUESTAS	1
2. ANEXO 2. AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO BANCARIO	2
3. ANEXO 3. CRONOGRAMA DE TRABAJO	3
4. ANEXO 4. PRESUPUESTO ANUAL DE GASTOS	4
5. ANEXO 5. PRESUPUESTO DE INGRESOS	8
6. ANEXO 6. INGRESOS ANUALES POR MANTENIMIENTO	9
7. ANEXO 7. PLANIFICACIÓN DE LA VENTA DEL SERVICIO	10
8. ANEXO 8. ESTADO DE RESULTADOS	11



BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS



CAPÍTULO 1 ANÁLISIS DE MERCADO

1. ANÁLISIS DE MERCADO

1.1. ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPAÑÍA

Desde hace mucho tiempo atrás los ciudadanos tienen la idea de que todo tipo de institución pública estatal, normalmente, no brinda un buen servicio a la comunidad ya sea por la atención, demora, trámites, calidad etc. Debido a estos factores, las instituciones privadas se han posicionado en el mercado global satisfaciendo las necesidades del cliente de una manera más efectiva.

Lo mismo ocurre en las áreas de educación a nivel primario, secundario y superior de instituciones particulares autofinanciadas por los mismos estudiantes o padres de familia que, por supuesto, desean que sus hijos tengan una buena educación.

Las instituciones secundarias particulares, las cuales han ido creciendo en toda la ciudad de Guayaquil y a su vez en las demás ciudades más importantes a nivel del Ecuador por la necesidad de una mejor educación, no se ven afectadas de ninguna manera por el proceso de gratuidad que está actualmente pasando la educación a nivel nacional implementado por este gobierno, ya que según los padres de familia, seguirían manteniendo a sus representados en colegios particulares por que tendrían una mejor calidad educativa, comodidad y participación en los cambios y decisiones que pretendan tomar estas instituciones y que puedan afectar directamente a sus representados.

Considerando todos estos aspectos GYGACORP Cía. Ltda. decidió consultar a los padres de familia y alumnado de los colegios particulares de clase media alta, sobre un nuevo servicio que podría implementarse llamado SIPE “Sistema Inteligente de Pago Estudiantil”. SIPE es un sistema de pago que consiste en utilizar el carné estudiantil como una tarjeta de crédito para realizar compras y pagos académicos dentro del plantel por medio de un valor acreditado y controlado por el representante del alumno, de esta manera el servicio ha tenido muy buena aceptación de los padres de familia y una excelente acogida por parte de los estudiantes.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la industria académica hemos encontrado diversos problemas a nivel estudiantil los cuales presentamos en los siguientes puntos:

- *Los padres de familia, a veces, no poseen el necesario valor en efectivo diario para sus representados y sus necesidades.*
- *La incorrecta utilización del dinero por parte de los hijos.*
- *Las exigencias de un plantel educativo. Es decir: uniformes, material, didáctico, etc.*
- *La adquisición de suministros y materiales innecesarios en las entidades particulares.*

A medida que se vaya teniendo una mayor aceptación y acogida del servicio, podemos ir expandiéndonos a otras ciudades importantes de las regiones Costa y Sierra del Ecuador, ya que actualmente no existe un servicio similar al que presentamos.

Inicialmente nuestros clientes potenciales serían los colegios particulares de clase media alta con posibilidades de expansión hacia instituciones de nivel de educación superior particular que presenten necesidades similares.

Con respecto a la competencia, actualmente no existen empresas que se dediquen a ofrecer este servicio, pero sí hay empresas que se dedican a la producción de credenciales o carnés para instituciones educativas o de otra índole. Estos productos poseen los datos de los alumnos y normalmente sólo son utilizados para su identificación.

1.3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Consiste en la aplicación de un sistema que implementa de manera electrónica, un carné que brinda al estudiante, de cualquier institución académica particular, una forma más óptima de poder cubrir sus gastos mediante la utilización de un crédito.

1.3.1. INGENIERÍA DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO

Características Principales:

El carné es producido de un material plástico conocido como “*CREDICARD*”, cuyas características incluyen:

- Medidas: 9 x 5 cm
- Impresión en el lado ANVERSO
- Impresión en lado REVERSO
- Banda Magnética posterior

Esta última característica es la más importante ya que es el recurso principal que se implementa como el mecanismo de crédito de las tarjetas de crédito comerciales. Esto permitirá al usuario (alumno) familiarizarse con el sistema de pago por crédito y entender el mecanismo y ventajas de la utilización de una “*tarjeta de crédito*”.



1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- Determinar cuantitativamente el grado de aceptación de nuestro proyecto.
- Determinar que realmente existe una necesidad de mejorar e innovar con un servicio óptimo y diferente los problemas planteados.
- Determinar el perfil socio-económico de los clientes potenciales tanto principales como secundarios.
- Comprobar que las soluciones planteadas cubran satisfactoriamente las necesidades de los planteles, los padres de familia y sus representados.

1.5. PERFIL DEL CONSUMIDOR

La población que se consideró para la realización del presente estudio de mercado se concentra tanto en la ciudad de Guayaquil como en Quito, por ser catalogadas como las ciudades con más instituciones particulares a nivel educativo y las más importantes a nivel económico del Ecuador.

Entre las características en que se encuentran los consumidores del servicio tenemos:

- Los estudiantes o “*consumidores finales*” que están en un rango de edad de 11 a 19 años de ambos géneros y que tienen problemas tales como: “falta de sueldo”, robo, pérdida de dinero o no tienen el dinero en efectivo suficiente para solventar gastos comunes como derechos de exámenes, materiales didácticos, etc. Este mismo segmento de estudiantes, calificaron como una excelente idea la implementación del servicio y estarían dispuestos a utilizarlo dentro de sus planteles.
- Los padres de familia, que están en un rango de edad entre 25 - 60 años de ambos géneros, con hijos en colegios particulares y que tienen dificultad al momento de proveerles el efectivo diario, ya sea por falta de tiempo, efectivo a la mano, y que además, el poder llevar un control organizado del dinero que les entregan diariamente, les resulta excelente y califican sus aplicación como algo aprobable y de inmediata aplicación.

- Las instituciones educativas particulares de clase media alta que poseen un buen status e imagen social y que normalmente son reconocidos a nivel educativo.

1.6. DISEÑO DE LA ENCUESTA

Para poder cumplir los objetivos de la investigación de mercado se usaron cuestionarios para nuestros dos tipos de encuestados.

Se ha utilizado dos tipos de encuestas: una que está dirigida hacia los padres de familia de un determinado status social, y otra, dirigida hacia los estudiantes de colegios particulares de la ciudad. *(Ver Anexo 1. DISEÑO DE LAS ENCUESTAS)*

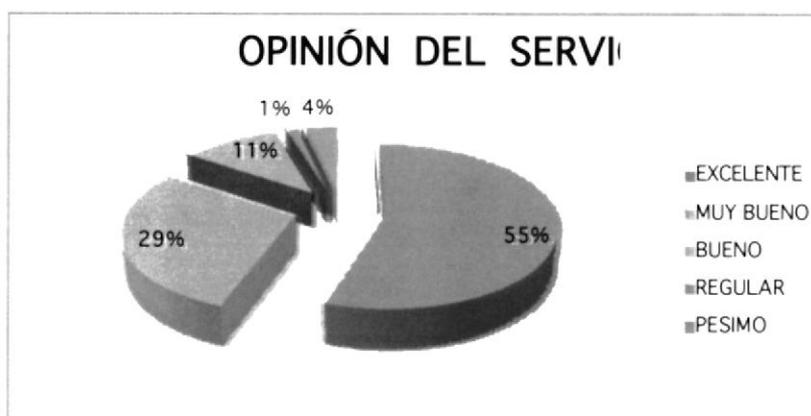


1.6.1. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

1.6.1.1. ENCUESTA REALIZADA A LOS PADRES DE FAMILIA

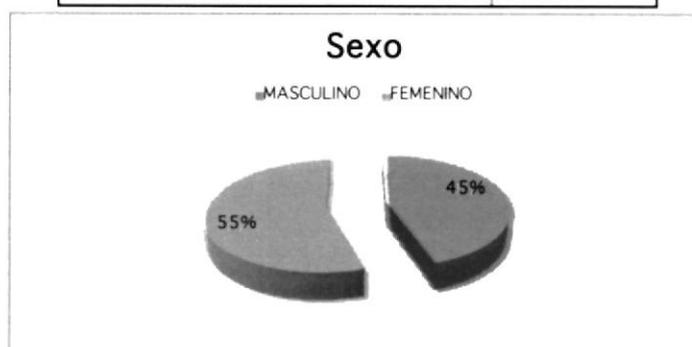
A continuación se detallan las preguntas utilizadas para cada encuesta con sus respectivos resultados:

¿CÓMO CALIFICARÍA UD. UN SERVICIO COMO ESTE?	
EXCELENTE	46
MUY BUENO	24
BUENO	9
REGULAR	1
PÉSIMO	3



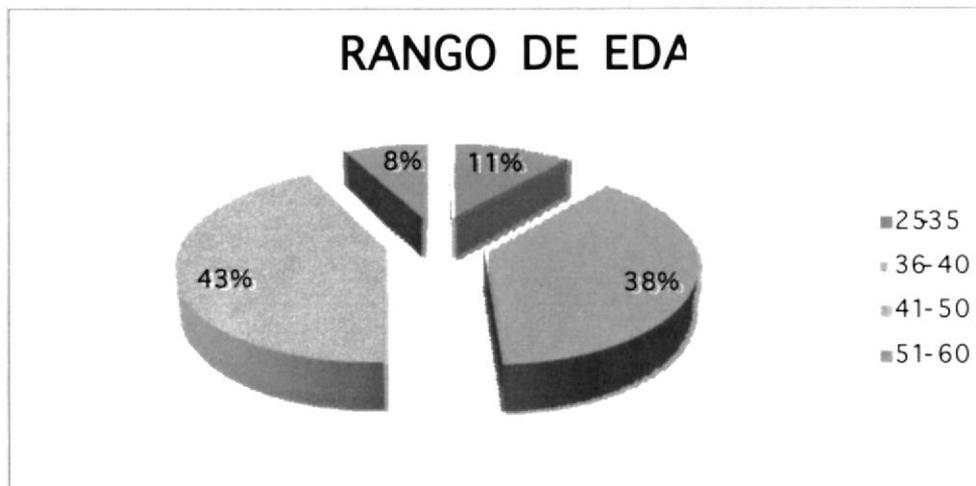
Como se puede observar el 95% de las personas encuestadas opinan favorablemente de nuestro servicio, por lo que de implementarse, el SIPE, con seguridad, tendrá una gran acogida y aceptación por parte de los representantes de los estudiantes.

GÉNERO:	
MASCULINO	36
FEMENINO	44



Se puede observar que no hay mayor diferencia entre ambos géneros de las personas encuestadas, esto nos dice que tanto hombres y mujeres aportan con la educación de sus hijos y ven como una excelente idea la implementación del servicio.

