

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL PERÚ

Estudio de Pre Factibilidad para la implementación de un Centro de Idiomas en la ciudad de Chincha Alta

Tesis para optar el Título de Ingeniero Industrial, que presenta el bachiller:

Flor de María Carolina Casas Ríos

ASESOR: **Miguel Mejía Puente**

Lima, mayo de 2013

Resumen

A través de los cinco capítulos, que se desarrollaron a lo largo del presente estudio de pre factibilidad, se demostró la viabilidad de implementar un Centro de Idiomas en la ciudad de Chincha Alta.

En el primer capítulo, el cual corresponde al Estudio Estratégico, se realizó un análisis tanto del macro como del micro entorno con respecto a la educación, para determinar así que la ciudad de Chincha Alta perteneciente a la Región de Ica, es una buena opción de mercado para implementar un Centro de Idiomas.

En el siguiente capítulo de Estudio de mercado, se realizó la evaluación y análisis en base a la encuesta realizada con lo cual se determinó el perfil del cliente, determinándose las características del público objetivo; una vez definido el público al cual se deseaba llegar se realizó el análisis de la oferta y demanda de la ciudad de Chincha Alta.

En el Estudio técnico, tercer capítulo de la tesis, se hizo un análisis para definir la posible ubicación del Centro de Idiomas, tomando en cuenta ciertos criterios, tales como tamaño del local, ubicación, etc., dando como resultado la ciudad de Chincha Alta; una vez definido el lugar, se determinaron las características del local además también de los materiales necesarios para implementarlo.

En el cuarto capítulo de Estudio Legal y Organizacional, se indicó toda la documentación que se debe de realizar para el establecimiento de un Centro de Idiomas en la ciudad de Chincha Alta, además se presentó la estructura de la organización, funciones principales y los aspectos laborales del personal.

Finalmente en el quinto capítulo, de Estudio Económico y Financiero, se determinó la cantidad de dinero a invertir tomando en cuanto el tipo de financiamiento. Además, se obtuvieron los costos, gastos e ingresos en los que se incurrirá, así como también los indicadores del proyecto, teniendo como resultado un VANE = S/.180,508 y una TIRE = 23.3% recuperándose la inversión el 2016, es decir al cuarto año de iniciado el proyecto, con lo cual se determinó la factibilidad del proyecto.

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| Introducción | 1 |
| Capítulo 1: Estudio Estratégico | 2 |
| 1.1 Análisis del Macro Entorno..... | 2 |
| 1.1.1 Factor Demográfico..... | 2 |
| 1.1.2 Factor Económico..... | 3 |
| 1.1.3 Factor Tecnológico..... | 4 |
| 1.1.4 Factor Legal..... | 4 |
| 1.1.5 Factor Cultural..... | 4 |
| 1.2 Análisis del Micro Entorno..... | 5 |
| 1.2.1 Amenaza de entrada de nuevos competidores..... | 5 |
| 1.2.2 Rivalidad entre los competidores..... | 5 |
| 1.2.3 Poder de negociación de los proveedores..... | 6 |
| 1.2.4 Poder de negociación de los compradores..... | 6 |
| 1.2.5 Amenaza de ingreso de producto sustituto..... | 6 |
| 1.3 Planeamiento Estratégico..... | 6 |
| 1.3.1 Visión..... | 6 |
| 1.3.2 Misión..... | 6 |
| 1.3.3 Análisis FODA..... | 7 |
| 1.3.4 Objetivos del Proyecto..... | 9 |
| Capítulo 2: Estudio de Mercado | 10 |
| 2.1 Mercado..... | 10 |
| 2.1.1 Perfil del Cliente..... | 10 |
| 2.1.2 Mercado Objetivo..... | 11 |
| 2.2 Producto..... | 22 |
| 2.3 Análisis de la demanda..... | 22 |
| 2.3.1 Demanda Histórica..... | 23 |
| 2.3.2 Proyección de la demanda..... | 26 |
| 2.4 Análisis de la Oferta..... | 26 |

| | | |
|--------------------|---|-----------|
| 2.4.1 | Análisis de la competencia | 26 |
| 2.4.2 | Proyección de la oferta | 27 |
| 2.5 | Demanda del proyecto..... | 29 |
| 2.5.1 | Demanda Insatisfecha | 29 |
| 2.5.2 | Demanda para el proyecto | 29 |
| 2.6 | Comercialización..... | 30 |
| 2.6.1 | Promoción y publicidad..... | 30 |
| 2.6.2 | Precios | 31 |
| Capítulo 3: | Estudio Técnico | 33 |
| 3.1 | Localización | 33 |
| 3.1.1 | Macro localización | 33 |
| 3.1.2 | Micro localización..... | 35 |
| 3.2 | Tamaño | 38 |
| 3.2.1 | Sector Educativo | 38 |
| 3.2.2 | Sector Administrativo y de Profesores | 40 |
| 3.2.3 | Sector de Esparcimiento..... | 40 |
| 3.2.4 | Área Total..... | 41 |
| 3.3 | Características Físicas | 41 |
| 3.3.1 | Infraestructura | 41 |
| 3.3.2 | Maquinaria y equipos..... | 47 |
| 3.4 | Producto de servicio | 49 |
| 3.4.1 | Solicitud de Información | 50 |
| 3.4.2 | Pago de Servicios | 54 |
| 3.5 | Requerimientos del proceso..... | 55 |
| 3.5.1 | Servicios..... | 55 |
| 3.5.2 | Insumos..... | 55 |
| 3.5.3 | Personal | 56 |
| CAPÍTULO 4: | Estudio Legal y Organizacional..... | 57 |
| 4.1 | Tipo de Sociedad | 57 |
| 4.2 | Afectación Tributaria..... | 57 |
| 4.2.1 | Impuesto General a las Ventas | 58 |

| | |
|--|-----------|
| 4.2.2 Otros Impuestos..... | 58 |
| 4.3 Normas Competentes..... | 58 |
| 4.3.1 Respecto a la Educación Técnico Productiva..... | 58 |
| 4.3.2 Respecto a la Clasificación | 58 |
| 4.4 Estructura Organizacional | 59 |
| 4.5 Funciones del Personal | 60 |
| 4.6 Requerimientos del personal..... | 60 |
| CAPÍTULO 5: Estudio Económico y Financiero | 61 |
| 5.1 Inversión del Proyecto | 61 |
| 5.1.1 Inversión en Activos Fijos Tangibles | 61 |
| 5.1.2 Inversión en Activos Fijos Intangibles | 64 |
| 5.1.3 Inversión en Capital de Trabajo..... | 65 |
| 5.1.4 Inversión Total | 65 |
| 5.2 Financiamiento del Proyecto | 66 |
| 5.2.1 Estructura de Capital | 66 |
| 5.2.2 Costo de Oportunidad de Capital | 67 |
| 5.3 Presupuestos | 67 |
| 5.3.1 Presupuesto de Ingreso..... | 68 |
| 5.3.2 Presupuesto de Costos | 68 |
| 5.3.3 Presupuesto de Gastos | 71 |
| 5.4 Estados Financieros | 72 |
| 5.4.1 Estado de Ganancias y Pérdidas | 72 |
| 5.4.2 Flujo de Caja Económico y Financiero..... | 74 |
| 5.5 Evaluación Económica y Financiera del Proyecto | 74 |
| 5.5.1 Valor Actual Neto (VAN)..... | 74 |
| 5.5.2 Tasa Interna de Retorno (TIR) | 75 |
| 5.5.3 Ratio de Beneficio Costo (B/C)..... | 75 |
| 5.5.4 Período de Recuperación | 75 |
| 5.6 Análisis de Sensibilidad | 75 |
| 5.6.1 Precios | 76 |
| 5.6.2 Demanda..... | 76 |
| CAPÍTULO 6: Conclusiones | 78 |
| Referencias Bibliográficas | 80 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|---|----|
| Cuadro N°1. Alumnos matriculados en Educación Superior No Universitaria Urbana a nivel nacional | 2 |
| Cuadro N°2. Alumnos matriculados en Educación Superior No Universitaria Urbana en la Región de Ica..... | 2 |
| Cuadro N°3. Puntuación según factor | 7 |
| Cuadro N°4. Matriz de Evaluación de Factores Internos | 7 |
| Cuadro N°5. Matriz de Evaluación de Factores Externos | 8 |
| Cuadro N°6. Matriz Interna – Externa..... | 8 |
| Cuadro N°7. Perfil del Cliente que asistiría al Centro de Idiomas..... | 11 |
| Cuadro N°8. Precios sugeridos para el costo del curso..... | 21 |
| Cuadro N°9. Estimación de la población en el período 1995 - 2000 | 23 |
| Cuadro N°10. Incremento de la población en el períodos de un año | 23 |
| Cuadro N°11. Tasas de crecimiento poblacional exponencial..... | 24 |
| Cuadro N°12. Población de la ciudad de Chincha Alta en el año 2007..... | 25 |
| Cuadro N°13. Población de la ciudad de Chincha Alta en el período 2008 - 2012 | 25 |
| Cuadro N°14. Demanda histórica de la ciudad de Chincha Alta (2007-2011)..... | 26 |
| Cuadro N°15. Demanda proyectada de la ciudad de Chincha Alta (2013 - 2017) | 26 |
| Cuadro N°16. Población proyectada de la ciudad de Chincha Alta (2013 - 2017)..... | 28 |
| Cuadro N°17. Oferta proyectada de la ciudad de Chincha Alta (2013 - 2017)..... | 28 |
| Cuadro N°18. Demanda insatisfecha de la ciudad de Chincha Alta (2013 - 2017)..... | 29 |
| Cuadro N°19. Demanda del proyecto de la ciudad de Chincha Alta (2013 - 2017) | 29 |
| Cuadro N°20. Detalle de Productos con logotipo del Centro de Idiomas | 30 |
| Cuadro N°21. Precios según frecuencias..... | 32 |
| Cuadro N°22. Ubicación de los principales distritos de Chincha | 35 |
| Cuadro N°23. Criterios de Microlocalización | 37 |
| Cuadro N°24. Escala de Calificaciones | 38 |
| Cuadro N°25. Evaluación de Microlocalización | 38 |
| Cuadro N°26. Área Sector Educativo | 40 |
| Cuadro N°27. Área Sector Administrativo y de Profesores..... | 40 |
| Cuadro N°28. Área Sector Esparcimiento | 41 |

| | |
|---|----|
| Cuadro N°29. Área Mínima Requerida | 41 |
| Cuadro N°30. Materiales requeridos en el Sector Educativo | 48 |
| Cuadro N°31. Materiales requeridos en el Área Administrativa | 49 |
| Cuadro N°32. Materiales requeridos en el Área de Alumnos | 49 |
| Cuadro N°33. Servicios requeridos para el Centro de Idiomas | 55 |
| Cuadro N°34. Insumos requeridos para el Centro de Idiomas | 56 |
| Cuadro N°35. Normas respecto a la Educación Técnico Productiva..... | 58 |
| Cuadro N°36. Normas respecto a la Clasificación | 58 |
| Cuadro N°37. Funciones del personal | 60 |
| Cuadro N°38. Requerimientos del personal | 60 |
| Cuadro N°39. Inversión en Terreno | 61 |
| Cuadro N°40. Inversión en Edificios | 61 |
| Cuadro N°41. Inversión en Maquinaria y Equipos..... | 62 |
| Cuadro N°42. Inversión en Equipos de Oficina | 62 |
| Cuadro N°43. Inversión en Muebles y Enseres..... | 63 |
| Cuadro N°44. Inversión en Activos Fijos Tangibles | 63 |
| Cuadro N°45. Inversión en Trámites de Constitución | 64 |
| Cuadro N°46. Inversión en Instalación de Servicios | 64 |
| Cuadro N°47. Resumen de Inversión en Activos Fijos Intangibles..... | 65 |
| Cuadro N°48. Resumen de Inversión Total | 65 |
| Cuadro N°49. Opciones de Financiamiento – Préstamo Comercial | 66 |
| Cuadro N°50. Cronograma de Pagos | 66 |
| Cuadro N°51. Betas del Sector Servicio..... | 67 |
| Cuadro N°52. Costo de Oportunidad de Capital | 67 |
| Cuadro N°53. Presupuesto de Ingresos | 68 |
| Cuadro N°54. Presupuesto de Otros Ingresos - Cafetería..... | 68 |
| Cuadro N°55. Presupuesto de Materia Prima | 69 |
| Cuadro N°56. Presupuesto de Mano de Obra Directa | 69 |
| Cuadro N°57. Presupuesto de Insumos Indirectos | 69 |
| Cuadro N°58. Presupuesto de Mano de Obra Indirecta..... | 69 |
| Cuadro N°59. Presupuesto de Depreciación de Activos de Producción | 70 |
| Cuadro N°60. Presupuesto de Costos Indirectos | 70 |
| Cuadro N°61. Presupuesto de Costo de Ventas | 70 |
| Cuadro N°62. Presupuesto de Sueldos Administrativos | 71 |

| | |
|---|----|
| Cuadro N°63. Presupuesto de Depreciación de Activos Administrativos | 71 |
| Cuadro N°64. Presupuesto de Servicios | 71 |
| Cuadro N°65. Total Gastos Administrativos | 72 |
| Cuadro N°66. Gastos de Ventas..... | 72 |
| Cuadro N°67. Gastos Financieros | 72 |
| Cuadro N°68. Estado de Ganancias y Pérdidas | 73 |
| Cuadro N°69. Módulo de IGV | 73 |
| Cuadro N°70. Flujo de Caja Económico y Financiero | 74 |
| Cuadro N°71. Valor Actual Neto | 74 |
| Cuadro N°72. Tasa Interna de Retorno | 75 |
| Cuadro N°73. Ratio Beneficio / Costo (B / C)..... | 75 |
| Cuadro N°74. Período de Recuperación | 75 |
| Cuadro N°75. Escenario - Precios | 76 |
| Cuadro N°76. Indicadores Económicos y Financieros–Variaciones de Precios..... | 76 |
| Cuadro N°77. Escenario - Demanda | 77 |
| Cuadro N°78. Indicadores Económicos y Financieros–Variaciones de Demanda..... | 77 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico N°1. PBI a nivel nacional (miles de millones US\$) | 3 |
| Gráfico N°2. PBI de la Región Ica (miles de millones US\$) | 3 |
| Gráfico N°3. Relación empleo urbano – población urbana | 10 |
| Gráfico N°4. Estilos de Vida | 13 |
| Gráfico N°5. Porcentaje de personas que consideran importante estudiar inglés | 16 |
| Gráfico N°6. Porcentaje de personas que han estudiado inglés..... | 16 |
| Gráfico N°7. Motivos por los cuales no estudiaron el idioma inglés | 17 |
| Gráfico N°8. Motivos por los cuales se dejó de estudiar | 17 |
| Gráfico N°9. Niveles de estudio alcanzado cuando se estudió el idioma | 18 |
| Gráfico N°10. Instituciones en las que se estudió | 18 |
| Gráfico N°11. Porcentajes de personas que estudiarían el idioma..... | 19 |
| Gráfico N°12. Motivos por los cuales se estudiaría inglés | 19 |
| Gráfico N°13. Horarios para estudiar inglés | 20 |
| Gráfico N°14. Expectativas acerca del Centro de Idiomas | 21 |
| Gráfico N°15. Incremento de la población en períodos de un año - Tendencia | 24 |
| Gráfico N°16. Mapa de la Región de Ica | 35 |
| Gráfico N°17. Mapa de la Provincia de Chincha | 36 |
| Gráfico N°18. Área requerida para las aulas | 42 |
| Gráfico N°19. Área requerida para el laboratorio | 43 |
| Gráfico N°20. Área requerida para la Sala de Profesores | 44 |
| Gráfico N°21. Área requerida para los Servicios Higiénicos Alumnos..... | 45 |
| Gráfico N°22. Área requerida para la Recepción | 46 |
| Gráfico N°23. Área requerida para la Dirección | 46 |
| Gráfico N°24. Área requerida para la Cafetería..... | 47 |
| Gráfico N°25. Proceso de Información de Horarios Disponibles | 50 |
| Gráfico N°26. Proceso de Información de Costo de Libros..... | 51 |
| Gráfico N°27. Proceso de Información de Costo de curso mensual..... | 52 |
| Gráfico N°28. Proceso acerca de Información General | 53 |
| Gráfico N°29. Proceso de Pago de Servicios | 54 |
| Gráfico N°30. Diagrama Organizacional..... | 59 |

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, se ha producido un aumento de institutos y centros tecnológicos, los cuales ofrecen carreras cortas que le permiten al estudiante recién egresado de secundaria, poder seguir su educación sin tener que pasar por los tediosos procesos de examen de admisión de las universidades; esta situación se ve mayormente en provincia, ya que muchas veces los padres de familia no pueden cubrir los gastos que implica el hecho de ir a estudiar en la capital y en su intento de no dejar sin educación superior a sus hijos, la mejor alternativa es que sigan sus estudios en un instituto o centro tecnológico de la ciudad.

