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

Jorge Andrés Calderón
Pedro Andrés Cedeño
Director: Leonardo Estrada

GLOBAL
ENGLISH
GROUP

Investigación de Mercado

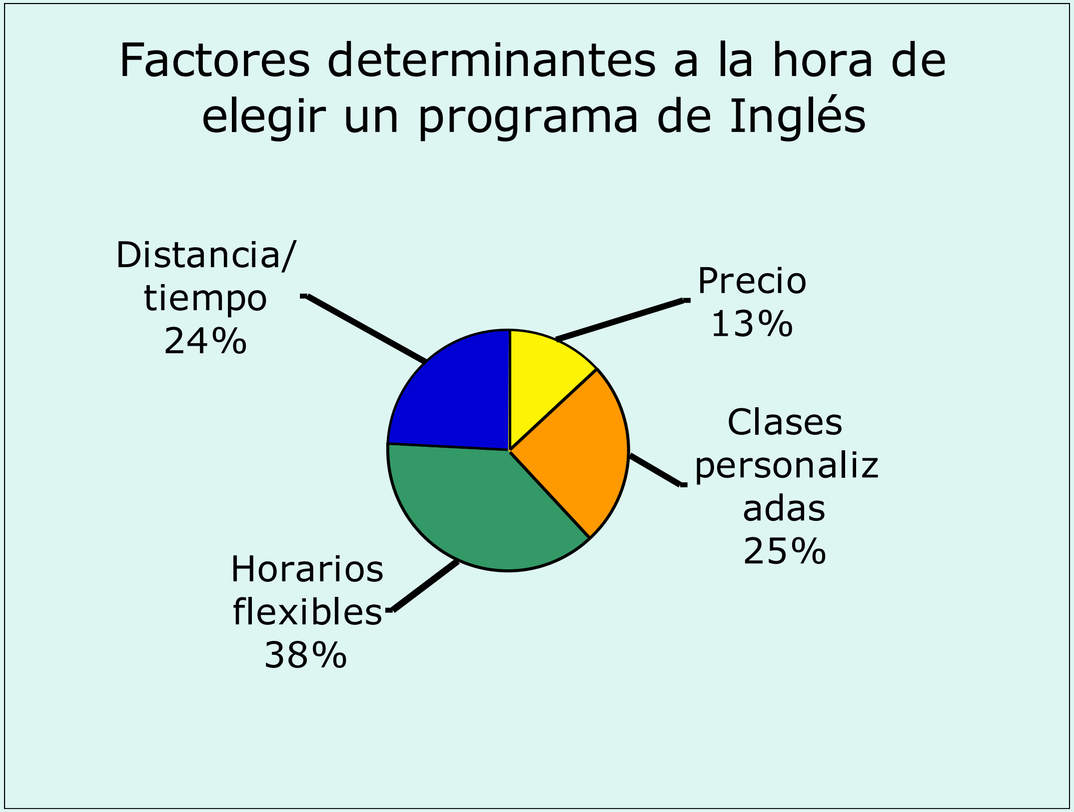
- Planteamiento del problema
- Descripción del perfil del estudiante del idioma.
- Población y muestra
- Encuesta

Resultados

Su trabajo demanda dominio del idioma inglˇs	
si	85.00%
no	15.00%

Auto-Calificaci—n de dominio del idioma inglˇs	
No requiere mejorar	5.00%
Requiere pr‡ctica	25.00%
Nivel medio	55.00%
Nivel cero	15.00%

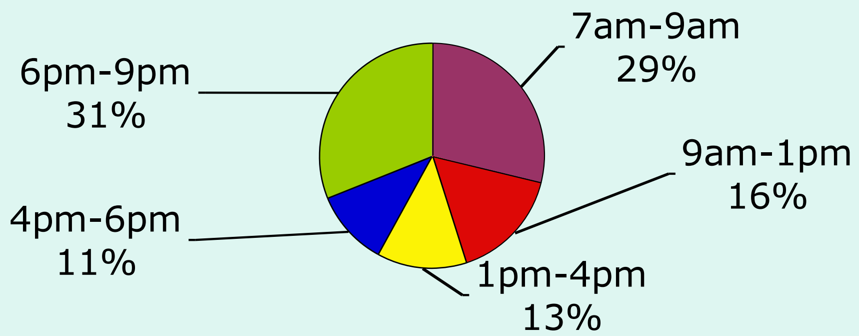
Resultados



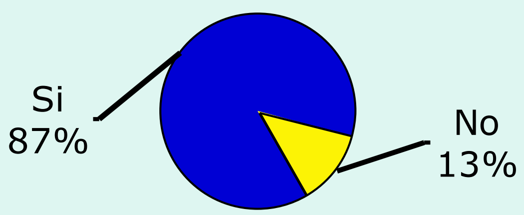
Factores determinantes a la hora de elegir un programa de Inglés
Distancia/ tiempo 24%
Precio 13%
Clases personaliz adas 25%
Horarios flexibles 38%

Resultados

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



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



- Análisis de la competencia
  - competencia directa
  - competencia indirecta
- Estrategia de Posicionamiento
  - entender al relacionar
  - mejores que la competencia

Marketing Mix

- Producto/servicio

Servicio Personalizado Oficial

Video Conferencia

Horarios

- Promoción

Lanzamiento

Marketing Directo

Publicidad

- Precio

$2500

- Plaza

Oficinas Adm.