RANGO DE EDAD:	
25 - 35	9
36 - 40	30
41 - 50	34
51 - 60	6



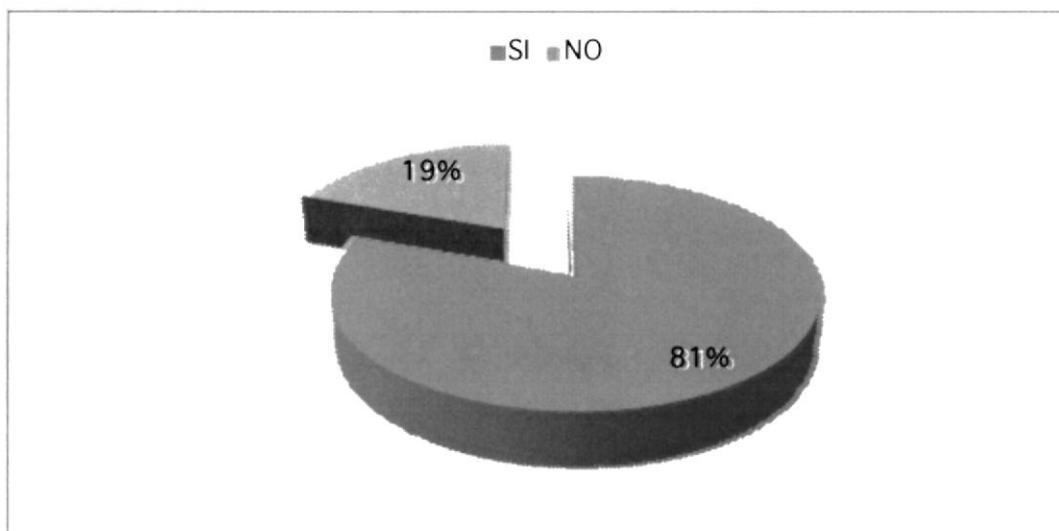
El 11% de las personas encuestadas están en un rango de 25 - 35 años de edad, el 38% de 36 – 40, el 43% de 41 – 50 y el 8% de 51 – 60 años.

¿ES UD. PADRE DE FAMILIA?	
SI	78
NO	3



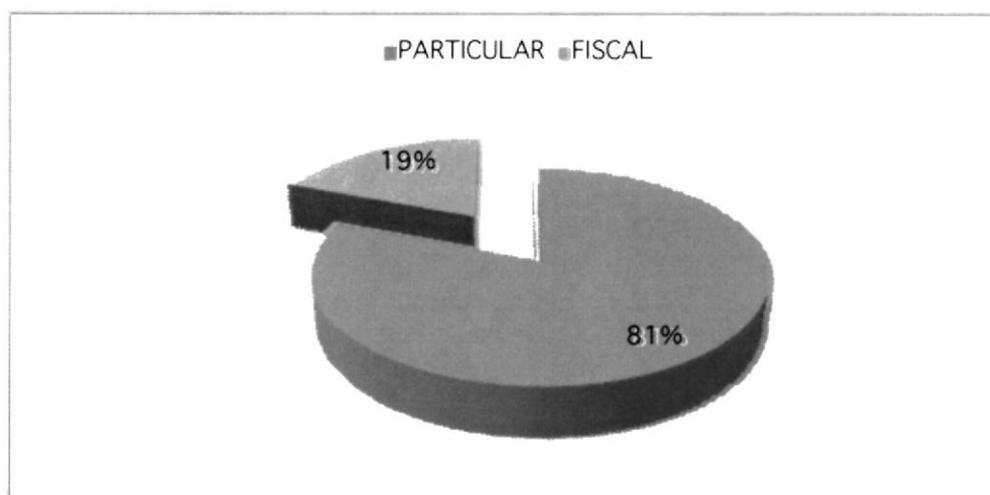
El 96% de las personas encuestadas tienen hijos, el 4% no lo tiene pero de igual manera dieron una buena opinión del servicio.

¿TIENE HIJOS ESTUDIANDO A NIVEL SECUNDARIO?	
<i>SI</i>	62
<i>NO</i>	15



El 81% de las personas tienen hijos a nivel secundario mientras que el 19% no los tiene, en este punto los padres de familia preguntaron si el servicio se implementará a nivel universitario, dándonos cuenta que se podría expandir a este nivel educativo con la misma aceptación.

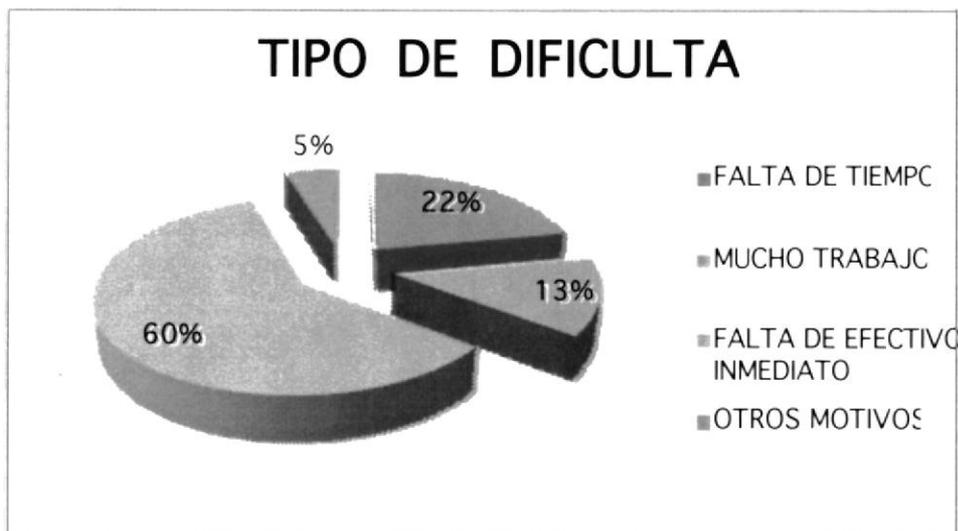
¿EN QUÉ TIPO DE ESTABLECIMIENTO ACADÉMICO PARTICULAR ESTUDIAN?	
PARTICULAR	55
FISCAL	13



El 81% de las personas encuestadas tienen hijos en instituciones secundarias particulares, el 19% no los tiene, lo cual nos ratifica que hoy en día la mayoría de los padres de familia prefieren este tipo de instituciones para una buena educación de sus hijos, teniendo una mayor cantidad de posibles consumidores finales del servicio.

¿QUÉ TIPO DE DIFICULTAD TIENE CON SUS HIJOS AL MOMENTO DE BRINDARLES EFECTIVO DIARIAMENTE?

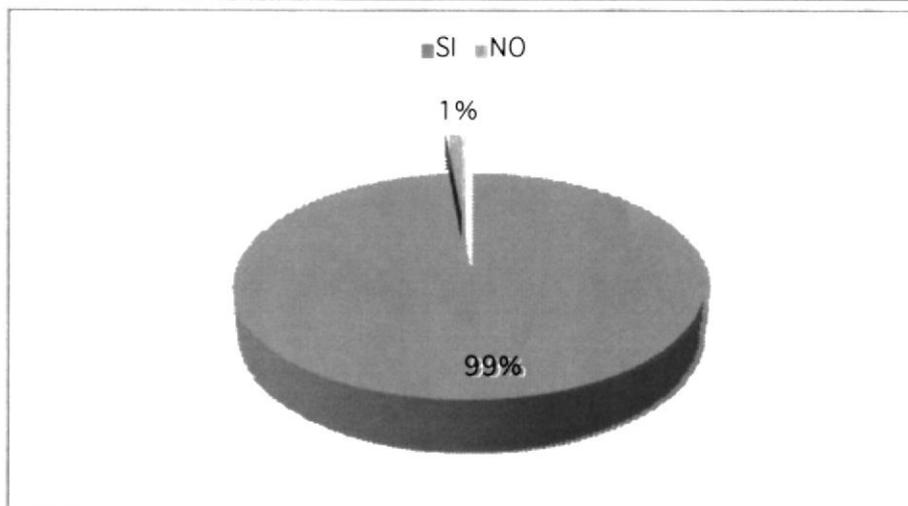
<i>FALTA DE TIEMPO</i>	18
<i>MUCHO TRABAJO</i>	11
<i>FALTA DE EFECTIVO INMEDIATO</i>	49
<i>OTROS MOTIVOS</i>	4



El 22% de los encuestados tienen dificultad al momento de brindarles el efectivo diario a sus hijos por falta de tiempo, 13% por mucho trabajo, 60% falta de efectivo inmediato y el 5% por motivos diferentes, lo cual les hace ver todo lo que se evitarían al utilizar el servicio.

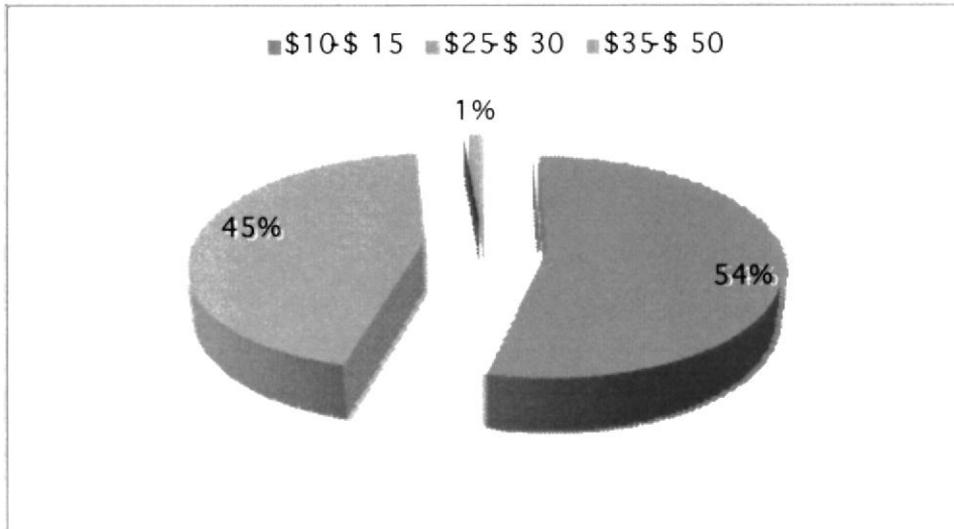
¿LE GUSTARÍA LLEVAR UN CONTROL ORGANIZADO POR PERÍODO CON RESPECTO AL EFECTIVO DIARIO QUE LE ENTREGA A SU REPRESENTADO?

<i>SI</i>	70
<i>NO</i>	1



El 99% de los encuestados les gustaría llevar un control organizado por periodo del efectivo diario que le entregan a sus representados, siendo este un beneficio más que les motivaría a utilizar el SIPE.

¿CUÁL ES EL VALOR QUE ESTARÍA UD. DISPUESTO A CANCELAR POR UN SERVICIO COMO EL DESCRITO A LO LARGO DE ESTA ENCUESTA?	
\$10 - \$ 15	40
\$25 - \$ 30	33
\$35 - \$ 50	1



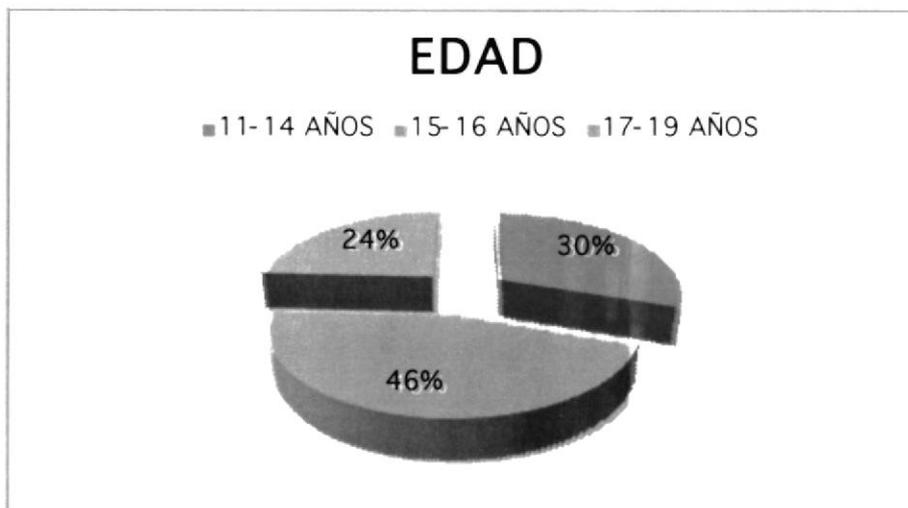
Una vez descrito el servicio y teniendo conocimiento de todos los beneficios y facilidades que les brindaría su utilización tanto para los padres de familia como para los estudiantes, el 54% de las personas encuestadas están dispuestos a cancelar un rango de \$10 - \$15, el 45% de \$25 - \$30 y el 1% de \$35 - \$50.