En el caso específico de Chincha Alta, esta es una ciudad en constante desarrollo comercial, lo cual se ve reflejado en el incremento del PBI de la Región de Ica, encontrándose en US\$ 16.1 (miles de millones), lo cual lo presenta como una región atractiva para la inversión.

Haciendo un análisis personal y tomando en cuenta que actualmente ya no solo es necesario egresar de alguna institución superior, sino que también se debe de dominar por lo menos un segundo idioma, nace la idea de implementar un Centro de Idiomas en Chincha Alta, ya que hasta ahora no hay ninguna institución que ofrezca un programa completo de aprendizaje, el cual permita, luego de un determinado tiempo, poder dominar el idioma inglés. Las ofertas con las que se cuenta hoy en día son academias de poco nivel, que además son poco confiables, ya que al estar supeditadas a la cantidad de alumnos que haya, las personas que se matriculan no saben si en realidad van a continuar el próximo mes o si la academia cerrara por falta de alumnado.

Por lo tanto, teniendo en cuenta la situación antes expuesta, se presenta la propuesta para la creación de un Centro de Idiomas en la ciudad de Chincha Alta, el cual cuente con un sistema completo de aprendizaje: básico, intermedio y avanzado, al igual que los institutos reconocidos de la capital, a su vez, que ofrezca un opción insuperable en cuanto a infraestructura y personal docente.

CAPÍTULO 1: ANÁLISIS ESTRATÉGICO

1.1 Análisis del Macro Entorno

1.1.1. Factor Demográfico

En los últimos años, el número de personas matriculadas en instituciones privadas ha sido superior al número de matriculados en instituciones públicas, con una tendencia creciente, considerando además que el número de matriculados es mayor en lo que respecta a centros tecnológicos, lo cual indica la preferencia por los centros de estudios enfocados a carreras técnicas sobre las carrera de educación.

Cuadro N°1. Alumnos matriculados en Educación Superior No Universitaria Urbana a nivel nacional
(en número de personas)

| Año | 2009 | | 2010 | | 2011 | |
|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Etapa | Público | Privado | Público | Privado | Público | Privado |
| Pedagógico | 16,775 | 15,482 | 14,264 | 7,979 | 10,146 | 3,689 |
| Tecnológico | 101,183 | 227,047 | 100,958 | 239,062 | 105,303 | 250,331 |
| TOTAL | 117,958 | 242,529 | 115,222 | 247,041 | 115,449 | 254,020 |

Fuente: MINEDU (Ministerio de Educación) - 2012
Elaboración Propia

En las provincias de la Región de Ica, se observa un panorama similar, ya que el número de personas matriculadas en centros tecnológicos se mantiene sobre el número de matriculados en pedagógicos.

Cuadro N°2. Alumnos matriculados en Educación Superior No Universitaria Urbana en la Región de Ica
(en número de personas)

| | 2009 | | 2010 | | 2011 | |
|--------------|--------------|--------------|------------|--------------|------------|--------------|
| Provincia | Pedagógico | Tecnológico | Pedagógico | Tecnológico | Pedagógico | Tecnológico |
| Ica | 627 | 3,847 | 447 | 3,972 | 181 | 4,582 |
| Chincha | 688 | 1,965 | 222 | 1,758 | 28 | 1,808 |
| Nazca | 13 | 98 | 25 | 93 | - | 91 |
| Palpa | - | - | - | - | - | - |
| Pisco | 190 | 102 | 124 | 111 | 86 | 110 |
| TOTAL | 1,518 | 6,012 | 818 | 5,934 | 295 | 6,591 |

Fuente: MINEDU (Ministerio de Educación) - 2012
Elaboración Propia

1.1.2. Factor Económico

Como se puede observar en el siguiente gráfico, el PBI se ha ido incrementando a través de los años, siendo este, un escenario óptimo para la implantación de nuevos negocios, en nuestro caso sería el Centro de Idiomas.

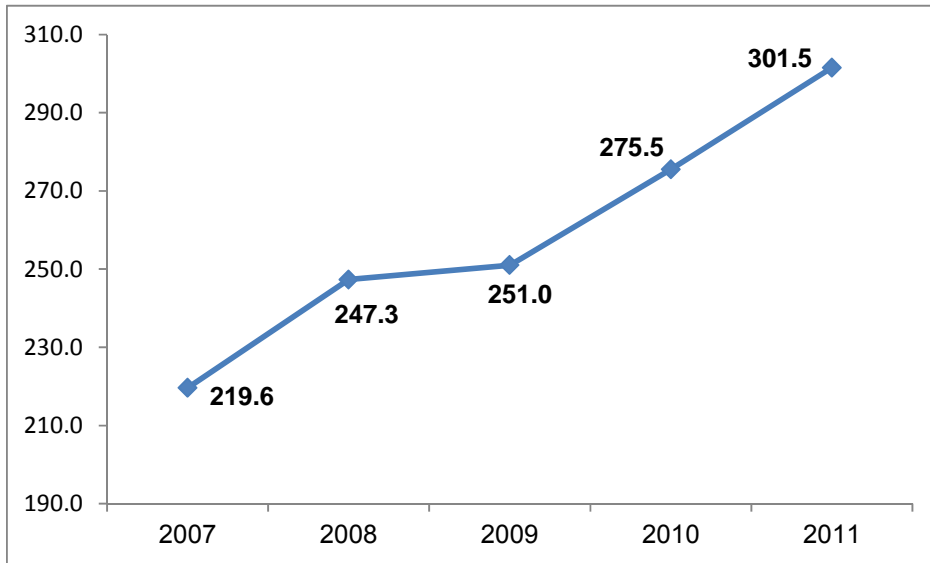


Gráfico N°1. PBI a nivel nacional (miles de millones US\$)

Fuente: CIA World Factbook - 2012
Elaboración Propia

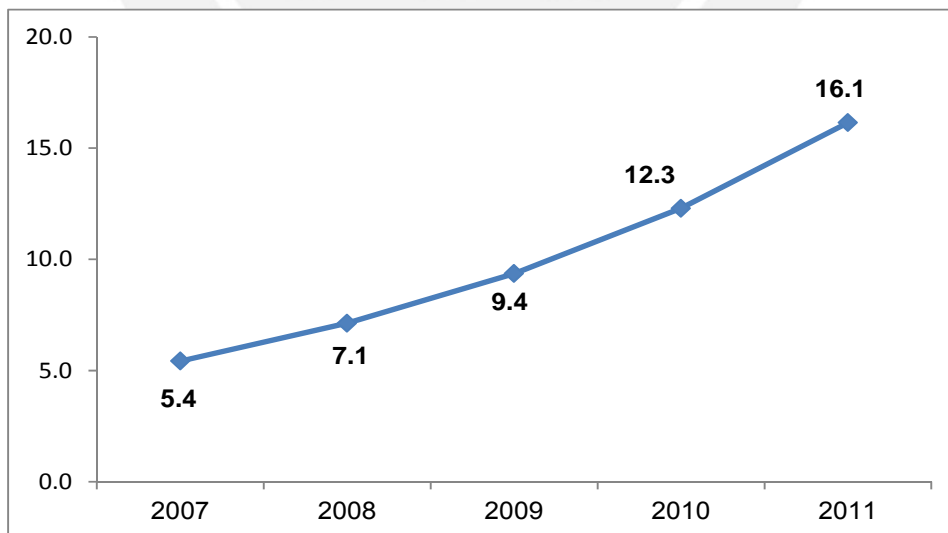


Gráfico N°2. PBI de la Región Ica (miles de millones US\$)

Fuente: INEI
Elaboración Propia

1.1.3 Factor Tecnológico

El factor tecnológico es uno de los factores claves en lo concerniente a la implementación del curso de inglés, ya que al ser nuestro objetivo presentar una propuesta comparable a las grandes academias limeñas tales como ICPNA, Británico e Idiomas Católica, nuestro Centro de Idiomas deberá contar con salas multimedia, desde las cuales los alumnos pueden practicar y desarrollar ejercicios tanto de comprensión de lectura, ortografía, además de videos, los cuales ayuden a desarrollar su comprensión auditiva.

1.1.4 Factor Legal

La implementación del Centro de Idiomas está regulada por el Ministerio de Educación y en especial la Dirección de Educación Superior Tecnológica y Técnico-Productiva en la Ley General de la Educación N° 28044 y el Decreto Supremo N°022-2004-ED donde se establece el Reglamento de Educación Técnico Productiva. Otras leyes vinculadas son:

- RD N°186-2005-ED, para los Lineamientos Pedagógicos y de Gestión para los Centros de Educación Técnico Productiva
- RD N°0588-2006-ED, para el Diseño Curricular Básico para la Educación Técnico Productiva

1.1.5 Factor Cultural

En el mundo globalizado en el que vivimos, la interacción con el mundo se hace cada vez más habitual dentro del campo laboral, razón por la cual es muy importante contar con las herramientas adecuadas para poder desarrollarnos sin problemas.

Actualmente, la oferta de centros de idiomas es amplia, con lo cual hay un alto porcentaje de personas que han estudiado alguna vez el idioma inglés, pero no todas han culminado sus estudios, debido a la falta de instituciones con credibilidad que puedan garantizar la culminación de los estudios una vez iniciados y a su vez que ofrezcan una buena metodología de enseñanza, además de la falta de horarios que se adecuen a las personas que trabajan.

Asimismo lo que las personas esperan de un centro de idiomas además de la calidad en la enseñanza es un precio accesible y un buen ambiente de estudio¹.

1.2 Análisis del Micro Entorno

Esta evaluación será realizada en base al modelo de las cinco fuerzas de Porter.

1.2.1 Amenaza de entrada de nuevos competidores

La barrera de entrada más significativa es la desconfianza que demuestra el público hacia las nuevas ofertas de Centros de Idiomas, debido a que es grande el número de Centros de Idiomas que al no tener buena acogida en el mercado, deciden cerrar, quedándose así los alumnos que estuviesen llevando el curso de inglés con la formación incompleta.

Por el lado de las normas legales, estas no representarán un factor determinante para la implementación de un Centro de Idiomas, siempre y cuando se cumpla con los requisitos necesarios para obtener el permiso de funcionamiento.

1.2.2 Rivalidad entre los competidores

La oferta de estudio que ofrecerá nuestro Centro de Idiomas, está orientado a cubrir las necesidades del estudiante, tanto en infraestructura, brindándole un ambiente cómodo y seguro de estudio como otorgándole los materiales didácticos e informáticos idóneos para su aprendizaje, diferenciándose así de los demás centros de idiomas, los cuales no ofrecen una adecuada infraestructura de estudio, debido a que como no son centros establecidos se improvisan salones de clases en casas y a su vez no se entregan materiales de estudio que refuercen su aprendizaje.

Por tanto, se concluye que la oferta existente de centros de idiomas no constituye una competencia directa, ya que si bien, como se mencionó anteriormente, hay varias instituciones que ofrecen cursos de inglés, no hay un Centro de Idiomas que sea líder en la zona; en nuestro caso, inicialmente los pilares del Centro de Idiomas serán ofrecer una educación de calidad, asegurando la culminación de los estudios una vez iniciados.

¹ Según resultados de la encuesta realizada (Capítulo 2)

1.2.3 Poder de negociación de los proveedores

Debido a que la función principal es la enseñanza del idioma inglés, el factor humano será nuestro recurso principal, ya que la calidad de enseñanza, además de la metodología aplicada, depende de la preparación y conocimientos de nuestra plana docente.

En lo que respecta a los insumos y materiales a utilizar para implementar nuestras aulas, estas serán adquiridas al por mayor y en algunos casos en las ofertas realizadas por internet, razón por la cual la gestión con los proveedores no representará mayor obstáculo.

1.2.4 Poder de negociación de los compradores

En el caso de los estudiantes, lo que esperan es que no solo les den una buena educación, sino que esta también esté al alcance de sus posibilidades, por lo tanto uno de los factores influyentes al momento de decidirse por un Centro de Idiomas será el económico, razón por la cual no solo ofreceremos una buena educación sino que también el costo del curso estará al alcance de las posibilidades de la población.

1.2.5 Amenaza de ingreso de producto sustituto

El ingreso de Centros de Idiomas en la ciudad de Chincha Alta es viable ya que con respecto a las normas legales, no hay una barrera de entrada significativa, la cual pudiera impedir el ingreso, por lo tanto la amenaza de entrada de nuevos centros de Idiomas es un factor que se deberá tener en cuenta para la estrategia de fidelización de los alumnos.

1.3 Planeamiento Estratégico

1.3.1. Visión

Ser el Centro de Idiomas líder en la Región de Ica, garantizando un excelente nivel de enseñanza.

1.3.2. Misión

Implantar un efectivo sistema de enseñanza del idioma inglés, contando para esto, con una excelente plana docente, asegurando así que nuestros alumnos se formen con una sólida base en el idioma inglés, haciéndolos capaces de desenvolverse en cualquier ámbito que requiera de su uso.

1.3.3. Análisis FODA

Para realizar un diagnóstico de la situación actual y tomar decisiones de acuerdo con los objetivos planteados, se realizará un análisis FODA.

Para el análisis se utilizará las siguientes puntuaciones:

Cuadro N°3. Puntuación según factor

| Nivel | Puntaje |
|---------------------|---------|
| Factor Muy Positivo | 4 |
| Factor Positivo | 3 |
| Factor Negativo | 2 |
| Factor Muy Negativo | 1 |

Elaboración Propia

a) Matriz de Evaluación de Factores Internos

Cuadro N°4. Matriz de Evaluación de Factores Internos

| Factores Internos | | | |
|--|-------------|---------|-------------|
| Fortalezas | Peso | Puntaje | Ponderación |
| Presentar un novedoso y confiable sistema de enseñanza en la ciudad de Chincha Alta | 33% | 3 | 0.99 |
| Estar ubicado en una zona céntrica de la ciudad de Chincha Alta | 7% | 3 | 0.21 |
| Laboratorios multimedia, los cuales permitan al alumno contemplar su aprendizaje | 27% | 4 | 1.08 |
| Infraestructura nueva y totalmente equipada, brindando así al alumno un ambiente cómodo y seguro | 13% | 4 | 0.52 |
| Debilidades | Peso | Puntaje | Ponderación |
| La desconfianza de la población por los nuevos centros de idiomas | 20% | 3 | 0.60 |
| Total | 100% | | 3.40 |

Elaboración Propia

b) Matriz de Evaluación de Factores Externos

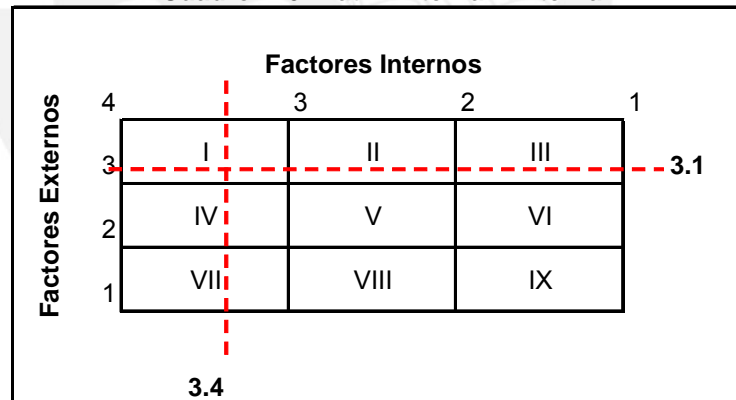
Cuadro N°5. Matriz de Evaluación de Factores Externos

| Factores Externos | | | |
|--|-------------|---------|-------------|
| Oportunidades | Peso | Puntaje | Ponderación |
| El poco prestigio con el que cuentan los centros de idiomas existentes; además de contar con ambientes pequeños e inseguros. | 29% | 4 | 1.14 |
| La demanda de la población por un sistema que sea confiable. | 10% | 3 | 0.29 |
| Las exigencias del mercado laboral con respecto al idioma inglés. | 24% | 3 | 0.71 |
| El bajo nivel de inglés que ofrecen las diversas instituciones secundarias | 5% | 2 | 0.10 |
| Amenazas | Peso | Puntaje | Ponderación |
| Los Centros de Idiomas existentes tanto en el Departamento de Ica como en Lima. | 14% | 2 | 0.29 |
| Aparición de nuevos Centros de Idiomas | 19% | 3 | 0.57 |
| Total | 100% | | 3.10 |