Centro de .Op

Estudio Técnico

Análisis FODA

Evaluación Interna	Evaluación Externa
FORTALEZAS • Horarios flexibles. • Programación de Horarios. • Video conferencia. • Clases personalizadas.	**OPRTUNIDADES** • Creciente demanda. • Auge de uso de internet. • Alianzas estratégicas. • Expansión a otros Mercados. • Mayor Eficiencia Operativa por Reestructuración de Costos.
DEBILIDADES • Posicionamiento. • Curva de aprendizaje óptimo. • Precio del programa. • Congestionamiento en horarios pico.	**AMENAZAS** • Centros posicionados implementen el servicio. • Entorno politico y econónico.

Estudio Técnico

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

ESTUDIO FINANCIERO

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

Inversión Inicial

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

Ingresos

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

Gastos

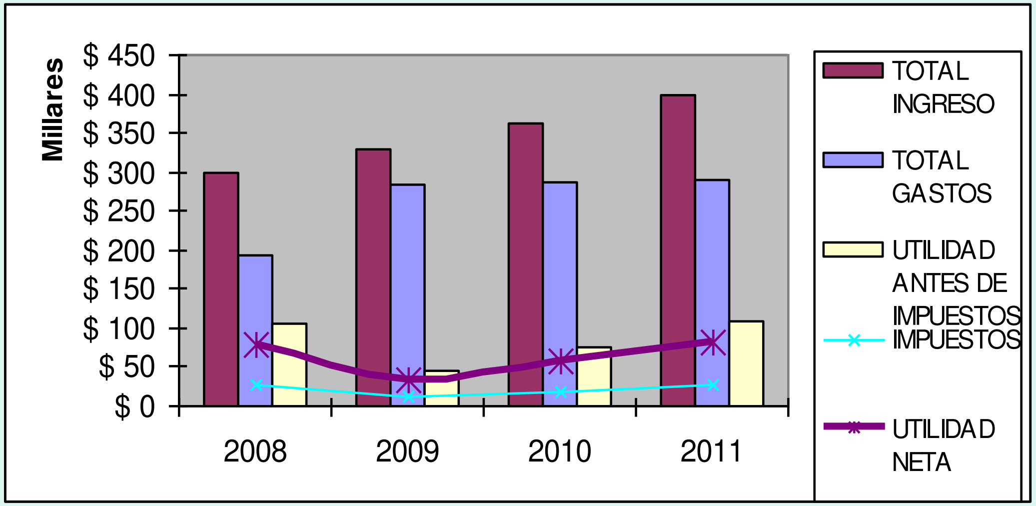
Comisión por ventas	10 % por programa
Costo hora profesor	$ 4 hora profesor
Sueldos administrativos y personal	$ 3,027
Alquiler local (de operaciones)	$ 500
Servicios (Básicos y Contratados)	$ 1,240
Publicidad	$ 1,000

Demanda Proyectada

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

Perdidas y Ganancias

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



Evaluación Económica y Financiera

Tasa de descuento (TMAR)

$$CAPM = Rf + \beta\ (Rm - Rf) + \text{Prima Riesgo País}$$

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

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

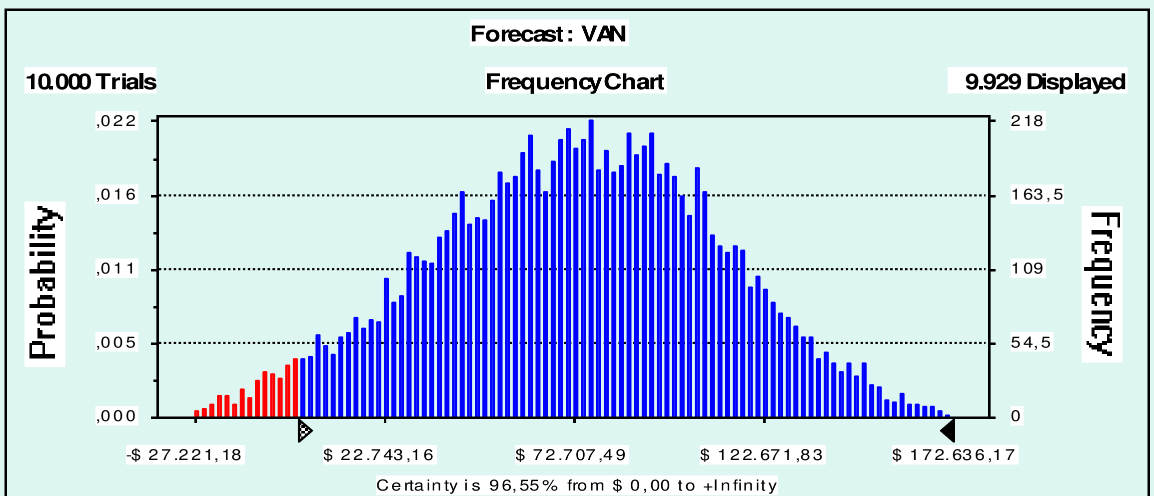
Variables consideradas para la sensibilidad del proyecto

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

Análisis de Sensibilidad

(En miles)							
	´- INVERSION	´+ EBIT	´- IMPUESTOS 25%	´+ DEPRECIACION	´+ VALOR RESIDUAL	FLUJO LIBRE DE CAJA	Acumulacion de flujos
AÑO 0	64					-64	
1	46	102	26	5		36	-28
2		38	10	9		38	9
3		69	17	6		58	67
4		101	25	5	23	103	171

TIR	63%	
TMAR	17%	
VAN	75	
TRI	413	DIAS



Conclusiones

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

Recomendaciones

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

MUCHAS GRACIAS