1.6.1.2. ENCUESTA REALIZADA A LOS ESTUDIANTES DE LAS INSTITUCIONES PARTICULARES.

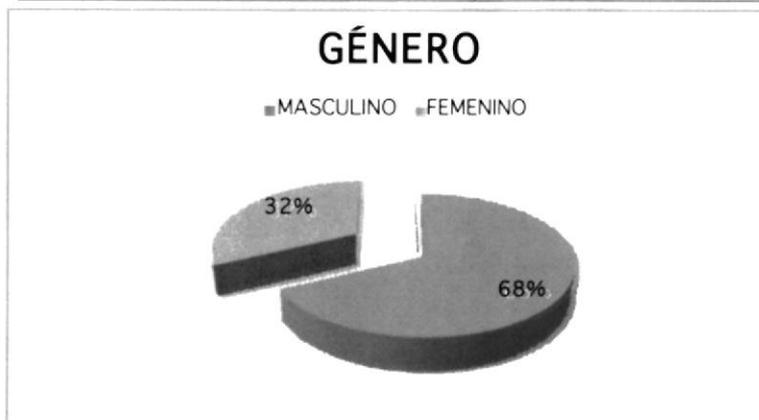
A continuación se detallan las preguntas utilizadas para cada encuesta con sus respectivos resultados:

EDAD	
11 - 14 AÑOS	30
15 - 16 AÑOS	45
17 - 19 AÑOS	24



El 46% de los estudiantes encuestados están entre los 15 – 16 años, el 30% están entre los 11 – 14 años y el 24% entre 17 – 19 años.

GÉNERO	
MASCULINO	67
FEMENINO	32

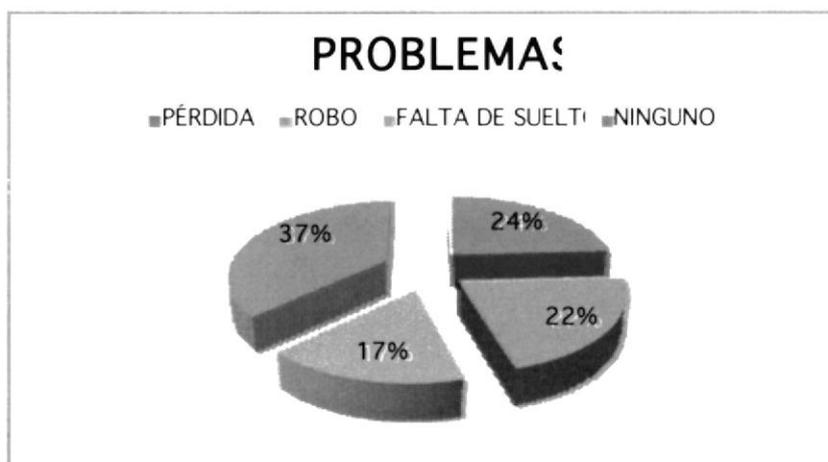


El 68% de los estudiantes encuestados es de género masculino, mientras que el 32% pertenece al género femenino.



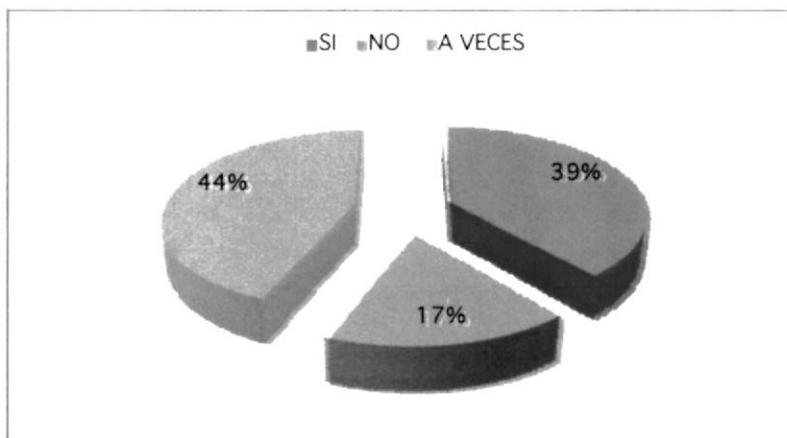
BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

¿CUANDO TIENE EFECTIVO EN SU BOLSILLO, ¿QUÉ TIPO DE PROBLEMAS TIENE DENTRO DE SU COLEGIO?	
PÉRDIDA	28
ROBO	25
FALTA DE SUELTO	20
NINGUNO	43



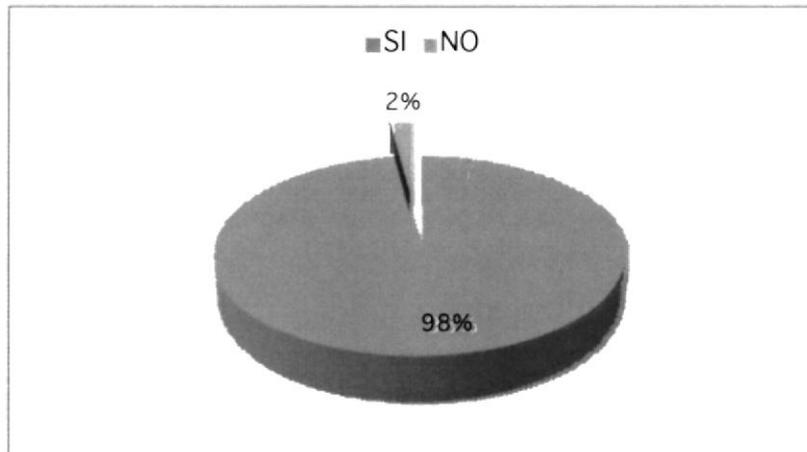
Entre los principales problemas que tienen los estudiantes al momento de cargar efectivo dentro del plantel están que el 24% tiene pérdida del efectivo, el 22% sufre de robo, el 17% no constan con el sueldo suficiente y el 37% dijo no tener ningún tipo de problema. Por lo que al utilizar nuestro servicio los estudiantes ya no tendrían estos problemas pues solo utilizarían el carné.

¿NORMALMENTE CUANDO TIENE UN GASTO ACADÉMICO COMO : DERECHOS DE EXÁMENES, COMPRA DE ALGÚN MATERIAL DIDÁCTICO URGENTE, ETC... ¿TIENE EL EFECTIVO SUFICIENTE PARA SOLVENTAR ESTE GASTO?	
SI	39
NO	17
A VECES	44



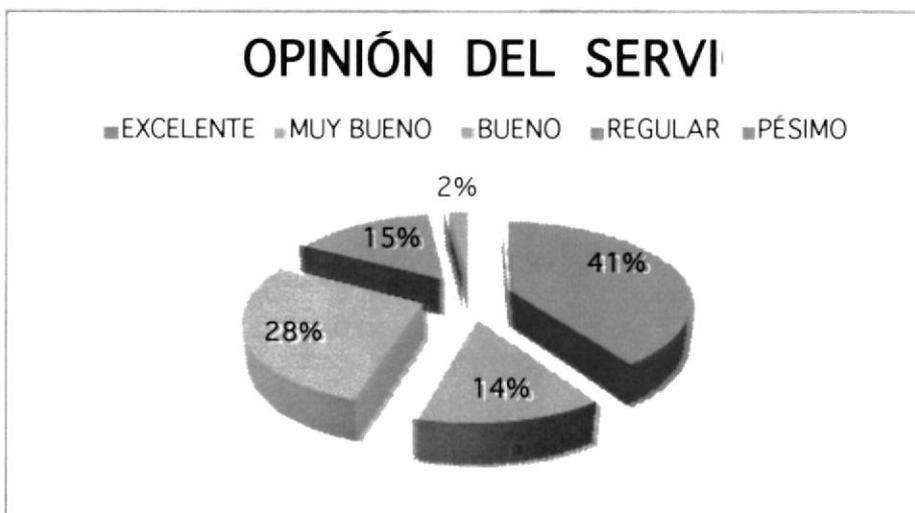
El 39% de los estudiantes dijo si tener efectivo suficiente para solventar sus gastos dentro del plantel, el 17% dijo no tener efectivo suficiente y el 44% que solo contaban con el efectivo a veces. Por lo que con la utilización del SIPE siempre podrán solventar sus gastos y tener saldo disponible a la mano.

¿EL PLANTEL EDUCATIVO EN EL QUE UD ESTUDIA UTILIZA UN CARNÉ ?	
SI	97
NO	2



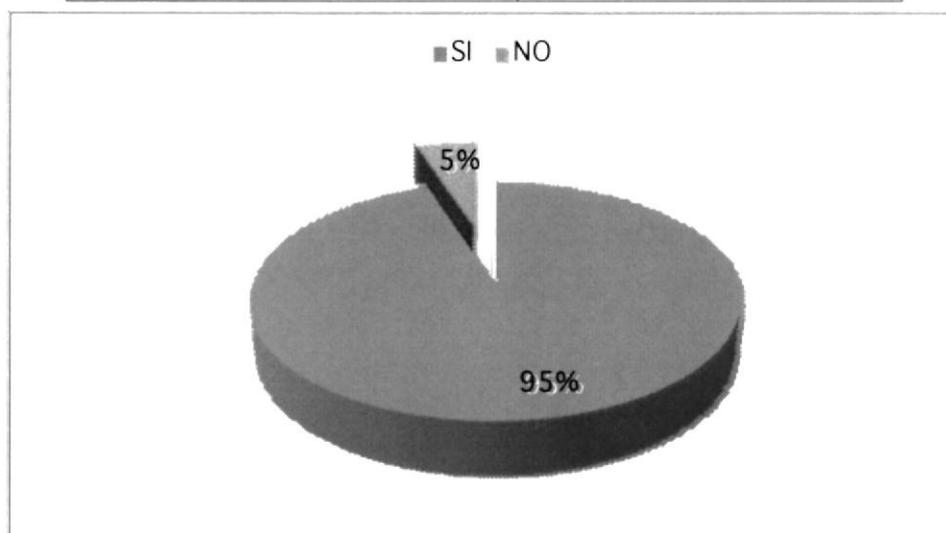
El 98% de los estudiantes dijo que la institución educativa en la que estudian sí consta con un carné como medio de identificación, mientras que el 2% dijo no tener. Lo cual nos demuestra que la mayoría de los colegios particulares y sus estudiantes están familiarizados con el uso del carné, lo que facilitaría la utilización del servicio.

¿CÓMO CALIFICARÍA UD. UN SERVICIO COMO EL MODELO DE NEGOCIO DESCRITO?	
EXCELENTE	40
MUY BUENO	14
BUENO	28
REGULAR	15
PÉSIMO	2



El 41% de los encuestados calificó de manera excelente el servicio, 14% de muy bueno, 28% de bueno, 15% de regular y el 2% de pésimo. Como se puede observar el 83% de los estudiantes opinan favorablemente del servicio, por lo que de implementarse, el SIPE con seguridad tendrá una gran acogida y aceptación por parte de los estudiantes.