Elaboración Propia

c) Matriz Interna – Externa

Cuadro N°6. Matriz Interna - Externa



Elaboración Propia

Dado que la zona de intersección de la proyección de los puntos 3.1 (Factores externos) y 3.4 (Factores internos) es el cuadrante I, se debe de dar énfasis al desarrollo de productos y de mercado, así como la diversificación de productos.

d) Matriz FODA (Ver Anexo 1)

e) Matriz Cuantitativa de Estrategias (Ver Anexo 2)

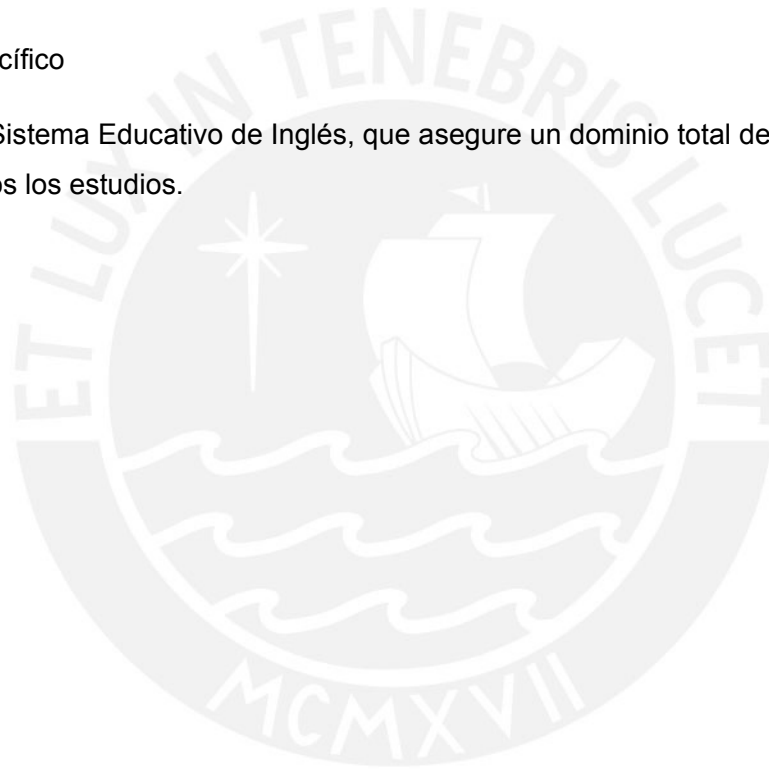
1.3.4 Objetivos del Proyecto

Objetivo General

Determinar la factibilidad de implementar un Centro de Idiomas en la ciudad de Chincha Alta, tomando en cuenta para esto, los estudios tanto técnicos como económicos realizados en dicha ciudad.

Objetivo Específico

Implantar un Sistema Educativo de Inglés, que asegure un dominio total del inglés una vez culminados los estudios.



CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Mercado

2.1.1 Perfil del Cliente

El perfil del alumno hacia los cuales estarán dirigidos los cursos serán a las personas cuyas edades estén entre 18 y 44 años, ya que si bien es cierto las personas son económicamente activas desde los 14 años ², se considerará desde los 18 años ya que a esa edad las personas no solo son económicamente activas sino que también su personalidad está más definida y tienen más claro lo que desean hacer para el futuro, además de que es la edad en la cual generalmente la mayoría de los jóvenes están terminando la secundaria; luego se consideró como edad máxima 44 años, debido a que, si bien en los centros de idiomas más prestigiosos de la capital no hay límite de edad, en lo que respecta a la participación en la actividad económica, la mayor relación empleo urbano – población urbana (ver gráfico N°2) está en el rango de edad de 25 a 44 años, razón por la cual se considerará como edad máxima 44 años.

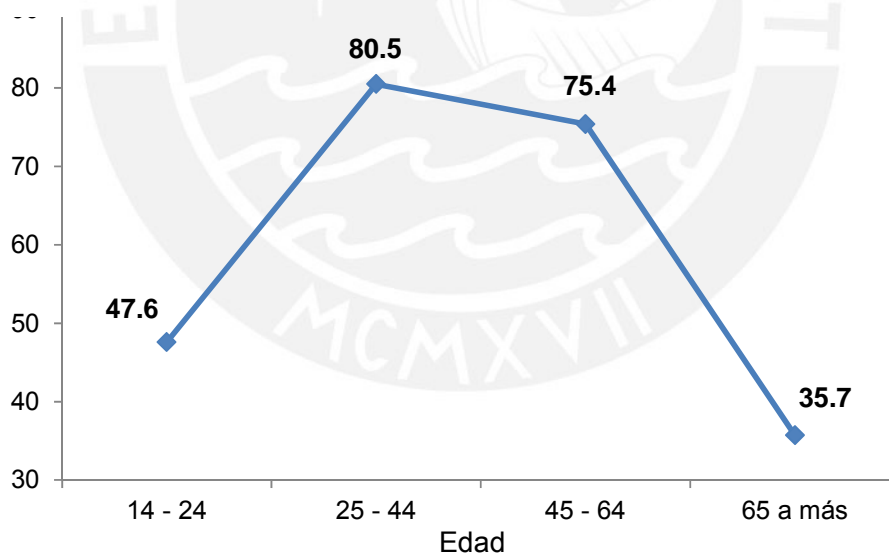


Gráfico N°3. Relación empleo urbano – población urbana

Fuente: INEI - 2012

Elaboración Propia

² Fuente: INEI – Características del Empleo Urbano - Población Económicamente Activa

Por lo tanto, tomando en cuenta lo antes mencionado, el perfil del cliente o alumno hacia el cual estaría enfocado el proyecto es:

Cuadro N°7. Perfil del Cliente que asistiría al Centro de Idiomas

| | |
|-----------------------------|---|
| Sexo | Masculino o femenino |
| Edad | 18 a 44 años (para efectos del análisis se tomará como edad máxima 44 años, pero no habrán restricciones de matrícula para las personas de 44 años en adelante) |
| Estado Civil | Soltero o casado |
| Grado de Instrucción | Secundaria Completa |
| Ciudad de residencia | Chincha Alta y ciudades aledañas |

Elaboración Propia

2.1.2 Mercado Objetivo

Para este estudio de pre factibilidad la determinación del mercado objetivo se basará en el estudio de Rolando Arellano, quién es un reconocido psicólogo, Estilos de Vida, el cual tiene como principal objetivo dar a conocer el comportamiento de los individuos como resultado de la interacción de muchas variables que –observadas desde la perspectiva funcional y sistémica de una sociedad de consumo– crean una suerte de "personalidad grupal".

Esta “personalidad grupal”, denominada Estilo de Vida, se explica como “una manera de ser y de comportarse compartida por un grupo significativo de personas de una sociedad, que se parecen entre sí por sus características socio-demográficas, psicológicas, de comportamiento, de equipamiento e infraestructura, entre otras”. Los dos grandes ejes, fueron: el nivel de ingreso y el nivel de modernidad–tradicción, altamente correlacionado con una variable de tendencia y resistencia al cambio, paralelamente se encontró que la variable sexo también era importante para la clasificación de algunos grupos.

Por tanto, tomando como base el estudio Estilos de Vida, el mercado objetivo serán los afortunados, progresistas y modernos, ya que estos se encuentran dentro de los estilos de vida proactivos, por tanto son las personas que tienen el control de su vida, además de que su objetivo principal es el de superación personal y profesional.

Las características de cada uno de los estilos de vida antes mencionados, son:

Afortunados

- Hombres y mujeres jóvenes y de mediana edad, luchadores por naturaleza, confiados en sí mismos.
- Son los más instruidos y los que poseen el ingreso más alto. Pertenecen a los NSE A/B/C.
- Independientes, de mentalidad moderna. Son muy sociables
- Se ubican en mayor proporción en Huancayo, Cuzco, Ica, Trujillo, Cajamarca y Lima.
- La percepción de riesgo frente a productos nuevos o desconocidos es menor que para otros grupos.

Progresistas

- El éxito está en función del tiempo y el esfuerzo invertidos.
- Su nivel de educación es cercano al promedio poblacional.
- Son optimistas, con muchas expectativas en su futuro. Confían mucho en sí mismos, siendo exigentes y autocríticos.
- Suelen informarse bien y no son fácilmente influenciados.
- Son modernos en su consumo pero muy racionales, al momento de decidir la compra, analizan bien el costo/beneficio.

Modernas

- Ven con optimismo su futuro.
- La oportunidad de desarrollarse en el plano laboral le aporta mucha satisfacción.
- Son líderes de opinión.
- Dan gran importancia a la calidad de lo que adquieren y en segundo lugar consideran importante el precio.

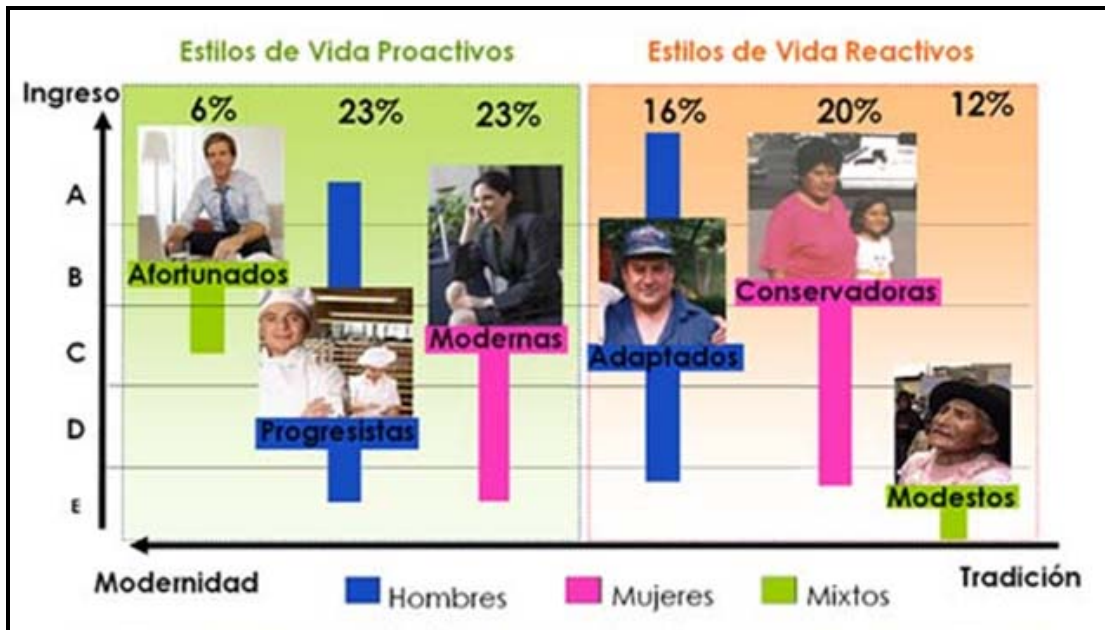


Gráfico N°4. Estilos de Vida
Fuente: Arellano Marketing

a) Elección de la población a encuestar y tamaño de la muestra

Siendo nuestro público objetivo los afortunados, progresistas y modernas, el porcentaje de estos en la Región de Ica se aplicará sobre la población total de Chincha Alta, resultando así la población del mercado objetivo.

El porcentaje de los afortunados es 8%, de los progresistas es 17% y de las modernas es 19% (ver Anexo 3), la suma es 44%, y la población de Chincha Alta es 78, 454 (ver cálculos en el Demanda Histórica); resultando así nuestra población del mercado objetivo 34, 520 personas.

Para una población finita se tiene la siguiente fórmula:

$$n_{\square} = n / (1 + n/N)$$

Pero al ser la población del mercado objetivo 34, 520 personas, se aplicará la fórmula para una población infinita, en donde se considerará un 5% como margen de error (95% de confiabilidad), usando la distribución normal se tiene que $Z_{\square} = 1.96$, teóricamente se debe de utilizar $p * (1 - p)$, donde p es probabilidad, pero como no se conoce p, se toma el mayor valor que toma $p * (1 - p)$ y este es $0.5 * 0.5$, resultando la siguiente fórmula:

$$n = (Z^2 * p * (1-p)) / (\%error)^2$$

$$n = ((1.96)^2 * 0.5 * 0.5) / (0.05)^2$$

$$n = 384.16 \rightarrow 385 \text{ encuestas}$$

Finalmente se concluye que se deberá de encuestar a 385 personas.

Aplicación de la encuesta

Objetivo.- Conocer el perfil del mercado del servicio educativo en lo que respecta a idioma inglés.

- Universo: Hombres y mujeres entre 18 y 44 años
- Muestra: Conformada por un total de 385 personas, de acuerdo al cálculo estadístico realizado anteriormente.
- Margen de error: El tamaño y diseño de la muestra permitirá realizar estimaciones con resultados totales con un margen de error del 5%.
- Cobertura: El estudio cubrió no solo a personas de Chincha Alta sino también de los distritos aledaños tales como Pueblo Nuevo, Grocio Prado y Sunampe.
- Secuencia: Las encuestas se realizaron de manera aleatoria.
- Recolección de Datos: Mediante encuestas, orientadas a obtener información de los clientes finales, utilizando para ello un cuestionario simple de preguntas que trata de conseguir respuestas espontáneas.

Encuesta

La encuesta (ver Anexo 4) ha sido elaborada tomando en cuenta todas las variables antes mencionadas, tales como los rangos de edad (entre 18 y 44 años) y Estilos de Vida.

En la parte superior de la encuesta se encuentran los datos de las personas tales como edad, sexo y ocupación; a las cuales no se les pidió que colocaran su nombre de modo tal que se sintiesen totalmente libres de dar su opinión.

La primera pregunta que se realiza es con respecto a si las personas consideran como importante el hecho de estudiar un segundo idioma, ya que esta respuesta nos permite tener una visión general acerca de la expectativa que podría generar la apertura de un Centro de Idiomas.

En la siguiente parte de la encuesta, desde la pregunta 2 hasta la pregunta 6 se trata de conocer si es que las personas encuestadas tienen un conocimiento previo del idioma, y si es así, saber si culminaron el curso o si lo dejaron, saber el porqué de dicha decisión, de tal forma de que podamos ir conociendo el nivel de inglés que tienen las personas además de que también nos permite identificar a la competencia.

En el siguiente bloque de preguntas desde la 7 hasta la 10, se busca conocer si hay interés en llevar un curso de inglés, además de conocer también las razones por las cuales estudiarían un segundo idioma, de modo tal que esto nos permite enfocar las necesidades del alumno y orientarlas hacia el servicio que vamos a ofrecer, para lo cual se pregunta también el precio que estarían dispuestos a pagar, ya que es una variable importante para la decisión del alumno.

Finalmente, la última pregunta está enfocada en conocer las características que las personas esperan que deba tener un centro de Idiomas, lo cual es una información importante para definir los puntos en los cuales debemos trabajar, de tal forma que nuestra propuesta sea interesante y novedosa para los clientes.

Resultado de la Encuesta

Según la encuesta realizada en la ciudad de Chincha Alta en el presente año a 385 personas cuyas edades estaban entre 18 y 44 años, se encontró que el 95.1% opina que estudiar inglés como un segundo idioma es importante; lo cual nos indica la relevancia del idioma como segunda lengua y la conciencia de las personas acerca de aprender este idioma como un aspecto importante en su vida.

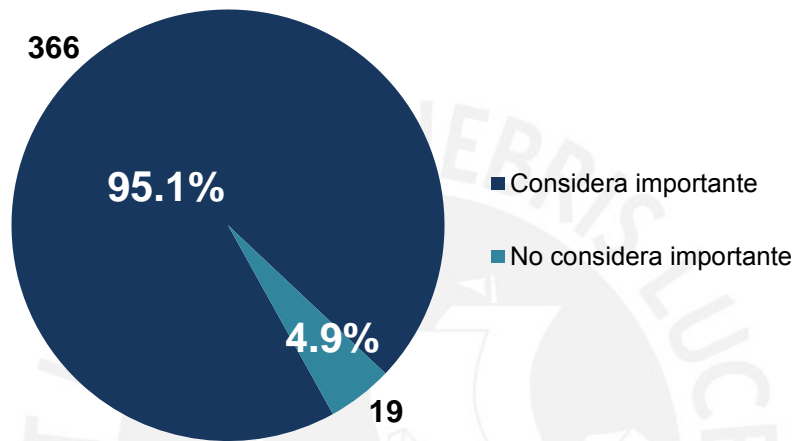


Gráfico N°5. Porcentaje de personas que consideran importante estudiar
Elaboración Propia

Además, se obtuvo que el 32% no estudió inglés, mientras que el 61% sí estudió inglés pero no terminó y solo el 7% ha terminado de estudiar.

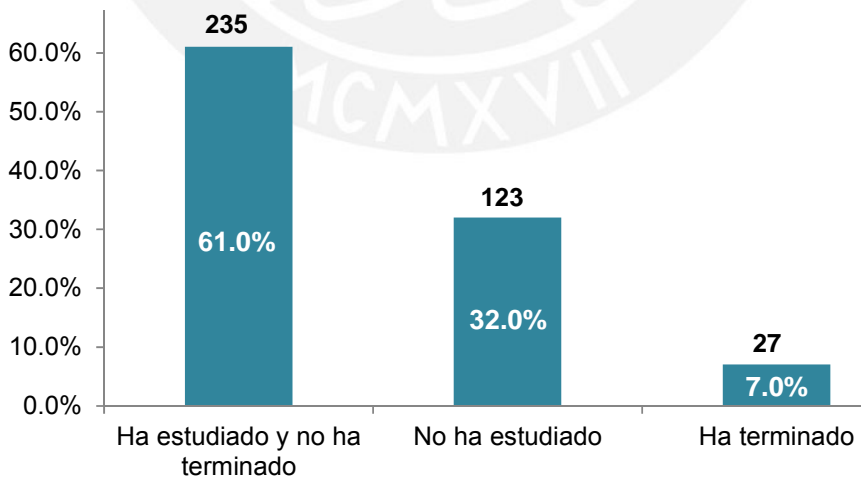


Gráfico N°6. Porcentaje de personas que han estudiado inglés
Elaboración Propia

Los motivos de las personas que no estudiaron inglés, las cuales son en total 123, representando el 32% del total de encuestados, tal y como se puede observar anteriormente, son 48% por falta de instituciones con credibilidad, 22% por falta de tiempo, 17% por motivos laborales y 13% por motivos económicos.

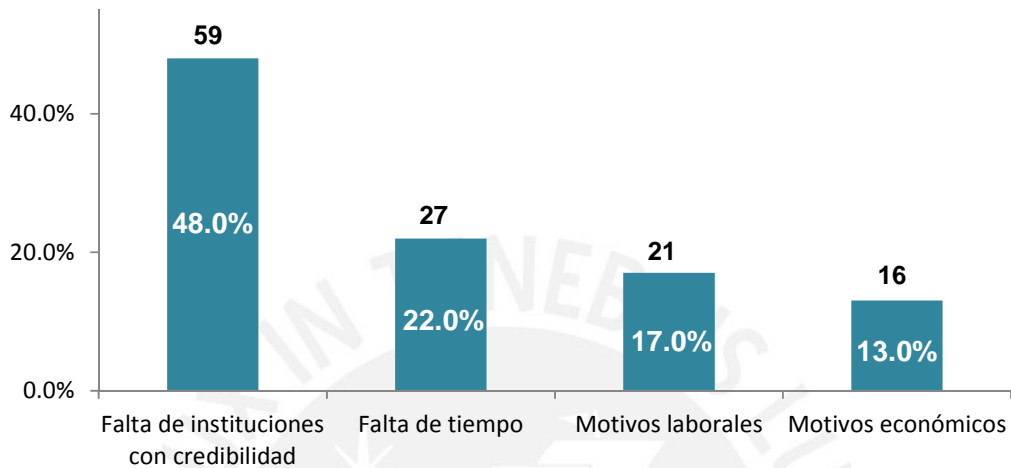


Gráfico N°7. Motivos por los cuales no estudiaron el idioma inglés
Elaboración Propia

Luego con respecto a las personas que estudiaron y no terminaron el curso de inglés, abarcando el 61% del total de encuestados, sus motivos fueron: 40% porque terminó el colegio, 23% por falta de tiempo, 20% por motivos laborales y 17% por motivos económicos.

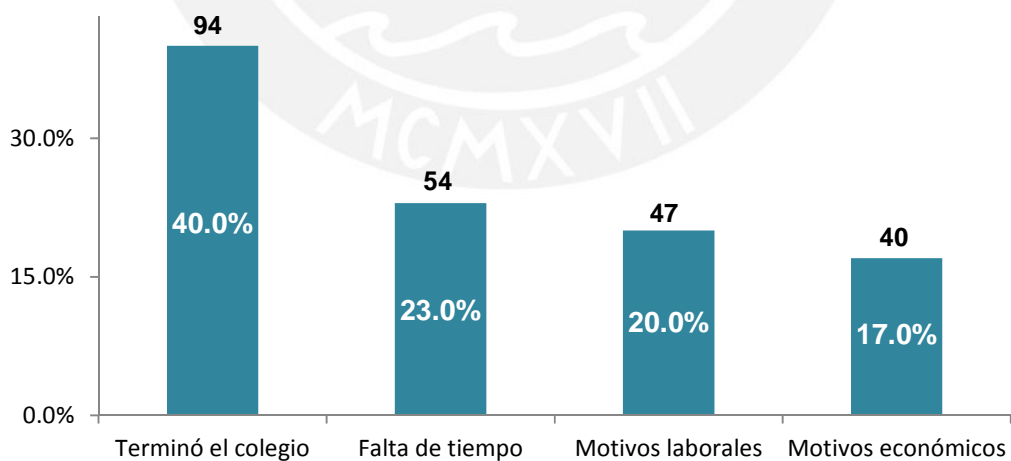


Gráfico N°8. Motivos por los cuales se dejó de estudiar
Elaboración Propia

De las personas que indicaron que habían estudiado inglés pero no habían terminado, el 65.9% se quedó en el nivel básico, el 28.1% en el nivel intermedio y el 6% en el nivel avanzado.

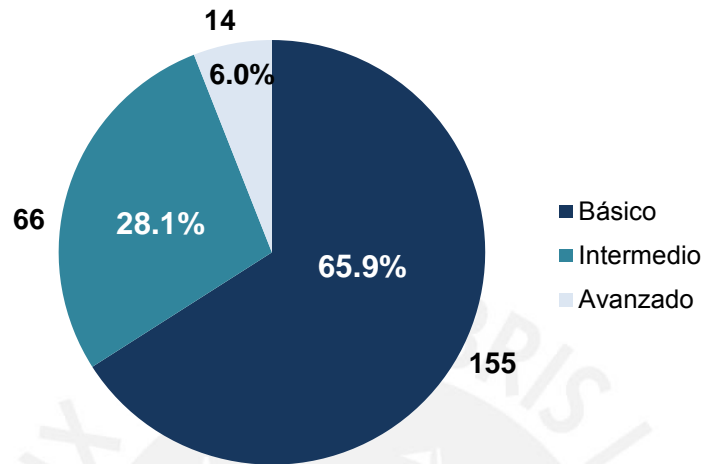


Gráfico N°9. Niveles de estudio alcanzado cuando se estudió el idioma
Elaboración Propia

También se les consultó acerca del nombre de la institución en la que habían estudiado y se encontró que el mayor porcentaje de las personas habían estudiado en sus respectivos colegios (35.9%), luego UPNA tuvo 17.9%, Ada Byron 17.2%, NOVA 15.6%, CICEX 9.9% y otros 3.4%.

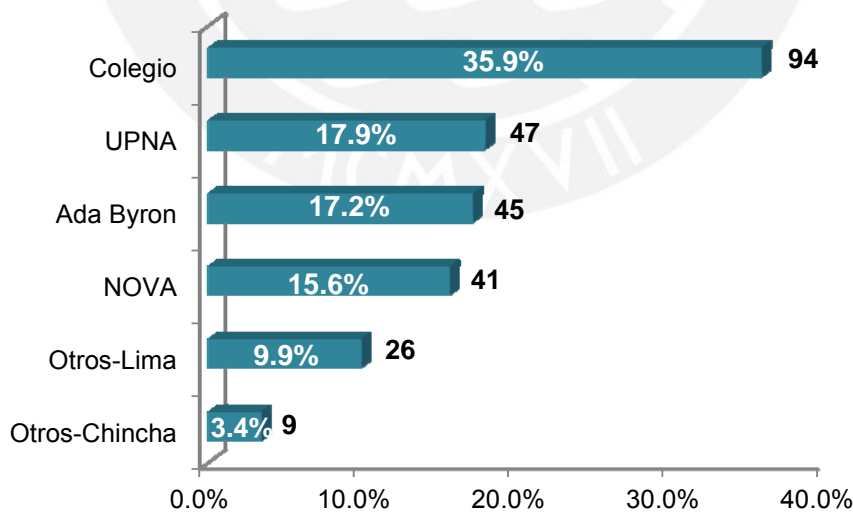


Gráfico N°10. Instituciones en las que se estudió
Elaboración Propia

Continuando con la encuesta, la siguiente pregunta que se hizo fue con respecto a si las personas estudiarían o continuarían estudiando inglés; según lo cual, el 59% respondió afirmativamente y el 41% respondió de forma negativa.

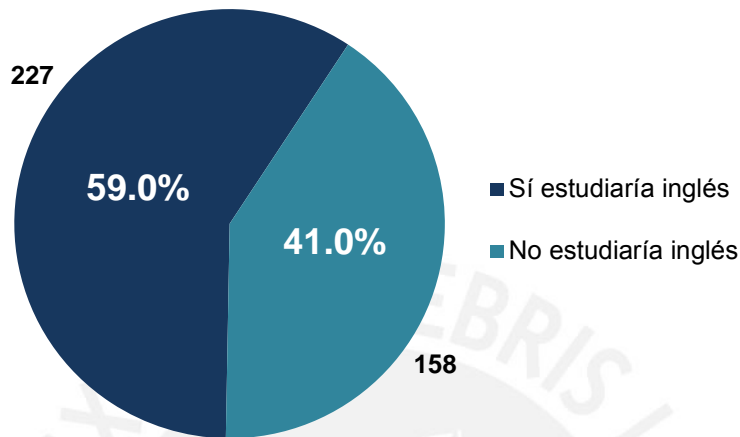


Gráfico N°11. Porcentajes de personas que estudiarían el idioma
Elaboración Propia

Con respecto a las personas que indicaron que sí estudiarían inglés, sus motivos fueron los siguientes: el 41% indicó que estudiaría inglés como complemento a su formación profesional, el 29.1% como carrera corta, el 25.1% para obtener mejores opciones laborales y finalmente el 4.8% motivos diversos los cuales fueron agrupados como otros.

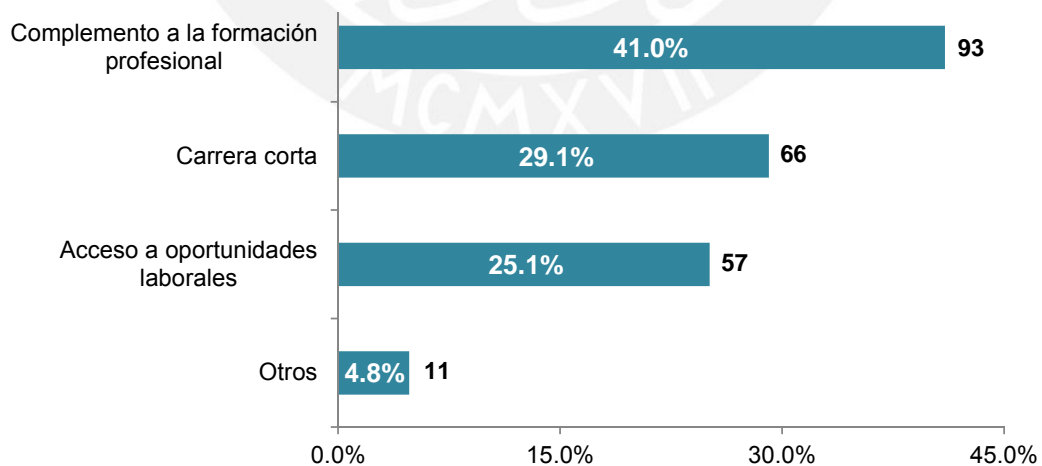


Gráfico N°12. Motivos por los cuales se estudiaría inglés
Elaboración Propia

Según la encuesta realizada, el 30% prefiere el horario de la tarde de 4:00 pm. a 6:00 pm. este horario fue mayormente escogido por personas entre las edades de 26 a 35 años, tanto el 28.2% que escogió el horario de la noche de 6:00 pm. a 8:00 pm. y el 22.5% que escogió el horario de 8:00 pm. a 10:00 pm. tienen edades entre los 36 y 44, mientras que el 13.2% que escogió el horario de la mañana de 9:00 am. a 11:00 am. tienen edades entre 18 y 26 edades y finalmente dentro del 6.2% están horarios tales como solo sábados y domingos o diarios de 7:00 am. a 9:00 am., los cuales fueron agrupados como otros horarios ya que la cantidad de personas que requerían estos horarios, no era relevante con respecto a los demás horarios.

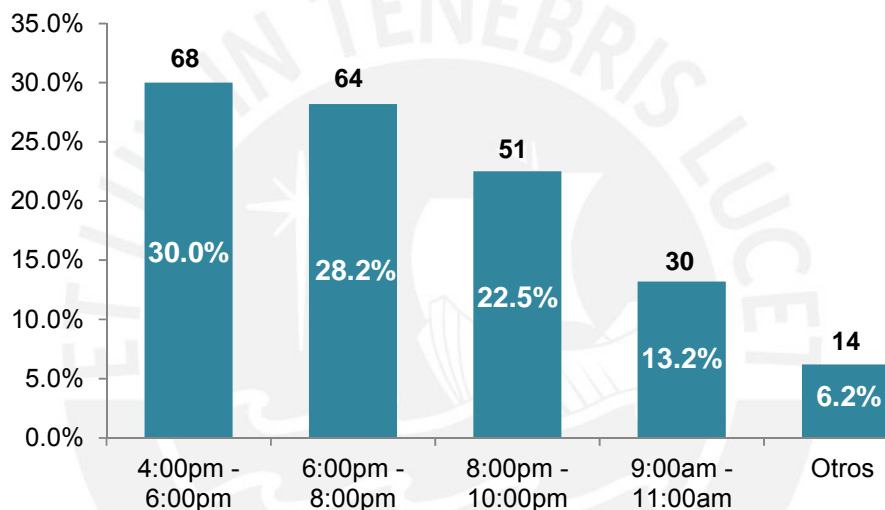


Gráfico N°13. Horarios para estudiar inglés
Elaboración Propia

De la encuesta realizada, se preguntó a las personas cuánto estarían dispuestas a pagar por llevar un curso mensual de inglés, y los resultados variaron entre S/.70.00 y S/.150.00.

Cuadro N°8. Precios sugeridos para el costo del curso
(en nuevos soles)

| Precio | Frecuencia |
|--------|------------|
| 70 | 16 |
| 75 | 19 |
| 80 | 20 |
| 85 | 12 |
| 87 | 10 |
| 90 | 20 |
| 95 | 31 |
| 97 | 17 |
| 99 | 5 |
| 100 | 23 |
| 105 | 18 |
| 110 | 8 |
| 115 | 11 |
| 130 | 4 |
| 140 | 7 |
| 145 | 4 |
| 150 | 2 |

Elaboración Propia

Finalmente, se preguntó, qué es lo que esperan de un Centro de Idiomas, siendo la calidad de enseñanza, característica relevante con 55%, luego el precio accesible con 25% y el buen ambiente de estudio con 20%.