¿ESTARÍA DE ACUERDO QUE ESTE SERVICIO SE IMPLEMENTE EN SU COLEGIO?	
SI	94
NO	5



Una vez descrito el servicio y teniendo conocimiento de todos los beneficios y facilidades que les brindaría la utilización del mismo, el 95% de los estudiantes encuestados están de acuerdo con la implementación del SIPE dentro de sus planteles y un 5% dijo no estar de acuerdo.

1.7. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

La competencia que existe para este servicio la denominamos como indirecta, ya que existen otras empresas que se dedican a la elaboración y diseño de credenciales para instituciones educativas o de otra índole que normalmente sirven como medio de identificación, pero no ofrecen el servicio del SIPE.

Entre sus fortalezas se destaca que lleva mucho tiempo en el mercado ofreciendo el servicio de Diseño gráfico y de impresión digital en general, obteniendo el reconocimiento y la confianza de los clientes. El precio por el servicio que ofrece es accesible para planteles fiscales y particulares.

A continuación presentamos un rango de valor del precio en el que estas empresas se mantienen:

- **Por 1.500 tarjetas impresas full color anverso y reverso negro, codificada la banda: \$2,65+IVA (precio unitario)**

El segmento al cual están dirigidos son: Empresas publicitarias, establecimientos educativos y asociaciones.

En los últimos años han surgido muchas empresas que ofrecen servicios de impresión de tarjetas en PVC, pero siendo muy pocas de éstas las que se han convertido en marcas referentes dentro del mercado nacional.

1.7.1. VENTAJAS EN RELACIÓN A LA COMPETENCIA

- Nuestro servicio inteligente de pago estudiantil compite con estas empresas ofreciendo un servicio complementario incorporando una banda magnética en la tarjeta con información y registro del saldo y de todas las transacciones económicas que los estudiantes realizan dentro de la institución educativa.
- Esto hará posible que especialmente los padres de familia y/o representantes legales tengan el control y la tranquilidad de conocer mediante un sistema muy organizado y detallado el efectivo que les entregan a sus hijos.
- Dentro del mercado académico no se encuentra un servicio con las características que nuestro servicio ofrece.
- El alumno podrá cubrir sus necesidades académicas y personales.
- La optimización del sistema de control de adquisiciones e inventarios y facturación.

1.8. ANÁLISIS DEL MERCADO GLOBAL

Como mercado global tenemos las siguientes ciudades ya que es donde mayormente se encuentran los colegios particulares de clase media alta del país, según información obtenida en la página Web de la Guía Telefónica del Ecuador y un estudio estadístico realizado por el Diario "El Comercio de Quito" en el que analiza el crecimiento de los colegios particulares en el país, tal como especifica el siguiente cuadro:

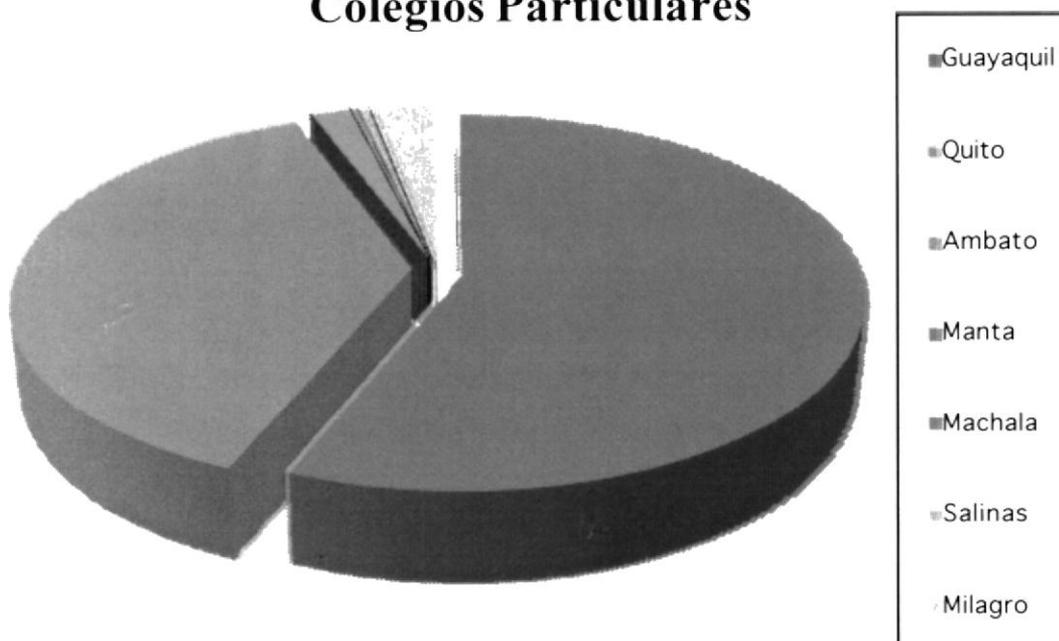
COLEGIOS PARTICULARES

CIUDADES	CANTIDAD
GUAYAQUIL	415
QUITO	281
MILAGRO	22
AMBATO	14
SALINAS	4
MANTA	1
MACHALA	1

Fuente: www.guiatelefonica.com.ec
Fuente: Diario "El Comercio", Quito

Año: 2009
Año: 2007

Colegios Particulares



Fuente: www.guiatelefonica.com.ec
Fuente: Diario "El Comercio", Quito

Año: 2009
Año: 2007

El primer año de labores se comenzará a exponer y ofrecer nuestro servicio en los colegios particulares de clase media alta, tanto en la ciudad de Guayaquil como en Quito ya que en estas ciudades es donde se encuentran mayormente nuestros potenciales clientes.

Los datos estimados para los próximos años con respecto a la expansión del servicio en las demás ciudades quedarían de la siguiente manera:

AÑOS	CIUDADES
1	GUAYAQUIL, QUITO
2	GUAYAQUIL, QUITO
3	GUAYAQUIL, QUITO
4	GUAYAQUIL, QUITO, AMBATO
5	GUAYAQUIL, AMBATO
6	GUAYAQUIL, SALINAS, AMBATO
7	MILAGRO
8	MILAGRO, MANTA, MACHALA



BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

1.9. PLAN DE MERCADO

1.9.1. ESTRATEGIA DE PRECIO

1.9.1.1. LA COMPETENCIA

La competencia denominada indirecta, ofrece un servicio de diseño e impresión de las tarjetas credicard, como ya mencionamos anteriormente, estos vendrían hacer nuestros proveedores directos. De igual manera mencionamos a los responsables de proporcionarnos los equipos lectores para estas tarjetas como nuestro siguiente grupo proveedor.

Mediante una investigación de precios a través cotizaciones de los materiales y equipos necesarios para implementar nuestro servicio, obtuvimos los siguientes rangos de precios:

- Por las tarjetas impresas full color anverso y reverso negro codificada la banda: **\$2,20 incluido IVA. (P/U).**
- Por los lectores de banda magnética de marca Dynapos: **\$69.55 incluido IVA (P/U).**
- Por las terminales tontas o computadoras con el fin de realizar la transacción a través de la tarjeta credicard: **\$280 incluido IVA (P/U).**

1.9.1.2. PRECIO

El precio previsto de nuestro servicio se basa en beneficios nunca antes ofrecidos por ninguna empresa de artes graficas del país en el mercado académico. Dentro de su desarrollo e implementación, hemos creado dos tipos de paquetes comerciales para la satisfacción de nuestros futuros clientes.



SIPE PRO (Sistema Inteligente de Pago Estudiantil, versión profesional).○ **Incluye:**

- *Impresión y personalización de credenciales estudiantiles.*
- *Sistema de facturación, recarga y control de saldo.*
- *WebSite de Consulta de saldo.*
- *Modulo de Inventario de control de adquisición de productos para los colegios.*

SIPE BASICO (Sistema Inteligente de Pago Estudiantil, versión básico).○ **Incluye:**

- *Impresión y personalización de credenciales estudiantiles.*
- *Sistema de facturación, recarga y control de saldo.*
- *WebSite de Consulta de saldo.*

Esta amplitud de opciones le permitirá al cliente acceder a nuestro servicio y aprovechar aquellos recursos de control que en su institución ya existan. De ser requerido nuestro servicio sin el Modulo de Inventario, su precio seria menor, y su funcionamiento igual de optimo, garantizando ambas paquetes como un servicio de alta calidad.

Al momento de ofrecer el servicio también podremos enfatizar las siguientes características del mismo:

- Como un nuevo servicio de innovación tecnológica para instituciones académicas privadas, el aprovechar un recurso existente como lo es la banda magnética y darle una aplicabilidad útil como un medio para el consumo.
- La automatización del proceso de pago estudiantil, ya sea para los gastos personales, pagos académicos. Es decir: Bares, derechos de exámenes, uniformes, material didáctico, etc.

- La optimización de un sistema de facturización y control de inventario, que le permitirá a la institución mejorar el control de adquisición de productos que se requieran en base a la demanda estudiantil.
- La ayuda que tendrán las instituciones educativas al mejorar su imagen, status y acogida estudiantil, ya que se mostrarán como entidades que se mantienen a la vanguardia con tecnología de punta e innovaciones a nivel educativo.

1.9.2. PLANIFICACIÓN DE VENTAS

Entre las estrategias específicas que se tendrán para lograr los volúmenes de ventas deseados serían:

- Visitar las instituciones educativas particulares, para de esta manera poder ofrecerles el servicio de una manera más directa y formal. Este método es conocido como sistema de venta ONE-TO-ONE.
- Por medios de ferias y exposiciones tecnológicas como las de EXPOPLAZA, a la que, normalmente, acude la comunidad estudiantil.
- Establecer convenios con la Fundación Municipal Transporte Masivo Urbano de Guayaquil, "METROVIA", para que de esta manera, los estudiantes puedan utilizar su carné como medio de pago para el uso de este servicio de transporte público.
- PRENSA ESCRITA.

Entre nuestros clientes iniciales, tendremos los diez primeros colegios de las dos ciudades principales del Ecuador, Guayaquil y Quito, de las cuales se obtuvieron la mayor cantidad de aceptación de nuestro servicio según las encuestas.

Las personas que recibirán nuestro mayor esfuerzo de venta serán los directores, rectores, administradores encargados o los propios dueños de los planteles educativos,

las cuales son las personas idóneas para ofrecer, negociar y que estarían dispuestos a pagar por nuestro servicio.

A continuación presentamos un cuadro de planificación y crecimiento de ventas, en relación a la cantidad de colegios seleccionados en base a los resultados de las encuestas realizadas.

AÑOS	CIUDADES	CANTIDAD	
		PERIODO COSTA	PERIODO SIERRA
1	GUAYAQUIL, QUITO	5	5
2	GUAYAQUIL, QUITO	6	6
3	GUAYAQUIL, QUITO	7	7
4	GUAYAQUIL, QUITO, AMBATO	8	8
5	GUAYAQUIL, AMBATO	9	9

Un estudio del crecimiento de las instituciones particulares en el mercado académico ecuatoriano realizado por El Diario “El Comercio”, Quito; en Octubre 30 del 2007, y datos referenciales a proyectos estadísticos de esta misma índole realizados por la ESPOL, Guayaquil; se determinó que desde el año 1997 se registraron 1,213 instituciones privadas y en el 2005 subieron a 2,257 en la ciudad de Quito. Al año siguiente aumentaron 197 más. Quito y Guayaquil son las ciudades donde la educación privada registra mayor crecimiento. El Puerto incluso dobla el número de planteles particulares con relación a los públicos. Es decir que tanto en la ciudad de Quito como en Guayaquil existe un incremento anual de entidades particulares del 8.7%

Estos parámetros nos permiten establecer un seguro crecimiento de nuestro mercado global basándonos en la segmentación realizada para determinar un mercado potencial más específico y más reducido.

1.9.3. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Inicialmente, nuestro servicio no tendría en si, estrategias de promoción, ya que en las encuestas realizadas, los padres de familia, están de acuerdo con los precios expuestos que se encuentran entre \$10 a \$30, y que no tendrán ningún problema ya que el valor a cancelar sería anualmente.

Si hubiera alguna estrategia de promoción, esta se aplicaría directamente a los colegios con los padres de familia en base a las políticas internas que ellos manejen, en todo caso estas quedarían a consideración de cada institución.

Un ejemplo:

- *Se podría dar un descuento en el pago del carné a estudiantes que tengan uno más hermanos menores dentro de la misma institución.*

1.9.4. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Como una estrategia de distribución contaríamos con el personal de nuestros proveedores que directamente podrían instalar los equipos con los que vamos a trabajar para, posteriormente, implementar nuestro servicio dentro de los colegios.

1.9.5. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Suponiendo que tuviéramos una institución educativa particular como cliente, con un aproximado de 1.500 alumnos en los que tuviéramos 4 puntos de transacción (*donde van los lectores*) y las terminales tontas, incluyendo el sitio establecido para la matriz del sistema, damos a conocer las siguientes opciones de producto para casos que a continuación mencionaremos:

Dentro de los costos de producción estarán los costos de distribución e instalación de los implementos necesarios para el sistema y su aplicación.

A continuación presentamos un cuadro de valores estimados en costos. Cabe recalcar que la cantidad de los implementos como lo son los carnés, los lectores y las terminales tontas, varían según la demanda de cada institución,

DESCRIPCIÓN	Cant.	Costo U.	Total
Credencial	1.500	\$ 2,20	\$ 3.300
Lector de Banda Magnética	4	\$ 69,55	\$ 278,2
Terminal Tonta	4	\$ 280,00	\$ 1.120
Total			\$ 4.698,20

(Ver Anexo 4 – Presupuesto Anual de Gastos – Costos de Producción)

1.9.6. POLÍTICAS DE SERVICIOS

Entre las políticas de servicios que podríamos ofrecer están:

- La capacitación del personal a manejar todo el sistema en general.
- Un año de garantía en soporte y mantenimiento.
- Los clientes podrán contactarnos vía telefónica y mail.
- Políticas de cobro 50% de entrada y los otros 50% contra entrega.



Durante el primer año de gestión no nos veremos en la necesidad de contratar personal externo para la venta de nuestro servicio ya que esta función se la realizara por nuestra parte. A partir del año 1, por motivos de expansión de nuestro mercado, se contratará personal de venta capacitado que, gestionará como vendedores *Freelance* y de manera directa con los clientes establecidos en la planificación del área definida presentada anteriormente.

A partir del segundo año, las instituciones que ya cuenten con nuestro servicio, contarán con la reimpresión y actualización de las credenciales estudiantiles, actualización de los estados de cuenta, mantenimiento del sistema y soporte técnico de los equipos, como parte del mantenimiento del SIPE. (Ver Anexo 6 – Ingresos Anuales por Mantenimiento).

1.9.7. PLAN DE CONTINGENCIA

En caso de no tener éxito como empresa independiente podremos seguir utilizando la razón social y comercial de nuestra compañía para desempeñarnos dentro de la industria gráfica como una entidad que brinda servicios de diseño gráfico y comunicación visual corporativa, Diseño Web y aplicaciones con base de datos.

1.10. ANÁLISIS TÉCNICO

1.10.1. ANÁLISIS DEL SERVICIO

Dentro de la descripción general a continuación detallamos los aspectos que involucran la elaboración e implementación de nuestro servicio:

1.10.1.1. ESPECIFICACIONES DEL SERVICIO

Consiste en la utilización de un sistema de pago que implementa de manera electrónica un carné, el cual brindará al estudiante de cualquier institución académica particular, una forma más óptima y eficaz de poder cubrir todos sus gastos ya sean por compras, pagos académicos, etc., mediante la utilización de un saldo únicamente dentro del plantel educativo que lo utilice.

Este saldo será depositado en efectivo por el representante del alumno, ya sea de manera semanal, quincenal o mensual, en la institución educativa o en una cuenta bancaria. El monto del saldo depositado quedaría a consideración de cada representante, el cual a su vez sería acreditado al carnet estudiantil para la disponible utilización por parte de su representado.

Este sistema también constará de un módulo de adquisiciones y control de inventario, facturación, recarga y control de saldo, que permitirá a la institución educativa establecer un mayor control de los suministros que requieren los estudiantes en base a su demanda, para de esta manera, no tener gastos innecesarios en las adquisiciones que hiciera la institución.

Contará también con un Portal Web, en el cual se podrán realizar consultas de todos los movimientos realizados con el carnet por parte del alumno, para que de esta manera llevar un mejor control de todos los gastos necesarios que realice su representado. Esta información también la podrá dar el plantel.

1.10.1.2. Materia Prima Básica

- Carné con banda magnética.
- Lector de banda magnética.
- Terminales Tontas.
- Módulo de Inventario, Control de Adquisiciones y Facturación.
- Website de Consulta.



1.10.1.3. EQUIPOS Y SISTEMAS

- **Carné con banda magnética.**

Es el producto más importante de nuestro servicio. El carne esta formado de un material plástico de 1 mm. de grosor conocido como “CREDICARD” e incorpora una banda magnética en su parte posterior. Tanto en la parte anterior como posterior contara con la impresión del diseño del carné estudiantil de la institución académica a la que pertenezca y su función principal es permitir la compra de cualquier material académico o producto que se venda internamente mediante el pago utilizando un saldo acreditado previamente.

- **Lector de banda magnética.**

Es un dispositivo electrónico que realiza la lectura de datos contenidos en el carné utilizando un software que permite la transacción de la compra. Este proceso se ejecuta cuando el estudiante desliza su tarjeta en el dispositivo lector.

- **Terminales Tontas.**

Son piezas de hardware especializadas que estarán distribuidas a través de líneas de conexión en serie. Son llamadas “tontas” porque solo tienen poder computacional suficiente para desplegar, enviar y recibir información. Sus

capacidades se limitan al módulo de adquisiciones, inventario y facturación.

- **Módulo Inventario, Control de Adquisiciones y Facturización.**

Es un software sencillo desarrollado para controlar las transacciones de compra, venta y facturación de productos, a su vez registra el saldo del consumidor y su saldo disponible. Este proceso permite establecer un inventario y establecer rangos de adquisición de productos más preciso en relación a su demanda disminuyendo así los gastos de compra de productos o suministros que no se venden en igual volumen que otros.

- **Website de consulta.**

Es un portal Web desarrollado para los padres o representantes de los estudiantes en el que podrán realizar consultas del saldo y los productos consumidos por el estudiante. Cada uno de ellos contará con un usuario y una clave única manteniendo la confidencialidad de los datos.

1.10.2. DESCRIPCIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA.

Nuestra empresa es una estructura física de una área de 15 x 18 m² dentro de un edificio al cual se le cancelará un valor de arriendo mensual. Se encuentra físicamente constituida en el Sector Norte de la ciudad en el Km. 2.5 de la a Vía a Daule. Elegimos este sector porque la mayoría de nuestros clientes potenciales se encuentran en la zona norte de la ciudad e inclusive en la vías de sectores rurales como lo son: La vía a Salinas y La vía Samborondóm.

De igual manera la ubicación de nuestra empresa permite tener cerca de nuestros proveedores y distribuidores ya que sus oficinas se encuentran en la zona industrial de Guayaquil disminuyendo la distancia recorrida y mejorando los tiempos de entrega.

1.10.3. SERVICIOS Y TRANSPORTACIÓN

Nuestra instalación contará con servicios básicos tales como: Agua potable, luz eléctrica, servicio telefónico e Internet.

La transportación del personal está inicialmente cubierta ya que cada persona de nuestra compañía cuenta con un transporte propio, así como la transportación de los equipos necesarios para la implementación del sistema, estará cubierta por nuestros proveedores quienes son las personas encargadas de la instalación de los suministros adquiridos.

1.10.4. CRONOGRAMA DE TRABAJO

(Ver Anexo 3 – Cronograma de Trabajo).





BIBLIOTECA
CAMPUS
PERAS



CAPÍTULO 2
ANÁLISIS ADMINISTRATIVO,
LEGAL Y SOCIAL

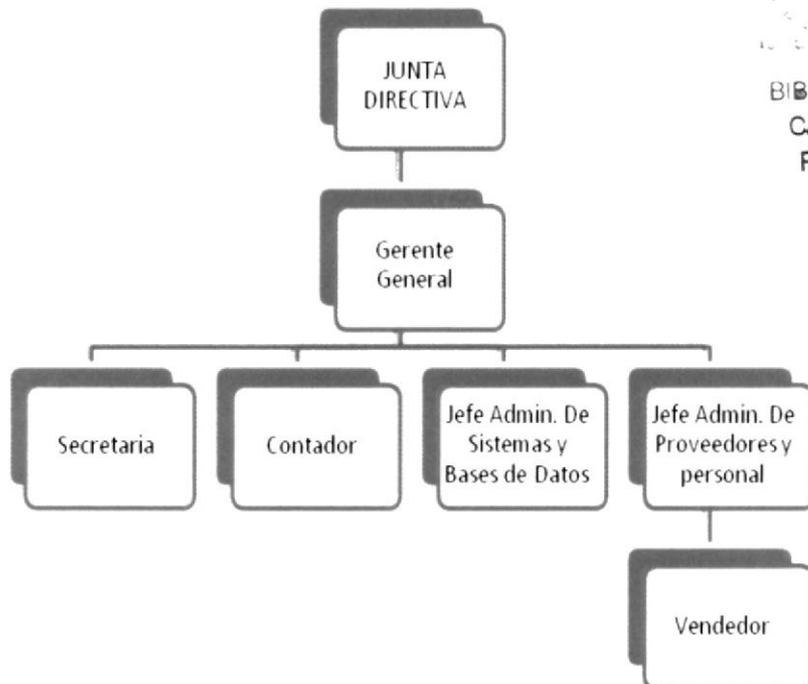
2. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

GYGACORP Cía. Ltda. Se constituirá bajo el régimen de sociedad de responsabilidad limitada. Esta sociedad estará conformada por tres socios gestores, José Luis Terreros Bueno, Luis Sanaicela Cruz y Eduardo Andrade Barchi, los cuales aportarán en iguales proporciones el capital inicial. Durante el resto del año 2009, los socios gestores captarán los recursos necesarios para dar arranque al proyecto, con el fin de iniciar operaciones en marzo del 2010.

Los tres socios conformarán la Junta Directiva, y se apoyarán en la parte financiera con la ayuda de un contador profesional que será contratado por honorarios y que realizará un seguimiento de las finanzas de la empresa una vez por semestre.

La política de distribución de utilidades se hará en base al porcentaje de participación del capital inicial y se pagará inmediatamente transcurrido el primer año de operación.

2.1. LA COMPAÑÍA



A continuación se detalla el organigrama:

José Luis Terreros Bueno, Diseñador Gráfico y Publicitario, será el Gerente General que representará principalmente a la empresa en todos los trámites y aspectos legales. También estará encargado de la parte del Diseño de los carnés, Estrategias de Mercado y Promoción del Servicio.