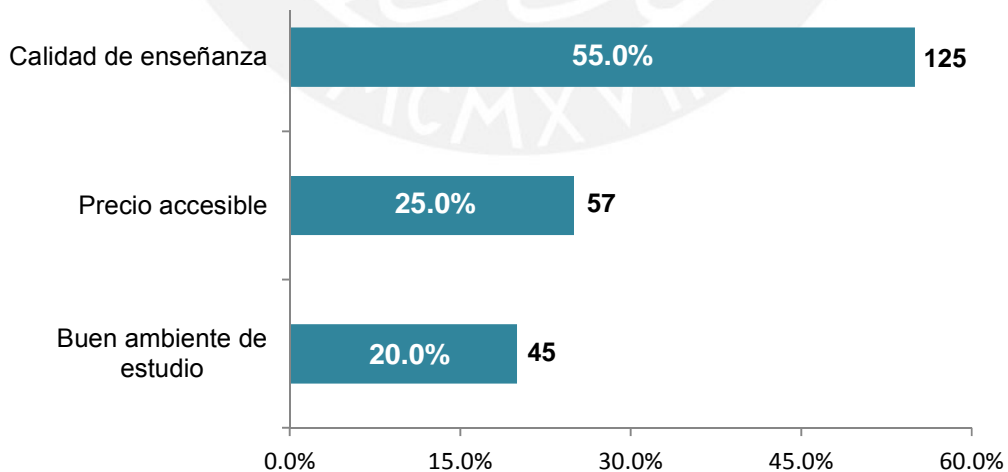


Gráfico N°14. Expectativas acerca del Centro de Idiomas
Elaboración Propia

2.2 PRODUCTO

Tomando en cuenta los resultados de la encuesta, en lo que respecta a la característica que las personas consideran más importante, nuestro Centro de Idiomas va a tener como uno de sus pilares fundamentales, la calidad de enseñanza, ya que se va a tener cuidado en la elección del personal, debido a que son estos los que van a ayudar a construir la imagen del Centro de Idiomas; para lo cual se contará con los siguientes niveles de enseñanza:

Ciclo Básico.- El cual consiste en la práctica de técnicas de expresión oral y comprensión auditiva efectiva que facilitarán el progreso, comprensión y uso efectivo del idioma en situaciones sociales y comunicativas básicas.

Ciclo Medio.- Orientado a quienes necesiten alcanzar un nivel académico del idioma inglés y requieran de un uso intensivo del idioma en contextos tanto orales como escritos; con lo cual el alumno logrará mayor destreza en comprensión lectora, discusión y argumentación.

Ciclo Avanzado.- En este nivel, el alumno perfeccionará sus habilidades lectoras, de comprensión, comunicación y exposición, dominando así el idioma en todas sus áreas temáticas y comunicativas, lo cual le facilitará oportunidades reales de empleo y estudios en el mundo global.

Con respecto a los horarios del Centro de Idiomas, tomando como base referencial la encuesta, los horarios serán los siguientes: en la mañana el horario será de 9 a 11, en la tarde el horario será de 4 a 6 y en la noche se contará con 2 horarios de 6 a 8 y de 8 a 10; a su vez, para complementar los horarios de la mañana se considerará el horario de 11 am. a 1 pm., con un descanso de 10 minutos cumplida la primera hora de clase.

Certificación

Al finalizar satisfactoriamente cada uno de los niveles, el alumno podrá solicitar un certificado de nivel, el cual corroborará su capacidad para comunicarse en inglés.

2.3 Análisis de la demanda

A continuación se realizarán los cálculos de la demanda para los cuales se tendrá como base la encuesta realizada.

2.3.1 Demanda Histórica

Al no contar con demanda histórica correspondiente a institutos de inglés, ya que los estudios han sido realizados en Lima Metropolitana; el análisis se llevará a cabo en base al porcentaje de personas que estudiarían inglés, con respecto a la población de la ciudad de Chincha Alta.

Al tener los datos de los censos de los años 1993 y 2007, se utilizarán las estimaciones de la población realizada por el INEI en el período 1995 – 2000, para obtener la tasa de crecimiento poblacional y luego proyectarla para los años 2008, 2009, 2010, 2011 y 2012 en base a la información obtenida del censo del 2007.

Cuadro N°9. Estimación de la población de Chincha Alta en el período 1995 – 2000
(en número de personas)

| Año | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Población | 63,916 | 64,850 | 65,838 | 66,774 | 67,696 | 68,639 |

Fuente: INEI - 2012
Elaboración Propia

Cuadro N°10. Incremento de la población en períodos de un año
(en número de personas)

| Períodos | Aumento de la población |
|------------------|-------------------------|
| 1995-1996 | 934 |
| 1996-1997 | 987 |
| 1997-1998 | 936 |
| 1998-1999 | 922 |
| 1999-2000 | 943 |

Fuente: INEI - 2012
Elaboración Propia

Como se puede observar, en el gráfico mostrado a continuación, la tendencia es exponencial, por lo tanto se obtendrá la tasa de crecimiento poblacional exponencial.

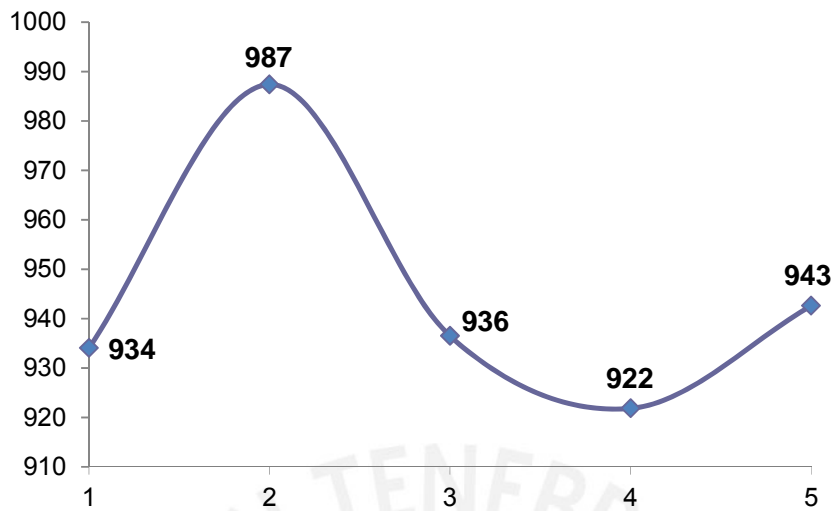


Gráfico N°15. Incremento de la población en períodos de un año - Tendencia

Fuente: INEI - 2012

Elaboración Propia

Para la obtención de la tasa de crecimiento poblacional exponencial, se utilizó la siguiente fórmula:

$$\alpha = \frac{\log(N2 \div N1)}{t \times \log e}$$

α : tasa de crecimiento exponencial

N1: población al inicio del período

N2: población al término del período

t: período (años)

log e: 0.434294

Cuadro N°11. Tasas de crecimiento poblacional exponencial

| Períodos | Tasa de crecimiento poblacional |
|----------------------|---------------------------------|
| 1995-1996 | 1.45 |
| 1996-1997 | 1.51 |
| 1997-1998 | 1.40 |
| 1998-1999 | 1.37 |
| 1999-2000 | 1.38 |
| Tasa promedio | 1.42 |

Fuente: INEI - 2012

Elaboración Propia

Los datos que se muestran a continuación, son los correspondientes al censo que se realizó en el año 2007.

Cuadro N°12. Población de la ciudad de Chincha Alta en el año 2007
(en número de personas)

| Edad (años) | Población | | |
|-------------|-----------|---------|--------|
| | Hombres | Mujeres | Total |
| 18 - 19 | 3,169 | 3,322 | 6,491 |
| 20 - 24 | 8,096 | 8,133 | 16,229 |
| 25 - 29 | 7,263 | 7,342 | 14,605 |
| 30 - 34 | 6,527 | 7,104 | 13,631 |
| 35 - 39 | 5,696 | 6,253 | 11,949 |
| 40 - 44 | 4,831 | 5,377 | 10,208 |
| 18 - 44 | | | 73,113 |

Fuente: INEI - 2012
Elaboración Propia

Utilizando la tasa de crecimiento poblacional antes hallada, se obtendrá la población de la ciudad de Chincha Alta entre los años 2008 y 2012.

Cuadro N°13. Población de la ciudad de Chincha Alta en el período 2008 – 2012
(en número de personas)

| Años | Población | | | | |
|-----------|-----------|--------|--------|--------|--------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Población | 74,151 | 75,204 | 76,272 | 77,355 | 78,454 |

Elaboración Propia

Utilizando los porcentajes obtenidos en la encuesta realizada con respecto a las personas que estudiarían inglés

Número de personas que estudiarían inglés → 240

Por tanto, el porcentaje de demanda que se aplicará será:

$$240 / 385 = 0.62 \rightarrow 62\%$$

Ahora se procederá a calcular la demanda histórica en base a la población antes obtenida.

Cuadro N°14. Demanda histórica de la ciudad de Chincha Alta (2007 – 2011)
(en número de personas)

| Demanda histórica | | | | | |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Años | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
| Población | 45,974 | 46,626 | 47,289 | 47,960 | 48,641 |

Elaboración Propia

2.3.2 Proyección de la demanda

Con la tasa de crecimiento poblacional antes obtenida, se calculará la proyección de la demanda para los 5 años siguientes, correspondientes al período 2013 – 2017.

Cuadro N°15. Demanda proyectada de la ciudad de Chincha Alta (2013 – 2017)
(en número de personas)

| Año | Demanda | Demanda Proyectada |
|------|---------|--------------------|
| 2008 | 45,974 | |
| 2009 | 46,626 | |
| 2010 | 47,289 | |
| 2011 | 47,960 | |
| 2012 | 48,641 | |
| 2013 | | 49,332 |
| 2014 | | 50,032 |
| 2015 | | 50,743 |
| 2016 | | 51,463 |
| 2017 | | 52,194 |

Elaboración Propia

2.4 Análisis de la Oferta

Tal y como se hizo con la demanda, para realizar los cálculos de la oferta, se utilizarán los datos obtenidos de la encuesta realizada.

2.4.1 Análisis de la competencia

Con respecto a la competencia, existen dos ciudades que son las preferidas para emigrar en busca de un mejor nivel educativo, las cuales son:

Lima.- La cual se encuentra a 200 kilómetros, es su principal competencia, encontrándose en esta los más prestigiosos institutos de inglés, como son: ICPNA, Asociación Cultural Peruano Británica BRITANICO e Idiomas Católica. Si bien es cierto, dichos institutos brindan un buen nivel de enseñanza, uno de los obstáculos que se presenta, es que siendo las personas residentes de la ciudad de Chincha Alta, se tendrían que cubrir los gastos de pasaje, alimentación y estadía, para lo cual, aun teniendo una cierta solvencia económica, las personas preferirían un instituto que les ofrezca las mismas ventajas de los institutos de la capital, pero sin tener que trasladarse a otra.

Ica.- Se encuentra ubicado a 100 kilómetros, lo cual la hace, la ciudad más cercana donde los estudiantes emigran o buscan mejores posibilidades de educación; si bien aquí no se encuentra ninguna sede de los institutos de Lima, cuenta con el Centro de Idiomas Nova, el cual aunque cuenta con la certificación del Ministerio de Educación, todavía no tiene la acogida esperada, según la encuesta realizada, ya que el porcentaje de personas que tienen conocimiento de esta no es relevante.

Chincha Alta.- En esta ciudad no hay muchas academias e institutos que ofrezcan cursos de inglés, ya que muchas de estas funcionan por un período y luego cierran por falta de alumnado, pero desde el año 2005 UPNA se viene manteniendo con una cierta participación del mercado, con lo cual sería nuestro principal competidor los estudiantes no acuden a estos, ya que no se conocen si la enseñanza es buena, razón por la cual, estas academias improvisadas cierran, aumentando así, la inseguridad en las academias que aparecen; y en lo que respecta al idioma francés no hay ninguna institución que la enseñe.

2.4.2 Proyección de la oferta

Para la determinación de la oferta, se sumarán el número de personas que han estudiado inglés e indicado un Centro de Idiomas, según encuesta, y se obtendrá el porcentaje de estos con respecto al total de las personas encuestadas y se aplicará la tasa de crecimiento poblacional exponencial calculada anteriormente (tasa=1,42), sin incluir Otros fuera de Chincha, debido a que este no se encuentra dentro de la Región de Ica, y lo que se va a analizar son las ofertas existentes dentro de la ciudad de Chincha Alta y tampoco se considerará colegios, debido a estos no son competencia al no ser instituciones dedicadas exclusivamente a la enseñanza de un idioma extranjero; por último con

respecto a la oferta de enseñanza del idioma francés, al no haber instituciones que enseñen dicho idioma, se trabajará solo con la oferta de instituciones de inglés.

| | | |
|---------------|---|-----|
| UPNA | → | 47 |
| NOVA | → | 41 |
| Ada Byron | → | 45 |
| Otros Chincha | → | 9 |
| | | 142 |

El total de encuestas es 385, por lo tanto el porcentaje que se tomará para obtener la oferta será: $142 / 385 = 0.3688 \rightarrow 36.88 \%$

Cuadro N°16. Población proyectada de la ciudad de Chincha Alta (2013 – 2017)
(en número de personas)

| Población | | | | | |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Años | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
| Población | 79,568 | 80,698 | 81,844 | 83,006 | 84,185 |

Elaboración Propia

Aplicando el porcentaje de participación de las diversas academias y/o institutos, se obtuvo la oferta para el período 2013 – 2017.

Cuadro N°17. Oferta proyectada de la ciudad de Chincha Alta (2013 – 2017)
(en número de personas)

| Año | Oferta | Oferta Proyectada |
|-------------|--------|-------------------|
| 2008 | 27,347 | |
| 2009 | 27,735 | |
| 2010 | 28,129 | |
| 2011 | 28,529 | |
| 2012 | 28,934 | |
| 2013 | | 29,345 |
| 2014 | | 29,761 |
| 2015 | | 30,184 |
| 2016 | | 30,613 |
| 2017 | | 31,047 |

Elaboración Propia

2.5 Demanda del proyecto

2.5.1 Demanda insatisfecha

Habiéndose obtenido tanto la demanda como la oferta en la ciudad de Chincha Alta en lo que respecta al hecho de estudiar como segunda lengua al idioma inglés.

Se obtendrá la demanda insatisfecha como resultado de la diferencia entre la demanda y la oferta.

Cuadro N°18. Demanda insatisfecha de la ciudad de Chincha Alta (2013 – 2017)
(en número de personas)

| Año | Demanda | Oferta | Demanda Insatisfecha |
|------|---------|--------|----------------------|
| 2013 | 49,332 | 29,345 | 19,987 |
| 2014 | 50,032 | 29,761 | 20,271 |
| 2015 | 50,743 | 30,184 | 20,559 |
| 2016 | 51,463 | 30,613 | 20,851 |
| 2017 | 52,194 | 31,047 | 21,147 |

Elaboración Propia

2.5.2 Demanda para el proyecto

Para entrar en el mercado, nuestra estrategia es la de inicialmente captar el 39.3% de la oferta, el cual está rotulado como Otros-Chincha y Colegio, y esto se debe a que hay algunos institutos más que comparten esta participación del mercado, con lo cual se empezará captando estudiantes de las academias menos representativas y los que no tengan estudios fuera del colegio en lo que respecta a idiomas, y luego en base a nuestra calidad de enseñanza, iremos creciendo en el mercado.

Cuadro N°19. Demanda del proyecto de la ciudad de Chincha Alta (2013 – 2017)
(en número de personas)

| Año | Demanda Insatisfecha | Demanda del proyecto |
|------|----------------------|----------------------|
| 2013 | 19,987 | 7,860 |
| 2014 | 20,271 | 7,972 |
| 2015 | 20,559 | 8,085 |
| 2016 | 20,850 | 8,199 |
| 2017 | 21,147 | 8,316 |

Elaboración Propia

2.6 Comercialización

2.6.1 Promoción y publicidad

La promoción y publicidad es un factor importante si se quiere dar a conocer una nueva institución educativa y atraer a los clientes, dándoles a conocer las ventajas y características más relevantes del instituto de inglés, para lo cual se utilizarán los siguientes medios de promoción:

Publicidad

Canal 23.- El cual es un canal de señal abierta en Chincha Alta, razón por la cual no habrá persona que no pueda ver la publicidad. El costo en que se incurrirá mensualmente es de S/.350.00 y consta de 8 avisos diarios de lunes a domingo, incluyendo 3 noticiarios cada hora.

Cable Chincha.- Este medio está dirigido a las personas que no les gusta ver el canal local y que en vez de este, prefieren ver otros canales que la señal de cable. El costo en el que se incurrirá es el del paquete 2, el cual es S/.420.00 mensuales y consta de un spot de video de hasta 60 segundos, 12 emisiones diarias, 4 avisos teledatos en la programación del canal América TV, por una semana.

Productos con el logotipo del Centro de Idiomas

Los productos se repartirán tanto en las calles conjuntamente con los volantes de propaganda (lapiceros, llaveros y tomatodos), así como a los alumnos que se matriculen (lápices, lapiceros, borradores, bolsas morral y blocks) para incentivar el reconocimiento y la identificación del Centro de Idiomas en la ciudad de Chincha Alta.