Luis Sanaicela Cruz, Analista de Sistemas, será el encargado de la Implementación, Mantenimiento de los sistemas y Administración de BD del Servicio para cada uno de nuestros clientes.

Eduardo Andrade Barchi, Diseñador Gráfico, estará encargado del diseño y levantamiento de información de la página Web de consultas para padres de familias, administración de proveedores, y subcontrataciones de personal que pueda requerir la empresa a futuro.

La secretaria, la cual cumplirá su rol de recepcionista a tiempo completo con funciones como: envío y recepción de documentos, operadora telefónica, actualización de la contabilidad y supervisión al vendedor.

El vendedor freelance, trabajará por temporadas en los meses previstos para el inicio de las clases y se encargará de vender el servicio a los colegios.

2.1.1. CONDICIONES DE TRABAJO

GYGACORP Cía. Ltda. cree firmemente que a las empresas las rigen las ideas pero las construyen las personas, en este sentido consideramos de vital importancia que nuestra organización se fundamente en:

- La selección y la incorporación de los mejores profesionales en cada posición deberán ser los mejores, los más competentes y competitivos de su área.

- Todas las posiciones de la empresa y muy especialmente aquellas que están en directo contacto con nuestros clientes, son muy importantes. Por esta razón se tendrá especial cuidado en no subestimar ningún proceso de selección e incorporación.
- La empresa será dirigida bajo criterios de liderazgo, modernidad, respeto, espíritu de equipo, fidelidad y competencia interna.
- Toda la actividad de las personas que conformarán la empresa sin excepción, deberán estar orientadas a (1) resultados, (2) el servicio al cliente, (3) calidad integral.

2.1.2. CONDICIONES REMUNERATIVAS

- Todos los colaboradores de la empresa, en especial el equipo directivo deben tener la oportunidad de obtener módicas remuneraciones vinculadas a sus resultados y/o a los propios resultados de la empresa.
- La empresa no hará compensaciones de ningún otro tipo que las obligatorias por ley.

2.1.3. ORGANIZACIONES DE APOYO

Para GYGACORP Cía. Ltda. es muy importante contar con el apoyo de una compañía Aseguradora (**Rocafuerte Seguros**) por si algún empleado a futuro tendría un accidente mientras este labora, un seguro que cubra a la empresa contra robo, inundación, terremotos, daños, incendio, etc. Junto a esta compañía es indispensable adquirir una cuenta corriente en un banco que nos brinde seguridad y apoyo financiero. Además de acuerdo a como se lleven a cabo los pagos de clientes, posiblemente se requerirá de una entidad financiera para dichos pagos.

2.2. ANÁLISIS LEGAL

GYGACORP Cía. Ltda. será una compañía limitada legalmente constituida, adscrita a la Superintendencia de Compañías, y sujeta a las leyes tributarias impuestas para toda sociedad jurídica, logrando de esta forma proteger el patrimonio y la inversión realizada.

GYGACORP Cía. Ltda. tendrá su propio número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) y los impuestos que debe tomar en cuenta son:

- Impuesto a la renta: Este será calculado y pagado de acuerdo a las leyes tributarias vigentes.
- Impuesto al Valor Agregado (IVA): Cuando el monto a pagar es mayor a \$200.00 se debe incluir este valor.
- Facturación: Para fines de cumplimiento con las leyes tributarias, la empresa contará con facturas que cumpla los requisitos que determina el Sistema de Rentas Internas.

Entre los principales permisos que tiene que afrontar un negocio de esta naturaleza tenemos:

- Permiso de funcionamiento: La Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil es la encargada de proporcionar el permiso respectivo.
- Permiso de bomberos: Se lo obtiene a través del Cuerpo de Bomberos, y es importante poseerlo para cumplir con todas las normas de seguridad.



2.3. ANÁLISIS SOCIAL

La empresa privada es hoy en día un sistema social con un gran impacto sobre las personas que la componen. Estas personas tienen una influencia recíproca en la sociedad en que participan. Debe por lo tanto preocuparnos no sólo cómo se producen y distribuyen los servicios, sino también el tipo de publicidad que se utiliza.

2.3.1. SERVICIOS ADICIONALES A LA COMUNIDAD

La empresa aporta muchos valores sociales, entre los que se destacan:

- Individualismo.
- Libertad para emprender algo sin temor.
- Cumplimiento de los acuerdos
- Correcta administración de los aspectos financieros.
- Competencia por servir mejor y a menor costo.
- Asociación voluntaria.

Debido a estos valores sociales, sumado a la calidad en el servicio, priorizando el respeto y la excelente atención a los clientes, existen muchas probabilidades de apoyo de la comunidad hacia la gestión de la empresa





BIBLIOTECA
CAMPUS
PERAS

CAPÍTULO 3
ANÁLISIS ECONÓMICO

3. ANÁLISIS ECONÓMICO

Este análisis abarca los cinco años de duración del proyecto, para el cual se ha tomado en cuenta los siguientes presupuestos:

3.1. PARAMETROS

Estos datos representan los valores estatales económicos, relación al crecimiento y decrecimiento, del mercado ecuatoriano.

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inflación	3%	3%	5%	5%	5%
Descuentos sobre Ventas					
Incremento en la producción					
Índice de Incremento de precios	1,03	1,03	1,05	1,05	1,05
Impuestos	25%	25%	25%	25%	25%
Participación de Trabajadores	15%	15%	15%	15%	15%

3.2. INVERSIÓN

Al estudiar los diferentes aspectos del proyecto, se puede obtener información sobre las características y el valor monetario de los distintos rubros que constituyen la inversión. El objetivo es ordenarlos sistemáticamente para obtener el valor de la cuantía total de la inversión. Las inversiones para este proyecto se clasifican de la siguiente manera:

3.2.1. INVERSIONES DEPRECIABLES, constituidas por muebles y equipos de oficina. Es importante resaltar que la empresa empezaría con una oficina en la ciudad de Guayaquil. Con un monto total de la inversión para Muebles y Equipos de Oficina se ha estimado un valor de \$5.064, tal como se describe en el siguiente cuadro:

MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA				
CANT.		DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
3	unid	Escritorio Tipo Ejecutivo	\$ 400	\$ 1.200
1	unid	Escritorio Tipo Secretaria	\$ 300	\$ 300
4	unid	Silla Tipo Ejecutivo	\$ 80	\$ 320
1	unid	Silla Tipo Secretaria	\$ 70	\$ 70
1	unid	Mesa Grande para Sala de reuniones	\$ 120	\$ 120
5	unid	Silla para Sala de reuniones	\$ 30	\$ 150
1	unid	Sofá Sala de Espera	\$ 200	\$ 200
1	unid	Aire Acondicionado	\$ 300	\$ 300
3	unid	Portátiles HP 12 pulg.	\$ 500	\$ 1.500
1	unid	PC escritorio Intel Core 2 Duo, 2,5Ghz	\$ 400	\$ 400
4	unid	Teléfono	\$ 15	\$ 60
3	unid	Archivador 4 gavetas	\$ 60	\$ 180
2	unid	Persianas	\$ 20	\$ 40
1	unid	Reloj de Pared	\$ 10	\$ 10
1	unid	Pizarra Acrilica para reuniones	\$ 40	\$ 40
1	unid	Dispensador	\$ 50	\$ 50
4	unid	Cestos de Basura	\$ 6	\$ 24
1	unid	Extintor de Incendios (10 libras)	\$ 40	\$ 40
		Varios útiles de oficina	\$ 60	\$ 60
TOTAL			\$ 5.064	

3.2.2. INVERSIONES AMORTIZABLES, constituidas por el Software del Servicio, Gastos de Constitución, Campaña Publicitaria Inicial y Capital de Trabajo.

Se ha estimado un monto de inversión por el Software del Servicio de \$5.000, Gastos de Constitución de \$700, por Campaña Publicitaria Inicial de \$1.000 y de Capital de Trabajo de \$10.694,04. Los cuales se detallan en los siguientes cuadros.

SOFTWARE DEL SERVICIO	
DESCRIPCIÓN	TOTAL
Desarrollo Software del SIPE	\$ 5.000
TOTAL	\$ 5.000

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DESCRIPCIÓN	TOTAL
Constitución de la Compañía	\$ 300
Permisos y Contratos	\$ 400
TOTAL	\$ 700

CAMPAÑA PUBLICITARIA INICIAL			
DESCRIPCIÓN	MESES	VALOR	TOTAL
Campaña publicitaria (Prensa escrita)	1	\$ 800	\$ 800
Campaña publicitaria (Prensa hablada)	1	\$ 200	\$ 200
		TOTAL	\$ 1.000

Para el cálculo del capital de trabajo cabe mencionar que se ha considerado cubrir con los seis primeros meses de costos fijos e incluso una parte de los costos variables como son los gastos de distribución, debido a que durante el primer semestre del año no se contara con el dinero suficiente para solventar los mismos, ya que según la política de cobro se tendría en marzo una entrada de 50% del precio del servicio al inicio con lo que no alcanzaríamos a cubrir estos gastos, y el otro 50% se lo hará en agosto en la entrega definitiva del servicio, una vez transcurrido el primer semestre de labores, para el mes de agosto, recién contaríamos con el dinero suficiente que nos pagarían en su totalidad las instituciones en las cuales se haya implementado el SIPE, dinero con el cual se podrá solventar los gastos de los meses siguientes

A continuación se detalla todos los costos a cubrir:

COSTOS VARIABLES

1	mes	Gastos de Distribución (Viáticos)	\$ 50	\$ 50
---	-----	--	-------	-------

COSTOS FIJOS

1	mes	Suministros de Oficina (Hojas, Clips, etc.)	\$ 30	\$ 30
---	-----	--	-------	-------

LISTADO DE PERSONAL				
CANT	PAGO	DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
1	mes	Gerente General	\$ 450	\$ 450
1	mes	Jefe. Administración de Sistemas y BD	\$ 350	\$ 350
1	mes	Jefe. Administración de Proveedores y Personal	\$ 350	\$ 350
1	mes	Secretaria - recepcionista	\$ 180	\$ 180
			TOTAL	\$ 1.330

LISTADO DE SERVICIOS				
CANT	PAGO	DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
1	mes	Energía Eléctrica	\$ 40	\$ 40
1	mes	Agua Potable	\$ 30	\$ 30
1	mes	Teléfono	\$ 20	\$ 20
1	mes	Internet. - TELMEX - BANDA ANCHA 1Mg	\$ 49	\$ 49
1	Mes	Alquiler de Oficina	\$ 150	\$ 150
			TOTAL	\$ 289
12	mes	Seguro (Rocafuerte Seguros)	\$ 16,67	\$ 200,04

PUBLICIDAD				
CANT	PAGO	DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
1	mes	Exposición Expoplaza (Alquiler de Estand)	\$ 10	\$ 10
1	mes	Publicidad (Prensa Escrita)	\$ 40	\$ 40
TOTAL			\$ 50,00	

El cálculo del capital de trabajo se lo detalla en el siguiente cuadro:

6 MESES DE GASTOS DE DISTRIBUCIÓN	\$ 300
6 MESES DE SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 180
6 MESES DE SUELDO	\$ 7.980
6 MESES DE SERVICIOS	\$ 1.734
1 AÑO DE SEGUROS	\$ 200,04
6 MESES DE PUBLICIDAD	\$ 300
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 10.694,04

Haciendo un resumen total de todas las inversiones y los montos asociados a cada uno de los mismos podemos indicar que la cantidad total requerida como inversión inicial es de \$ 22.458,04 dólares.

INVERSIONES DEPRECIABLES	MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA	\$ 5.064
INVERSIONES AMORTIZABLES	SOFTWARE DEL SERVICIO	\$ 5.000
	GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 700
	CAMPAÑA PUBLICITARIA INICIAL	\$ 1.000
	CAPITAL DE TRABAJO	\$ 10.694,04
INVERSIÓN INICIAL		\$ 22.458,04



BIBLIOTECA
CAMPUS
PEÑAS

3.3. FINANCIACIÓN DEL PROYECTO

3.3.1. APOORTE SOCIOS

Para el desarrollo del proyecto se hace necesario conocer de qué forma será financiado. Para esto se debe llevar a cabo un estudio que permita establecer de donde vendrán los recursos que se necesitarán para la inversión.

Las fuentes de financiación del proyecto o de GYGACORP Cía. Ltda., se basan específicamente, en los aportes de los socios y un préstamo bancario. Estos aportes se harán de la siguiente manera teniendo un total de \$15.000 dólares, lo cual cubrirá una parte de la inversión inicial:

- El señor José Luis Terreros contribuirá con \$5.000 dólares.
- El señor Luis Sanaicela Cruz contribuirá con \$5.000 dólares.
- El señor Eduardo Andrade contribuirá con \$5000 dólares.

3.3.2. PRESTAMOS BANCARIOS

Una vez realizada una investigación por varias entidades financieras y sus alternativas de crédito, se optó por solicitar un préstamo al Banco del Pacífico, el cual detallamos a continuación:

CREDITO DE CONSUMO – BANCO DEL PACÍFICO

Beneficios

- *Montos y plazos de acuerdo a tus necesidades.*
- *Tasas competitivas con el mercado.*
- *Agilidad en la aprobación.*

Requisitos

- *Ser cliente del Banco.*
- *Llenar solicitud de crédito.*
- *No estar reportado en la Central de Riesgos.*
- *De acuerdo al monto presentar garantías reales.*



El préstamo bancario se realizaría con las siguientes condiciones:

BANCO DEL PACÍFICO	
CREDITO DE CONSUMO	
MONTO SOLICITADO	\$ 8.000
TASA EFECTIVA ANUAL	14 %
TOTAL A PAGAR	\$ 9.218,47
PLAZO (Meses)	24
PAGO MENSUAL	\$ 384,10

Para un total de \$8000 que será financiado a través del préstamo bancario anteriormente mencionado, sumado a este los \$15000 dólares que serán aportados por los socios, lo que da como resultado \$23000 dólares necesarios para la ejecución del presente proyecto.

A continuación presentamos con más detalle el cuadro de amortización del préstamo bancario. (*Ver Anexo 2. Amortizaciones del Préstamo Bancario*).

Esta forma de financiación permite realizar una valorización de costos que permite la puesta en marcha del proyecto, con la que se llega a la conclusión de que los socios poseen el capital necesario para tal fin.

3.4. GASTOS

Para un mejor estudio del proyecto, se ha dividido el presupuesto anual de gastos en dos rubros, Costos Variables y Costos Fijos los cuales contemplan los siguientes gastos:

3.4.1. COSTOS VARIABLES:

Presupuesto Costos de Producción, Presupuesto Gastos de Distribución

3.4.2. COSTOS FIJOS:

Suministros de Oficina, Presupuesto de Personal, Presupuesto Gastos Generales, Presupuesto de Seguro, Gastos de Publicidad

En los costos de producción, todos los materiales que se utilizan para la implementación del SIPE, se los ha cuantificado en base a la información obtenida por medio de encuestas realizadas a los colegios particulares de clase media alta, de esta manera para una sola institución y así sucesivamente para los siguientes años de labores en base al número de colegios planificados.

(Ver Anexo 7. Planificación de la Venta del Servicio).

Se promedian los siguientes valores:

DESCRIPCIÓN	PROM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
# Estudiantes / Credenciales	1500	15000	18000	21000	24000	27000
# Lectores de Banda Magnética	4	40	48	56	64	72
# Terminales Tontas	4	40	48	56	64	72

Los gastos de distribución se refieren en parte a la movilización de los equipos, software y personal en los colegios para la implementación del servicio, también abarca la movilización en general del personal de la empresa e incluso para los vendedores en los meses de venta del servicio, por lo cual se acumula mensualmente un fondo descrito como viáticos, el cual será utilizado al momento de presentarse la necesidad. De la misma manera se maneja los gastos por publicidad.

Es de indicar que los vendedores dentro del presupuesto de personal constan como personal externo (Freelance), los cuales trabajarán a partir del segundo año de labores, solo los meses especificados para la venta tal como lo detalla el cronograma de trabajo de GYGACORP Cía. Ltda.

(Ver Anexo 3. Cronograma de Trabajo).

El cuadro de gastos elaborado dentro de los cinco primeros años de labores de la empresa presenta con más detalle toda esta información.

(Ver Anexo 4. Presupuesto Anual de Gastos).



3.5. PRESUPUESTO DE INGRESOS

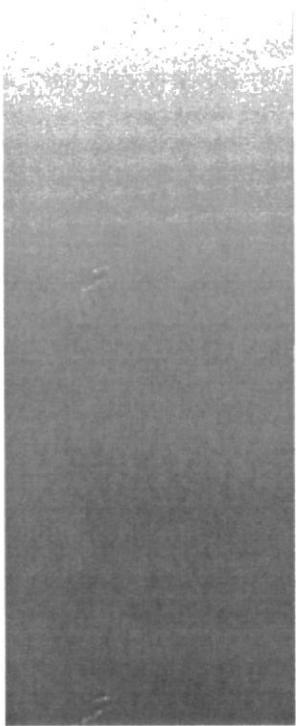
En conjunto con la planificación de ventas, detallamos el presupuesto que corresponden a los ingresos aproximados para los cinco primeros años laborales. Se determino las cantidades de los paquetes de productos a ofrecer y el crecimiento de su venta en base a las encuestas y al estudio de crecimiento presentado en el Análisis de Mercado.

(Ver Anexo 5. Presupuesto de Ingresos).

3.6. ESTADO DE RESULTADOS

(Ver Anexo 8. Estado de Resultados).





ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

BIBLIOTECA
CAMPUS
PERAS



ANEXOS

ANEXO 1. DISEÑO DE LAS ENCUESTAS

ENCUESTA DIRIGIDA A PADRES DE FAMILIA DE UN DETERMINADO STATUS SOCIAL.

SISTEMA INTELIGENTE DE PAGO ESTUDIANTIL (S I P E)

Descripción: Es un nuevo sistema de pago que consiste en el que un estudiante podrá utilizar su carné estudiantil como una tarjeta de crédito para realizar compras y pagos académicos dentro de su plantel.

1. ¿Cómo calificaría UD. un servicio como el hace un momento descrito?

Excelente Muy Bueno Bueno
Regular Pésimo

2. Defina el Género al que pertenece.

Masculino Femenino

3. Defina el rango de edad en el que se encuentra

25-35 años 36-40 años 41-50 años
51-60 años 61-70 años

4. ¿Es UD. padre de familiar?

Si No

5. ¿Tiene hijos estudiando a nivel secundario?

Si No

6. ¿En que tipo de establecimiento académico estudian?

Particular Fiscal

7. ¿Qué tipo de dificultad tiene con sus hijos al momento de brindarles efectivo diariamente?

- Falta de tiempo
 Mucho trabajo
 Falta de efectivo inmediato
 Otros motivos

8. ¿Le gustaría llevar un control organizado por periodo con respecto al efectivo diario que le entrega a su representado?

Si No

9. ¿Cual es el valor que estaría UD. dispuesto a cancelar un valor por un servicio como el descrito a lo largo de esta encuesta?

- \$10 - \$15
 \$25 - \$30
 \$35 - \$50

ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES DE COLEGIOS PARTICULARES DE CLASE MEDIA ALTA

SISTEMA INTELIGENTE DE PAGO ESTUDIANTIL
(S. I. P. E.)

Descripción: Es un nuevo sistema de pago que consiste en que un estudiante podrá utilizar su carné estudiantil como una tarjeta de crédito para realizar compras y pagos académicos dentro de su plantel.

1. Defina el rango de la edad en la que se encuentra.

 11 – 15 años 17 – 19 años 14 – 16 años 20 – 21 años

2. Defina el género al que pertenece.

 Masculino Femenino

3. Cuando tiene efectivo en su bolsillo, ¿Qué tipo de problemas tiene dentro de su colegio?

 Perdida Robo Falta de suelto

Otro problema: _____

 Ninguno

4. Normalmente cuando tiene un gasto académico como: Derechos de exámenes, compra de algún material didáctico urgente, etc. ¿Tiene el efectivo suficiente para solventar este gasto.?

Si

No

A veces

5. ¿El plantel educativo en el que UD estudia utiliza un carné?

 Si

No

6. ¿Cómo calificaría UD. un servicio como el modelo de negocio descrito?

Excelente

Muy Bueno

Bueno

Regular

Pésimo

7. ¿Estaría de acuerdo que este servicio se implemente en su colegio?

 Si

No



BIBLIOTECA
CAMPUS
PERAS

ANEXO 2. AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO BANCARIO

MONTO SOLICITADO:	\$ 8,000.00
TOTAL A PAGAR:	\$ 9,218.47
TASA EFECTIVA ANUAL:	14.00 %
TASA EFECTIVA + SEGUROS, ANUAL:	14.00 %

BIBLIOTECA
CAMPUS
PENA

PERIODOS	CAPITAL PAGADO (\$)	PAGO DE INTERESES (\$)	CUOTA MENSUAL (\$)	SALDO DEL MONTO (\$)
1	290.77	93.33	384.10	7,709.23
2	294.16	89.94	384.10	7,415.07
3	297.59	86.51	384.10	7,117.47
4	301.07	83.04	384.10	6,816.41
5	304.58	79.52	384.10	6,511.83
6	308.13	75.97	384.10	6,203.70
7	311.73	72.38	384.10	5,891.97
8	315.36	68.74	384.10	5,576.61
9	319.04	65.06	384.10	5,257.57
10	322.76	61.34	384.10	4,934.80
11	326.53	57.57	384.10	4,608.27
12	330.34	53.76	384.10	4,277.93
13	334.19	49.91	384.10	3,943.74
14	338.09	46.01	384.10	3,605.64
15	342.04	42.07	384.10	3,263.61
16	346.03	38.08	384.10	2,917.58
17	350.06	34.04	384.10	2,567.51
18	354.15	29.95	384.10	2,213.37
19	358.28	25.82	384.10	1,855.09
20	362.46	21.64	384.10	1,492.62
21	366.69	17.41	384.10	1,125.94
22	370.97	13.14	384.10	754.97
23	375.30	8.81	384.10	379.67
24	379.67	4.43	384.10	0.00
TOTALES =>	\$7,999.99	\$1,218.47	\$9,218.40	

NOTAS ACLARATORIAS:

Total a pagar: Valores que paga el cliente por conceptos de: Monto solicitado + Valores por tasa de interés + Seguros obligatorios.

Capital pagado o amortización de capital: Parte del préstamo o crédito ya pagado del monto solicitado.

Pago de intereses: Intereses cobrados sobre el monto solicitado.

Cuota mensual: Valor que periódicamente se cancela por un préstamo solicitado y que comprende el capital, intereses y seguros.

Saldo del Monto: Saldo resultante del monto solicitado menos el capital pagado.