Cuadro N°20. Detalle de Productos con logotipo del Centro de Idiomas

| Descripción | Cantidad | Precio (S/.) | Total (S/.) |
|--------------|----------|--------------|-----------------|
| Lápiz | 500 | 0.4 | 190.0 |
| Lapicero | 2,500 | 0.6 | 1,525.0 |
| Borrador | 500 | 0.5 | 250.0 |
| Block | 500 | 0.8 | 375.0 |
| Llaveros | 2,000 | 1.2 | 2,400.0 |
| Bolsa morral | 500 | 4.0 | 2,000.0 |
| Tomatodo | 1,500 | 3.5 | 5,250.0 |
| Total | | | 11,990.0 |

Elaboración Propia

Información Virtual

Creando la página Web del instituto, en el cuál el público en general, podrá enterarse de la metodología de enseñanza a utilizar, precios, certificaciones, profesores, etc.; información relevante que ayude a afianzar la credibilidad y promoción. El costo de creación de la página Web será de US\$500.00.

Envíos de publicidad por mail

Se enviará publicidad a Facebook y Hotmail, los cuales son portales de comunicación que tienen una gran cantidad de adeptos entre el público joven, que son nuestro público objetivo.

2.6.2 Precios

De la encuesta realizada, se obtuvo diversas respuestas con respecto a los precios, variando entre S/.70.00 y S/.150.00, tal y como se puede observar en el Cuadro N°4, para lo cual se procederá a organizar los datos en intervalos de clase; al tener varios precios con frecuencias altas, agruparemos los precios en rangos, de tal forma que podamos obtener un precio más real y acorde con lo que esperan pagar las personas.

Considerando:

$$N = 227$$

$$K = \sqrt{227} = 15.07$$

$$\text{Máximo} - \text{Mínimo} = 150 - 70 = 80$$

$$\text{Amplitud de Rango} = 80 / 15.07 = 5.3 \approx 5$$

Cuadro N°21. Precios según frecuencias
(en número de personas)

| Clase | Frecuencia |
|---------------|------------|
| [70 - 75] | 35 |
|] 75 - 80] | 20 |
|] 80 - 85] | 12 |
|] 85 - 90] | 30 |
|] 90 - 95] | 31 |
|] 95 - 100] | 45 |
|] 100 - 105] | 18 |
|] 105 - 110] | 8 |
|] 110 - 115] | 11 |
|] 115 - 120] | 0 |
|] 120 - 125] | 0 |
|] 125 - 130] | 4 |
|] 130 - 135] | 0 |
|] 135 - 140] | 7 |
|] 140 - 145] | 4 |
|] 145 - 150] | 2 |

Elaboración Propia

El rango de mayor frecuencia va de S/.95 a S/.100, para lo cual se tomará el máximo precio, es decir el costo será de S/.100 (incluyendo IGV).

CAPÍTULO 3: ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Localización

La determinación de la localización del Centro de Idiomas se hará en dos etapas; primero se realizará la macro localización para determinar a nivel de la Región de Ica, la zona más adecuada, para luego mediante un estudio de micro localización determinar el terreno más apropiado en la zona antes seleccionada.

3.1.1 Macro localización

Para el estudio de macro localización se analizará las provincias de la Región de Ica, incluyéndose ésta, las cuales son las siguientes:

Ica

Es una de las cinco provincias que conforman la Región de Ica, perteneciente a la Región Ica; está ubicada en la parte central de la región con una superficie de 7,894 km². Es la provincia con mayor extensión de la región.

En esta ciudad se concentran muchas tiendas, institutos, centros tecnológicos y cuenta además con la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica y con 2 filiales de universidades particulares.

Chincha Alta

Es la ciudad de la Costa Sur-Central del Perú, se encuentra ubicado a 100 km. de la Provincia de Ica y 200 km de Lima, con una superficie de 2,988 Km².

Es una zona en crecimiento, ya que hace algunos años se instaló en la localidad de Melchorita, el Gas de Camisea, razón por la cual últimamente han incursionado tiendas como Sodimac, Plaza Vea y Tottus, cuenta además con institutos, centros tecnológicos, la Universidad Particular Ada Byron y la filial de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega de Lima.

Pisco

Es la ciudad del Centro-Sur del Perú, situado a 290 km al sudeste de Lima, a orillas del mar peruano; comprende tanto el pueblo, conocido como “Pisco pueblo” como el puerto y el malecón conocidos como “Pisco playa”; tiene una superficie de 3,978 km².

Es una importante ciudad pesquera, la gran parte de su población se dedica a la pesca artesanal, fue una de las ciudades más golpeadas en el último terremoto del año 2007, razón por la cual gran parte de la ciudad todavía se encuentra en ruinas; en el aspecto educativo, cuenta con institutos, centros tecnológicos y la Facultad de Industrias Alimentarias de la Universidad Nacional San Luis Gonzaga de Ica.

Nazca

Limita al norte con las provincias de Ica y Palpa, al este con la Región Ayacucho, al sur con la Región Arequipa y al oeste con el Océano Pacífico; tiene una superficie de 5,234 km².

Esta provincia, es una importante zona turística, gracias a la gran actividad de turistas que llegan para apreciar las famosas Líneas de Nazca, las cuales mantienen con vida dicha ciudad, los pobladores también se dedican a otras actividades tales como la pesca, agricultura y minería; esta ciudad también cuenta con institutos y centros tecnológicos más no con universidades.

Palpa

Limita al norte con la Región Huancavelica, al este con la Región Ayacucho, al sur con la Provincia de Nazca y al oeste con la Provincia de Ica, es la única de las cinco provincias que no tiene litoral. Tiene una superficie de 1,233 km².

La geografía de esta provincia es muy accidentada, con profundas quebradas y estrechos valles, que dan inicio a las primeras estribaciones andinas, por lo cual no sería viable la implementación de algún instituto de idiomas, ya que el acceso sería difícil.

Selección de la zona

Haciendo un análisis de las 5 provincias de la Región de Ica, se llega a la conclusión de que Chincha Alta es la ciudad que ofrece mayores posibilidades de implementar un

Centro de Idiomas, debido al crecimiento comercial que viene presentando en los últimos años, lo cual no solo demandará mayor preparación académica sino que también brindará las posibilidades económicas para invertir en educación.



Gráfico N°16. Mapa de la Región de Ica
Fuente: Wikipedia Ica

3.1.2 Micro localización

La micro localización, nos indicará la mejor alternativa de instalación dentro de la provincia de Chincha Alta, para lo cual se mencionarán los factores a considerar.

Para realizar el análisis de la mejor ubicación dentro de la provincia, se tomarán en cuenta los 3 principales distritos de la provincia, los cuales son:

Cuadro N°22. Ubicación de los principales distritos de Chincha

| Distrito | Ubicación | Descripción |
|--------------|--------------------|--|
| Chincha Alta | Calle Colón | Ubicado a 5 cuadras de la Plaza de Armas |
| Pueblo Nuevo | Avenida Santa Rosa | Ubicado a 3 cuadras de la Plaza de Armas |
| Grocio Prado | Avenida Melchorita | Ubicado a 4 cuadras de la Plaza de Armas |

Elaboración Propia



Gráfico N°17. Mapa de la Provincia de Chincha

Fuente: Wikipedia Chincha Alta

Los factores que se considerarán serán los siguientes:

- Costo del terreno (F1)

En este caso, las ubicaciones sugeridas no se encuentran dentro de la Plaza de Armas, debido a que el precio del m² se incrementa en el 200%, por esta razón las ubicaciones sugeridas, si bien no se encuentran en la Plaza de Armas, están bastante cerca.

El costo del terreno³ es:

- Calle Colón (a 5 cuadras de la Plaza de Armas) en el distrito de Chincha, S/.95
 - Avenida Santa Rosa (a 3 cuadras de la Plaza de Armas) en el distrito de Pueblo Nuevo, S/.70
 - Avenida Melchorita (a 4 cuadras de la Plaza de Armas) en el distrito de Grocio Prado, S/.50
- Mercado (F2)

Es necesario tomar en cuenta el distrito que cuente con mayor población, en el caso de los 3 distritos antes mencionados, Chincha es la provincia que cuenta con mayor población, seguida por Pueblo Nuevo y finalmente tenemos a Grocio Prado⁴

³ Precio otorgado en las municipalidades de Chincha Alta, Pueblo Nuevo y Grocio Prado

⁴ Wikipedia Provincia de Chincha

- Accesibilidad - Transporte (F3)

Es un factor importante, ya que al tratarse de una provincia, hay zonas alejadas al centro de la ciudad de Chíncha, como por ejemplo Sunampe, El Carmen, Alto Larán, entre otros distritos; a su vez, se debe considerar que dentro de la provincia para el transporte interno utilizan las moto taxis, y para transporte entre distritos, utilizan los colectivos, los cuales son taxis que tiene una ruta y las personas pagan cada uno su pasaje y se baja en el paradero que esté dentro de la ruta, además de los colectivos también se utilizan buses y los taxis particulares.

- Ubicación (F4)

Se debe tomar en cuenta, el distrito que se encuentre en una ubicación céntrica, accesible para los alumnos, ya que se deberá considerar que habrán alumnos que residan en los distritos aledaños e inclusive que se movilicen desde las demás provincias de la región.

- Servicios de agua, luz y teléfono (F5)

Con respecto al costo, no habría diferencias relevantes, ya que en las tarifas de luz, agua y teléfono, la variación es mínima, estando el monto a pagar directamente relacionado con el consumo realizado.

Lo que si es un factor a considerar es la disponibilidad de estos servicios, ya que en lo que respecta al servicio de agua, tanto los distritos de Pueblo Nuevo como Grocio Prado tienen problemas, siendo este servicio cortado en algunas ocasiones.

A continuación se presenta los criterios de micro localización con sus respectivos pesos, para luego ser evaluados en una escala del 1 al 5, para lo cual se obtendrá el puntaje de cada distrito multiplicando el peso por la calificación obtenida.

Cuadro N°23. Criterios de Micro localización

| Factor | Criterio | Peso |
|--------|-----------------------------------|------|
| F1 | Costo del Terreno | 30% |
| F2 | Mercado | 25% |
| F3 | Accesibilidad - Transporte | 18% |
| F4 | Ubicación | 22% |
| F5 | Servicios de agua, luz y teléfono | 5% |
| | | 100% |

Elaboración Propia

Cuadro N°24. Escala de calificaciones

| Clasificación | Calificación |
|---------------|--------------|
| Mala | 1 |
| Regular | 2 |
| Buena | 3 |
| Muy buena | 4 |
| Excelente | 5 |

Elaboración Propia

Cuadro N°25. Evaluación de Micro localización

| Criterios | F1 | F2 | F3 | F4 | F5 | Puntaje |
|--------------|-----|-----|-----|-----|----|---------|
| Porcentaje | 30% | 25% | 18% | 22% | 5% | |
| Chincha Alta | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3.67 |
| Pueblo Nuevo | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3.00 |
| Grocio Prado | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2.83 |

Elaboración Propia

Teniendo en cuenta los resultados de la evaluación anterior, se escoge el distrito con mayor puntaje que es Chincha Alta.

3.2 Tamaño

La determinación del tamaño del Centro de Idiomas se centraliza en el tema del dimensionamiento adecuado de las instalaciones, para lo cual se tendrá en cuenta la Directiva de Criterios Técnicos para la Evaluación de Infraestructura para la Apertura de Funcionamiento de Instituciones Educativas Privadas⁵.

El área total se dividirá en 3 sectores:

3.2.1 Sector Educativo

Esta área estará comprendida por las aulas, el laboratorio y los servicios higiénicos de los alumnos.

- Aulas: Del porcentaje de demanda insatisfecha que se considera abarcar en el primer año (ver 2.5.2 Demanda para el proyecto), se concluyo que la cantidad de alumnado con la que vamos a terminar en el primer año sería aproximadamente de 680 alumnos, para lo cual si se considera aulas con capacidad para 15 alumnos, se necesitarían alrededor de 45 aulas, de las cuales

implementaremos inicialmente 9 aulas, ya que se debe de tener en cuenta que contaremos con 5 turnos.

Según la Directiva en el apartado VII Consideraciones Técnicas – Aulas, para aulas con número menor o igual a 20 alumnos, se deberá considerar 1.6 m²/alumno, siendo el cálculo del área del aula el siguiente:

Se considerarán 16 personas (15 alumnos y 1 profesor)

$1.6 \text{ m}^2/\text{persona} \times 16 \text{ personas} = 25.6 \text{ m}^2 + 4.4 \text{ m}^2 \text{ (desplazamientos)}$

Área Total del Aula = 30 m²

- Laboratorio: Tomando en cuenta el área que se debe de considerar por alumno (1.6 m²) se le agregará 0.4 m² por espacio de máquina, con lo cual se considerará 2 m², siendo el cálculo del área del laboratorio el siguiente:

Se considerarán 16 personas (15 alumnos y 1 profesor)

$2 \text{ m}^2/\text{persona} \times 16 \text{ personas} = 32 \text{ m}^2 + 3 \text{ m}^2 \text{ (espacio adicional)}$

Área Total del Laboratorio = 35 m²

- Sala de Profesores: Este espacio está destinado exclusivamente para la estancia de los profesores en el espacio libre de las clases y una vez terminadas estas, el cual estará acondicionado con mesas y sillones, para que puedan descansar un momento o en todo caso revisar algunas anotaciones de clases.

El área total de la sala de profesores será de 28 m².

- Servicios Higiénicos Alumnos: Se tendrá como base lo indicado por la Directiva N°004 Apartado VII Consideraciones Técnicas – Servicios Higiénicos⁵.

El baño de las alumnas deberá contar 01 inodoro y 01 lavatorio por cada 50 alumnas, por lo tanto si se consideran 180 alumnas por horario y se considera el porcentaje de matrícula de las alumnas 50% (según la directiva), los baños deberán de contar con 2 inodoros y 2 lavatorios como mínimo, pero se agregará 1 inodoro y 1 lavatorio para evitar esperas para utilizar los servicios.

El baño de los alumnos, deberá contar con 1 urinario, 1 lavatorio y 1 inodoro por cada 60 alumnos, por lo tanto si se consideran 180 alumnos por horario con un 50% de alumnos (según Directiva), el requerimiento mínimo serían 2 urinarios, 2 lavatorios y 2 inodoros, agregándose a esto 1 urinario adicional.

⁵ Directiva N°004-2008 – GORE-ICA-DRE/DGI

Teniendo en cuenta las consideraciones antes mencionadas, el área tanto del baño de las alumnas como el de los alumnos será de: 10.5 m²

Cuadro N°26. Área Sector Educativo

| Área | Cantidad | Área (m ²) | Total (m ²) |
|----------------------|----------|------------------------|-------------------------|
| Aula | 12 | 30 | 360 |
| Laboratorio | 1 | 35 | 35 |
| Servicios Higiénicos | 2 | 10.5 | 21 |
| Sala de Profesores | 1 | 28 | 28 |

Elaboración Propia

3.2.2 Sector Administrativo y de Profesores

Esta área estará comprendida por la recepción, la dirección, la sala de profesores y los servicios higiénicos de estos.

- Recepción: En esta área habrán 2 personas que se encargarán de dar información a las personas que así lo requieran y de ingresar los pagos por los servicios ofrecidos por el Centro de Idiomas, esta será un área cerrada exclusiva para el personal, el área donde se ubicarán los alumnos y público en general será un espacio abierto.

El área total de la Recepción será de 6 m².

- Dirección: Esta será la oficina del director, la cual está acondicionada para que este pueda realizar sus labores académicas y a su vez pueda atender eventuales consultas o reuniones.

El área total de la Dirección será de 6 m².

Cuadro N°27. Área Sector Administrativo y de Profesores

| Área | Cantidad | Área (m ²) | Total (m ²) |
|-----------|----------|------------------------|-------------------------|
| Recepción | 1 | 6 | 6 |
| Dirección | 1 | 6 | 6 |

Elaboración Propia

3.2.3 Sector de Esparcimiento

- Cafetería: Esta área está destinada a ofrecer diversos productos tales como bebidas calientes y frías, sandwiches y golosinas en general para que los alumnos puedan consumir en los intermedios de clases y al iniciar o finalizar estas.

El área total de la cafetería será de 40 m².

Cuadro N°28. Área Sector de Esparcimiento

| Área | Cantidad | Área (m ²) | Total (m ²) |
|-----------|----------|------------------------|-------------------------|
| Cafetería | 1 | 40 | 40 |

Elaboración Propia

3.2.4 Área Total

Teniendo en cuenta las dimensiones de los sectores antes vistos, el área total mínima del terreno que se requiere construir es:

Cuadro N°29. Área Mínima Requerida

| Sector | Área (m ²) |
|-------------------------|------------------------|
| Sector Educativo | 444 |
| Sector Administrativo | 12 |
| Sector de Esparcimiento | 40 |
| | 496 |

Elaboración Propia

Considerando que las aulas están ubicadas en el perímetro del terreno y que se piensa más adelante implementar un segundo piso, el área que se necesita, según dimensiones del proyecto (ver Anexo 5) es 821 m².

3.3 Características Físicas

3.3.1 Infraestructura

Se analizará los materiales de construcción y acabados, según los sectores definidos anteriormente:

- a) Sector Educativo

Aulas de Clase

Las aulas serán de ladrillo, con piso de loseta, puerta de madera y amplias ventanas de vidrio

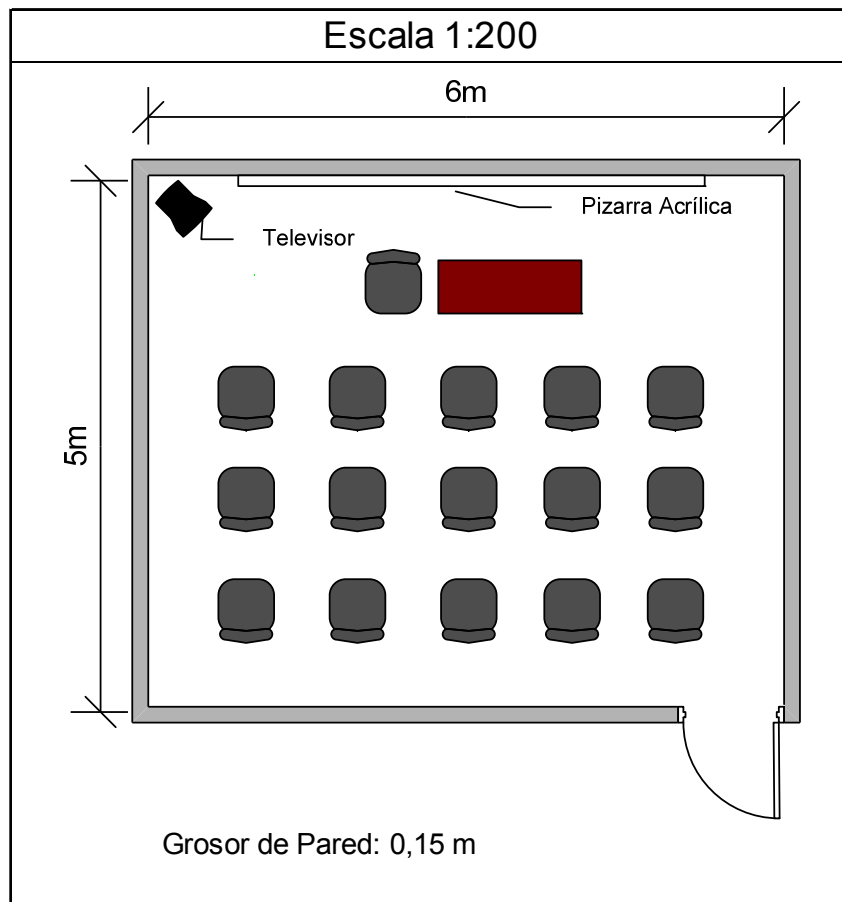


Gráfico N°18. Área requerida para la Aulas
Elaboración Propia

Laboratorio

El laboratorio será de ladrillo, con piso de loseta y puerta de madera.

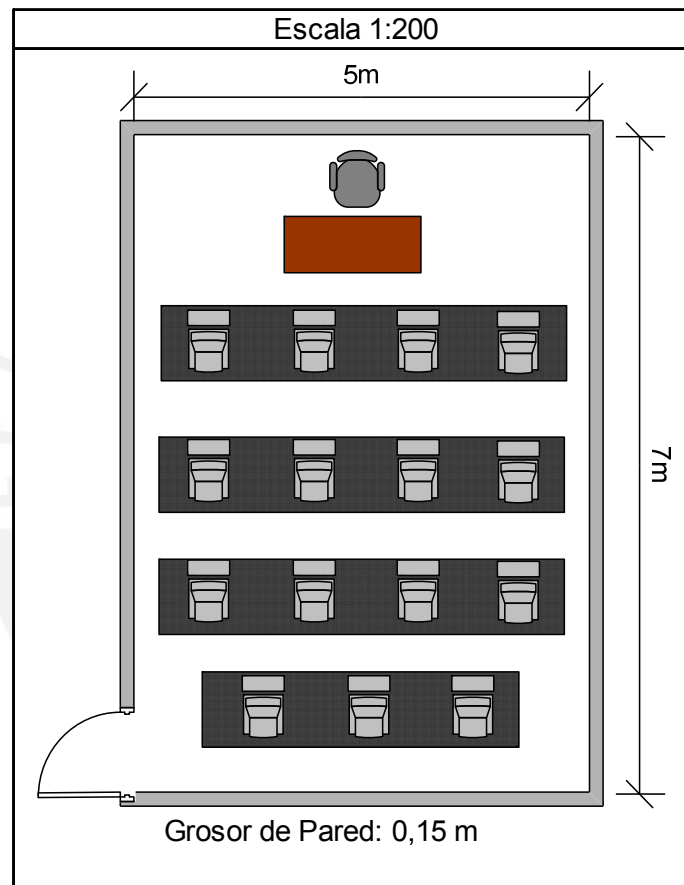


Gráfico N°19. Área requerida para el Laboratorio
Elaboración Propia

Sala de Profesores

La Sala de Profesores será de ladrillo, con piso de loseta y puerta de madera.

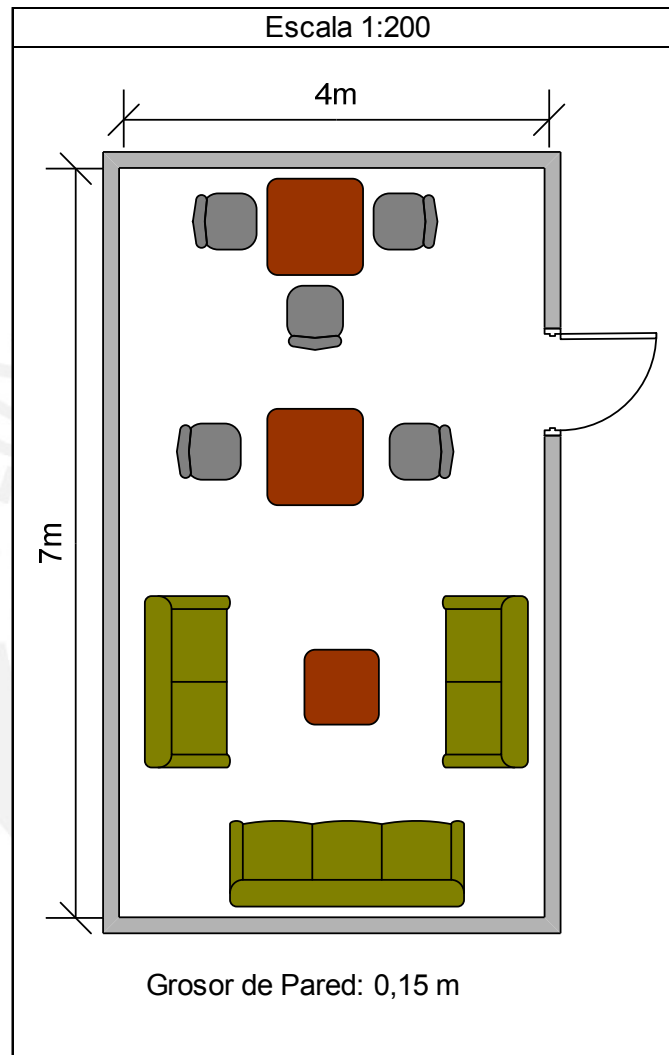


Gráfico N°20. Área requerida para la Sala de Profesores
Elaboración Propia

Servicios Higiénicos Alumnos

Los baños serán de ladrillo, con piso de loseta, pequeñas puertas de madera para los servicios y una puerta de madera principal a la entrada del baño.

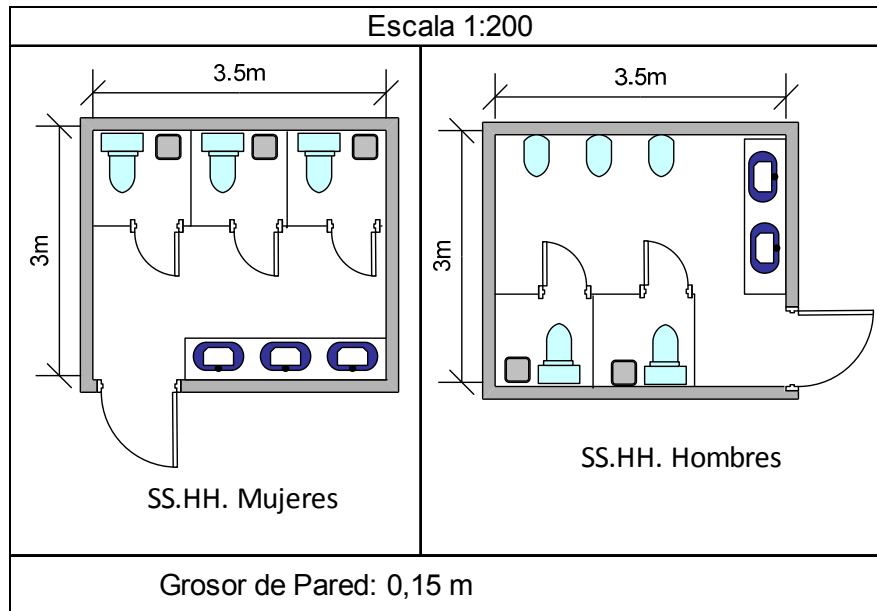


Gráfico N°21. Área requerida para los Servicios Higiénicos Alumnos
Elaboración Propia

b) Sector Administrativo y de Profesores

Recepción

La Recepción será de ladrillo, con piso de loseta, una ventanilla amplia que servirá para la atención al público y puerta de madera que permitirá el ingreso y salida del personal autorizado.

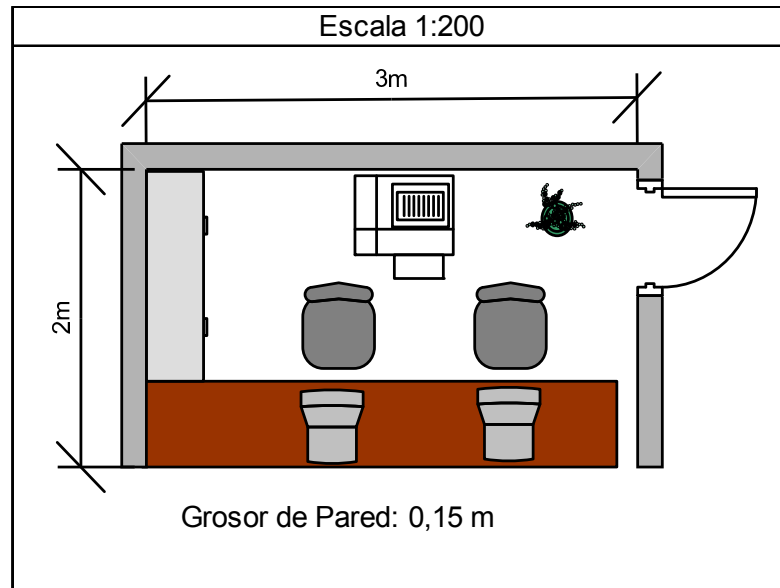


Gráfico N°22. Área requerida para la Recepción
Elaboración Propia

Dirección

La Dirección será de ladrillo, con piso de loseta, ventana y puerta de madera.

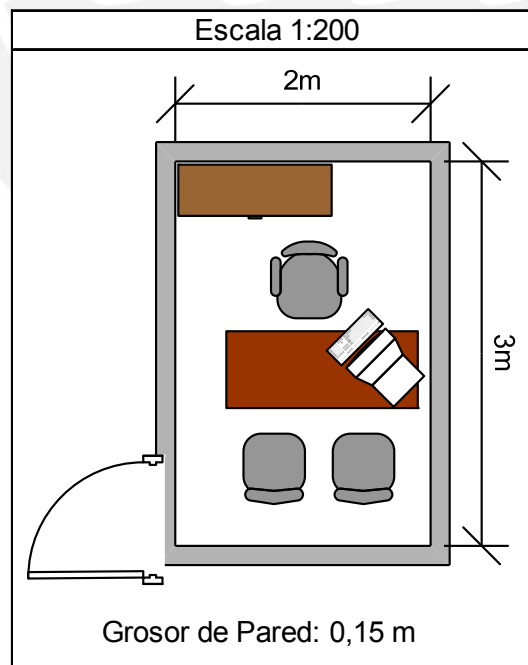


Gráfico N°23. Área requerida para la Dirección
Elaboración Propia

c) Sector de Esparcimiento

Cafetería

La cafetería será de ladrillo, con piso de loseta, puerta principal vaivén de vidrio y una puerta para salida de las personas que atiendan en la cafetería.

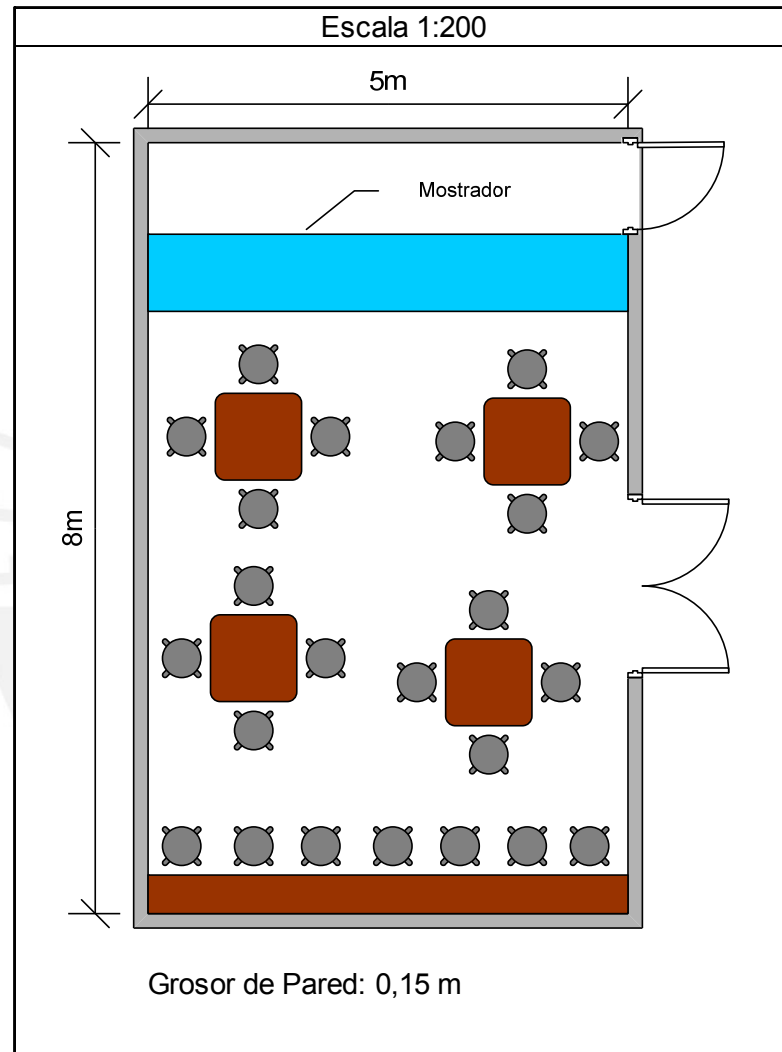


Gráfico N°24. Área requerida para la Cafetería
Elaboración Propia

3.3.2 Maquinaria y equipos

Las maquinarias, equipos y muebles que se utilizarán se indicarán según sectores en base a precios sin IGV:

a) Sector Educativo

- Aulas de Clase: Se contará con 16 pupitres, una mesa pequeña para que el profesor pueda colocar objetos según sea lo que necesite, una pizarra acrílica, un televisor para poder ver y/o escuchar el material didáctico y dos ventiladores en cada aula.
- Laboratorio: Contará con 16 computadoras, mesas largas para colocar las computadoras, una mesa individual para el profesor y 16 sillas giratorias de cómputo.
- Sala de Profesores: Contará con 3 muebles de reposo, 1 mesa de centro y 2 juegos de mesas con 3 sillas.