ANEXO 3. CRONOGRAMA DE TRABAJO

A continuación el cronograma de trabajo a implementarse a partir del Año 1

Quito 2011		Guayaqui 1 2010						Quito 2010			
ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.
<p>En estos dos meses mantendremos una observación y soporte constante del funcionamiento y ejecución del servicio con la finalidad de resolver cualquier imprevisto.</p>		<p>Desarrollo de venta.</p>	<p>Desarrollo de venta</p>	<p>Elaboración y producción de camés estudiantiles</p>	<p>Pruebas de Ejecución.</p>	<p>En estos dos mantendremos una observación y soporte constante del funcionamiento y ejecución del servicio con la finalidad de resolver cualquier imprevisto.</p>		<p>Desarrollo de venta.</p>	<p>Desarrollo de ventas</p>	<p>Elaboración y producción de camés estudiantiles</p>	<p>Pruebas de Ejecución.</p>
			<p>Venta Realizada. Implementación del Servicio.</p>	<p>Implementación de equipos y software en el colegio</p>	<p>Corrección de posibles problemas</p>				<p>Venta Realizada. Implementación del Servicio.</p>	<p>Implementación de equipos y software en el colegio</p>	<p>Corrección de posibles problemas</p>
			<p>Recopilación de datos estudiantiles</p>	<p>Recopilación y digitalización de datos para modulo de inventario</p>	<p>Corrección de posibles problemas</p>				<p>Recopilación de datos estudiantiles</p>	<p>Recopilación y digitalización de datos para modulo de inventario</p>	<p>Corrección de posibles problemas</p>

ANEXO 5. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Presupuesto Costos de Producción

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5			
	Cant	Costo	Total	Cant	Costo	Total	Cant	Costo	Total	Cant	Costo	Total	Cant	Costo	Total	
Credencial	15 000	220	33 000,00	18 000	227	40 788,00			49 965,30	24 000	2,50	59 958,36	27 000	2,62	70 825,61	
Ledor de Banda Magnética	40	69,55	2 782,00	48	71,64	3 438,55		56	75,22	4 212,23	64	78,98	5 054,67	72	82,93	5 970,83
Terminal Tonta	40	280,00	11 200,00	48	288,40	13 843,20		56	302,82	16 957,92	64	317,96	20 349,50	72	333,86	24 037,85
Total Mensual			3 915,17	18 096		4 839,15		21 112		5 927,95	24 128		7 113,54	27 144		8 402,87
TOTAL ANUAL	0		46 982	18 096		58 069,75		21 112		71 135,45	24 128		85 362,54	27 144		100 834,49

Presupuesto Gastos de Distribución

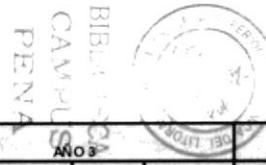
DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
		Total								
Viajos		50,00		60,00		70,00		80,00		100,00
Total Mensual		50,00		60,00		70,00		80,00		100,00
TOTAL ANUAL		600,00		720,00		840,00		960,00		1 200,00

Suministros de Oficina

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
		Total								
Varios Suministros de Oficina (Hojas, dips, etc)		30,00		45,00		60,00		75,00		85,00
Total Mensual	0	30,00	0	45,00	0	60,00	0	75,00	0	85,00
TOTAL ANUAL	0	360,00	0	540,00	0	720,00	0	900,00	0	1 020,00

Presupuesto de Personal

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cant	Sueldo	Total												



DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cant.	Sueldo	Total	Cant.	Sueldo	Total	Cant.	Sueldo	Total	Cant.	Sueldo	Total	Cant.	Sueldo	Total
Gerente General	1	450.00	450.00	1	463.50	463.50	1	486.68	486.68	1	511.01	511.01	1	536.56	536.56
Jefe Administración de Sistemas BD	1	350.00	350.00	1	360.50	360.50	1	378.53	378.53	1	397.45	397.45	1	417.32	417.32
Personal	1	350.00	350.00	1	360.50	360.50	1	378.53	378.53	1	397.45	397.45	1	417.32	417.32
Secretar	1	180.00	180.00	1	185.40	185.40	1	194.67	194.67	1	204.40	204.40	1	214.62	214.62
Vendedor	4	1,330.00	1,330.00	5	1,500.00	1,500.00	6	1,575.00	1,575.00	2	165.38	330.75	3	173.64	520.93
Total Mensual	4	1,330.00	1,330.00	5	1,419.90	1,419.90	6	1,543.40	1,543.40	6	1,620.56	1,620.56	7	1,759.47	1,759.47
TOTAL ANUAL	4	15,960.00	15,960.00	5	17,038.80	17,038.80	6	18,520.7	18,520.7	6	19,446.7	19,446.7	7	211,888	211,888

Presupuesto de Personal

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cant.	Sueldo	Total												
Energía Elctra		40.00	40.00		60.00	60.00		80.00	80.00		100.00	100.00		120.00	120.00
Agu a Potabl		30.00	30.00		40.00	40.00		50.00	50.00		60.00	60.00		70.00	70.00
Teléfonos		20.00	20.00		30.00	30.00		40.00	40.00		50.00	50.00		60.00	60.00
Internet - TELMEX - BANDA ANCHA		49.00	49.00		64.00	64.00		79.00	79.00		94.00	94.00		109.00	109.00
Mg		150.00	150.00		180.00	180.00		200.00	200.00		230.00	230.00		250.00	250.00
Total Mensual		289.00	289.00		374.00	374.00		449.00	449.00		534.00	534.00		609.00	609.00
TOTAL ANUAL		3,468.00	3,468.00		4,488.00	4,488.00		5,388.00	5,388.00		6,408.00	6,408.00		7,308.00	7,308.00

Presupuesto Gastos Generales



Presupuesto de Seguro

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Meses	Total								
Seguro Anual (Rocafuerte Seguros)		16,67		16,67		16,67		16,67		16,67
Total Mensual		16,67		16,67		16,67		16,67		16,67
TOTAL ANUAL		200,04		200,04		200,04		200,04		200,04

Gastos de publicidad

...

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	Meses	Total	Meses	Total	Meses	Total	Meses	Total	Meses	Total
Exposición Explotaza (Aquiler de Esand)		10,00		15,00		20,00		25,00		30,00
Publicidad (Prensa Escrita)		40,00		50,00		60,00		70,00		80,00
Total mensual		50,00		65,00		80,00		95,00		110,00
TOTAL ANUAL		600,00		780,00		960,00		1.140,00		1.320,00

Total Presupuesto Mensual	5.680,84	6.819,72	8.147,02	9.534,78	11.083,02
----------------------------------	----------	----------	----------	----------	-----------

Total Presupuesto Anual	68.170,04	81.836,59	97.764,23	114.417,35	132.606,23
--------------------------------	-----------	-----------	-----------	------------	------------

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo Variable Mensual	3.965,17	4.899,15	5.997,95	7.193,54	8.502,87
Costo Variable Anual	47.582,00	58.789,75	71.975,45	86.322,54	102.034,49
Costo Variable Unitario	4.758	4.899,15	5.141,10	5.395,16	5.669,58
Total Costos Fijos Mensuales	1.715,67	1.920,57	2.149,07	2.341,23	2.580,14
Total Costos Fijos Anuales	20.588,04	23.046,84	25.788,78	28.094,88	30.961,73

ANEXO 5. PRESUPUESTO DE INGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cant Colegios	P.V.P.	Total	Cant	P.V.P.	Total	Cant	P.V.P.	Total	Cant	P.V.P.	Total	Cant	P.V.P.	Total
SIPE (Sistema Inteligente de Pago Estudiantil) sin modulo de inventario	5	13.000	65.000	6	13.000	78.000	7	13.650	95.550	8	13.650	109.200	9	13.650	122.850
SIPE (Sistema Inteligente de Pago Estudiantil) con modulo de inventario	5	14.000	70.000	6	14.000	84.000	7	14.700	102.900	8	14.700	117.600	9	14.700	132.300
Mantenimiento de Credenciales				10	4.095	40.950	12	3.930	47.160	14	3.750	52.500	16	3.570	57.120
							10	3.930	39.300	12	3.750	45.000	14	3.570	49.980
										10	3.750	37.500	12	3.570	42.840
													10	3.570	36.700
PRODUCCIÓN ANUAL	10	135.000		10	202.950		10	284.910		10	361.800		10	440.790	
Precio de Venta Unitario		13.500			20.295			28.491			36.180			44.079	
Índice de incremento de precios		1,03			1,03			1,05			1,05			1,05	

ANEXO 6. INGRESOS ANUALES POR MANTENIMIENTO

DESCRIPCIÓN	AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cant.	Valor	Total	Cant.	Valor	Total	Cant.	Valor	Total	Cant.	Valor	Total
Precio Credenciales (SIPE)	1.500	5,00	7.500,00	1.500	5,00	7.500,00	1.500	5,00	7.500,00	1.500	5,00	7.500,00
(-) Costo Impresión Credencial	1.500	2,27	3.405,00	1.500	2,38	3.570,00	1.500	2,50	3.750,00	1.500	2,62	3.930,00
Ingreso por Mantenimiento (1 Colegio)			4.095,00			3.930,00			3.750,00			3.570,00
Ingreso por Mantenimiento (10 Colegios)			40.950,00			39.300,00			37.500,00			35.700,00
Ingreso por Mantenimiento (12 Colegios)						47.160,00			45.000,00			42.840,00
Ingreso por Mantenimiento (14 Colegios)									52.500,00			49.980,00
Ingreso por Mantenimiento (16 Colegios)												57.120,00
TOTAL INGRESOS MANTENIMIENTO			40.950,00			86.460,00			135.000,00			185.640,00

ANEXO 7. PLANIFICACIÓN DE LA VENTA DEL SERVICIO

AÑO	CIUDADES	COLEGIOS PARTICULARES		VENTA ANUAL
		PERIODO COSTA MARZO - AGOSTO	PERIODO SIERRA SEPTIEMBRE - FEBRERO	
1	GUAYAQUIL - QUITO	5	5	10
2	GUAYAQUIL - QUITO	6	6	12
3	GUAYAQUIL - QUITO	7	7	14
4	GUAYAQUIL - QUITO - AMBATO	8	8	16
5	GUAYAQUIL - AMBATO	9	9	18
6	GUAYAQUIL - SALINAS - AMBATO			
7	MILAGRO			
8	MILAGRO - MANTA - MACHALA			
			TOTAL	70

BIB. IECM
CAMPUS
PENNA



ANEXO 8. ESTADO DE RESULTADOS

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Brutas		135.000	202.950	284.910	361.800	440.790
Ventas Netas		135.000	202.950	284.910	361.800	440.790
- Costos de Produccion		46.982	58.070	62.030	63.030	61.030
UTILIDAD BRUTA	0,00	88.018	144.880	222.880	298.770	379.760
Gastos						
Presupuesto de Personal	0,00	15.960	17.039	14.269	15.822	17.393
Gastos Generales	0,00	3.468	4.488	6.020	7.320	8.620
Gastos de Distribución	0,00	600	720	2.280	5.640	9.360
Gastos de Publicidad	0,00	600	780	10.395	17.500	18.375
Suministros de Oficina	0,00	360	540	960	900	1.020
Presupuesto de Seguro	0,00	200	200	720	200	200
Total Gastos	0,00	21.188	23.027	32.964	46.282	53.748
UTILIDAD NETA		66.830	121.853	189.916	252.488	326.012
Margen de Utilidad Bruto		65,20%	71,39%	78,23%	82,58%	86,15%
Margen de Utilidad Neto		49,50%	60,04%	66,66%	69,79%	73,96%