Cuadro N°30. Materiales requeridos en el Sector Educativo

| Área | Ítem | Especificaciones | Cantidad | Precio Individual (S./.) |
|----------------------|------------------------------|--|----------|--------------------------|
| Aulas de Clase | Pupitres | Estructura con sobre laminado y acero, parrilla porta libros | 144 | 47 |
| | Mesa de Profesor | Mesa de madera | 9 | 30 |
| | Pizarras | Acrílicas | 9 | 76 |
| | Televisores | LCD AOC 32" | 9 | 677 |
| | Ventiladores | 3 niveles de potencia | 18 | 64 |
| | Tacho de basura | Plástico | 9 | 8 |
| Laboratorio | Mesa | Mesa de Cómputo para 4 computadoras | 3 | 153 |
| | Mesa | Mesa de Cómputo para 3 computadoras | 1 | 85 |
| | Mesa de Profesor | Mesa de madera | 1 | 30 |
| | Computador | PC Samsung 4 Gb + LCD 17" | 16 | 593 |
| | Sillas | Sillas Giratorias de Cómputo | 16 | 42 |
| | Tacho de basura | Plástico | 2 | 8 |
| Servicios Higiénicos | Juego de Inodoro y lavatorio | Modelo básico | 5 | 102 |
| | Urinaros | Urinario Modelo: Bambi | 3 | 75 |
| | Tacho de basura | Plástico | 7 | 8 |
| Sala de Profesores | Juego de Muebles | Muebles para hall | 1 | 254 |
| | Mesa | Mesa circular de madera | 1 | 38 |
| | Juego de mesa | Mesa circulares con 3 sillas | 2 | 84 |
| | Tacho de basura | Plástico | 2 | 8 |

Elaboración Propia

b) Sector Administrativo

- Recepción: Contará con una mesa alta donde atenderán las personas de informes y de pagos, 2 sillas altas, un librero donde se guardarán los libros y otros papeles de la oficina, una impresora, un teléfono y 2 computadoras
- Dirección: Contará con un escritorio, una silla para el director, 2 sillas para recibir al público, un archivero para papeles de oficina, un teléfono y una computadora.

Cuadro N°31. Materiales requeridos en el Área Administrativa

| Área | Ítem | Especificaciones | Cantidad | Precio Individual (S/.) |
|-----------|----------------------|--|----------|-------------------------|
| Recepción | Mesa | Tablero largo | 1 | 136 |
| | Sillas | Sillas altas | 2 | 47 |
| | Estante | Estante librero con puertas | 1 | 161 |
| | Impresora | Impresora HP Multifuncional DJ3050 | 1 | 211 |
| | Impresora de Boletas | Impresora Epson Tm-t88-Boletas | 1 | 330 |
| | Teléfono | Simple Con Pantalla , Manos Libres y Caller ID | 2 | 57 |
| | Computadora | PC Samsung 4 Gb + LCD 17" | 2 | 593 |
| | Tacho de basura | Plástico | 2 | 8 |
| Dirección | Escritorio | Madera con cajones con cerradura y un cajón archivador | 1 | 102 |
| | Silla Director | Silla Ejecutiva giratoria | 1 | 76 |
| | Sillas | Sillas de visita | 2 | 38 |
| | Estante | Estante librero | 1 | 105 |
| | Teléfono | Simple Con Pantalla , Manos Libres y Caller ID | 1 | 56 |
| | Computadora | PC Samsung 4 Gb + LCD 17" | 1 | 593 |
| | | Tacho de basura | Plástico | 1 |

Elaboración Propia

c) Sector de Esparcimiento

- Cafetería: Contará con un mostrador, 4 juegos de mesa con 4 sillas, una mesa larga y 7 sillas.

Cuadro N°32. Materiales requeridos en el Área de Alumnos

| Área | Ítem | Especificaciones | Cantidad | Precio Individual (S/.) |
|------------|------------------------|--|----------|-------------------------|
| Cafetería | Mostrador | Vitrina mostrador con marcos de aluminio | 1 | 153 |
| | Juego de mesa y sillas | Mesas de metal con tablero de Melamine y 4 sillas de metal | 4 | 195 |
| | Mesa Larga | Tablero largo para lecturas dentro de la cafetería | 1 | 254 |
| | Bancos | Bancos Bar acrílicos | 7 | 59 |
| | Tacho de basura | Plástico | 4 | 8 |
| Exteriores | Bancos de Descanso | Bancos de madera, forma tubular | 14 | 72 |
| | Tacho de basura | Plástico | 4 | 8 |

Elaboración Propia

3.4 Proceso de servicio

Los alumnos realizarán dos tipos de operaciones principales:

3.4.1 Solicitud de Información

Para lo cual habrá una persona encargada para brindar información en los siguientes casos:

a) Horarios Disponibles

El cual consiste en que la persona encargada brinde información acerca de la disponibilidad de horarios, el cual dependerá del nivel en que se encuentre el alumno y el horario de preferencia.

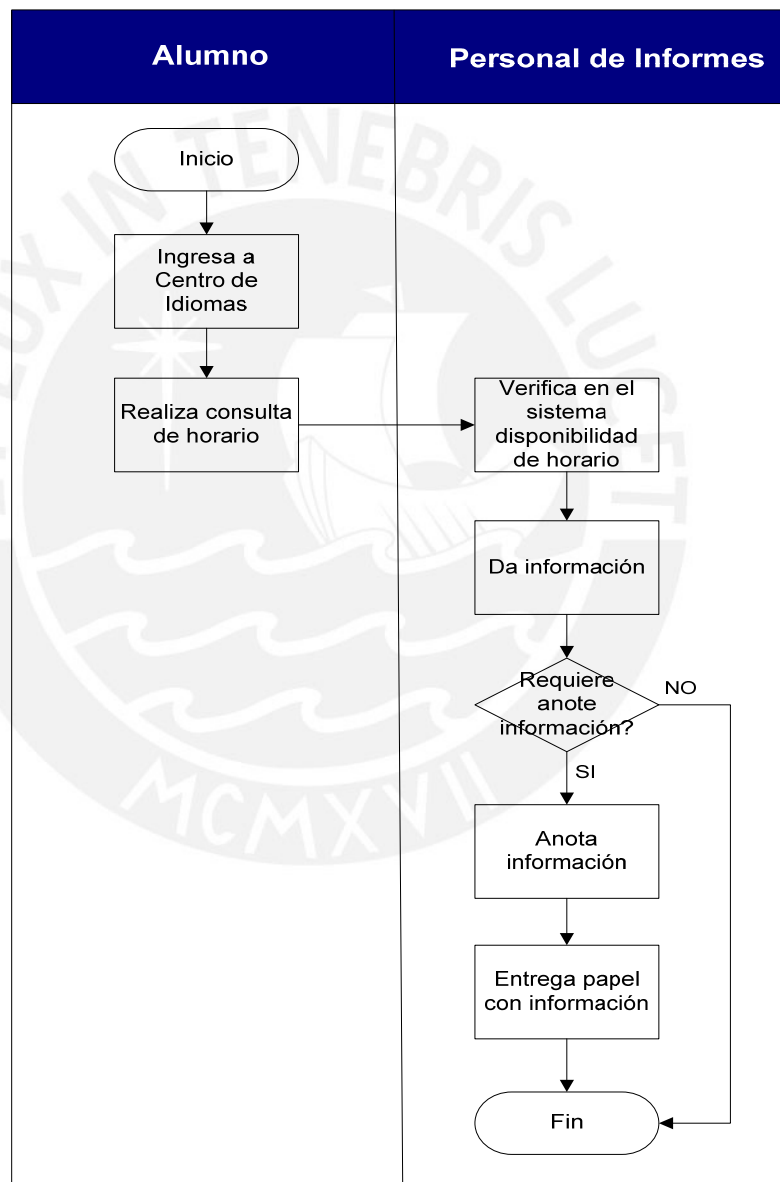


Gráfico N°25. Proceso de Información de Horarios Disponibles
Elaboración Propia

b) Costo de los libros

El cual consiste en que la persona encargada de brindar información, indique los libros utilizados y como varían estos según el nivel en el que se encuentre el alumno.

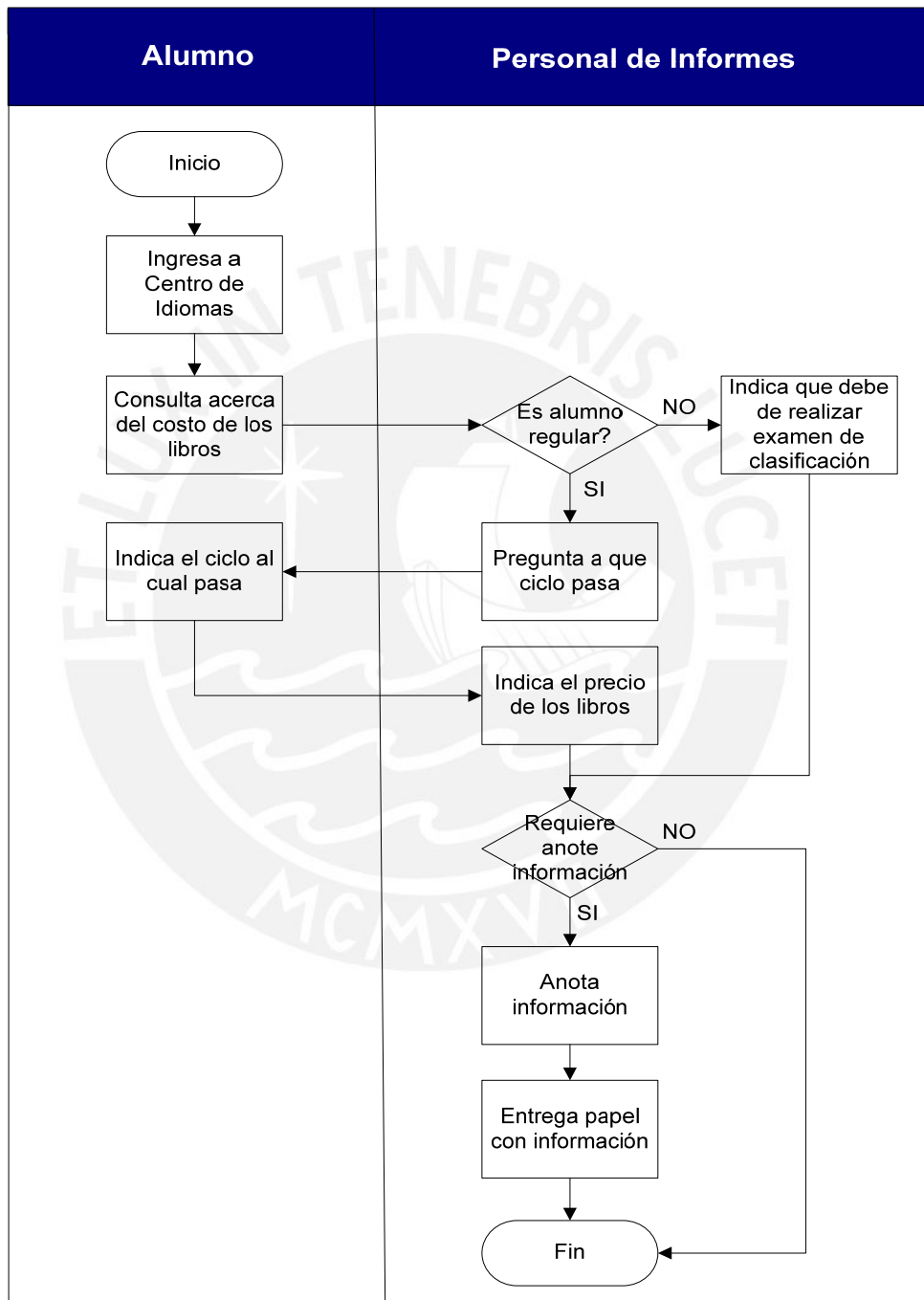


Gráfico N°26. Proceso de Información de Costo de Libros
Elaboración Propia

c) Costo del curso mensual

Consistirá en que se le indique al alumno el costo del curso por mes

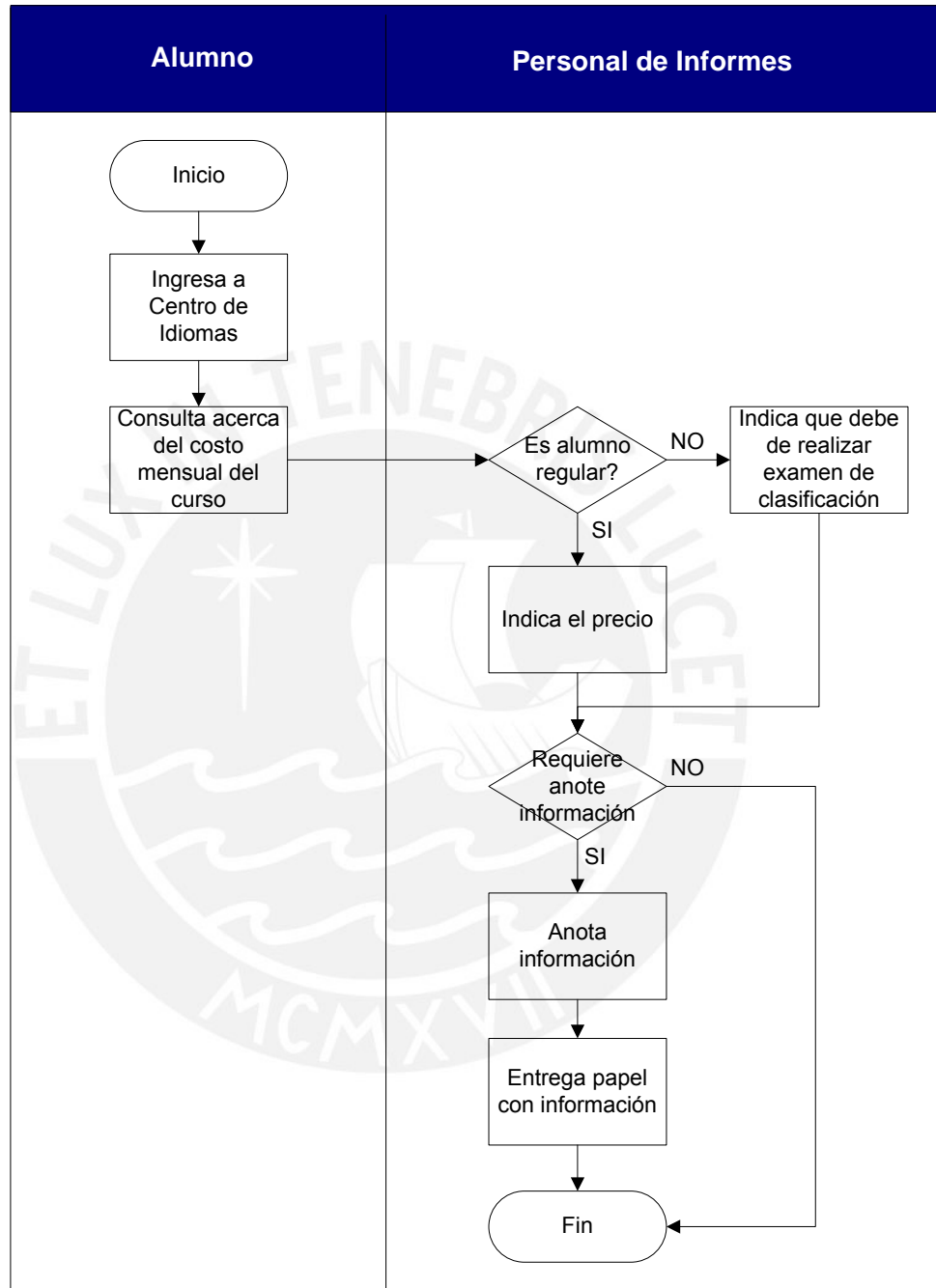


Gráfico N°27. Proceso de Información de Costo del curso mensual
Elaboración Propia

d) Información General

La persona encargada brindará información referente a temas como los siguientes:

- Etapas del curso y la duración de estos.
- Metodología aplicada y de los recursos con los que cuenta el centro de idiomas para lograr el aprendizaje del idioma inglés en el tiempo ofrecido.
- Procedimiento para clasificación según nivel de inglés.

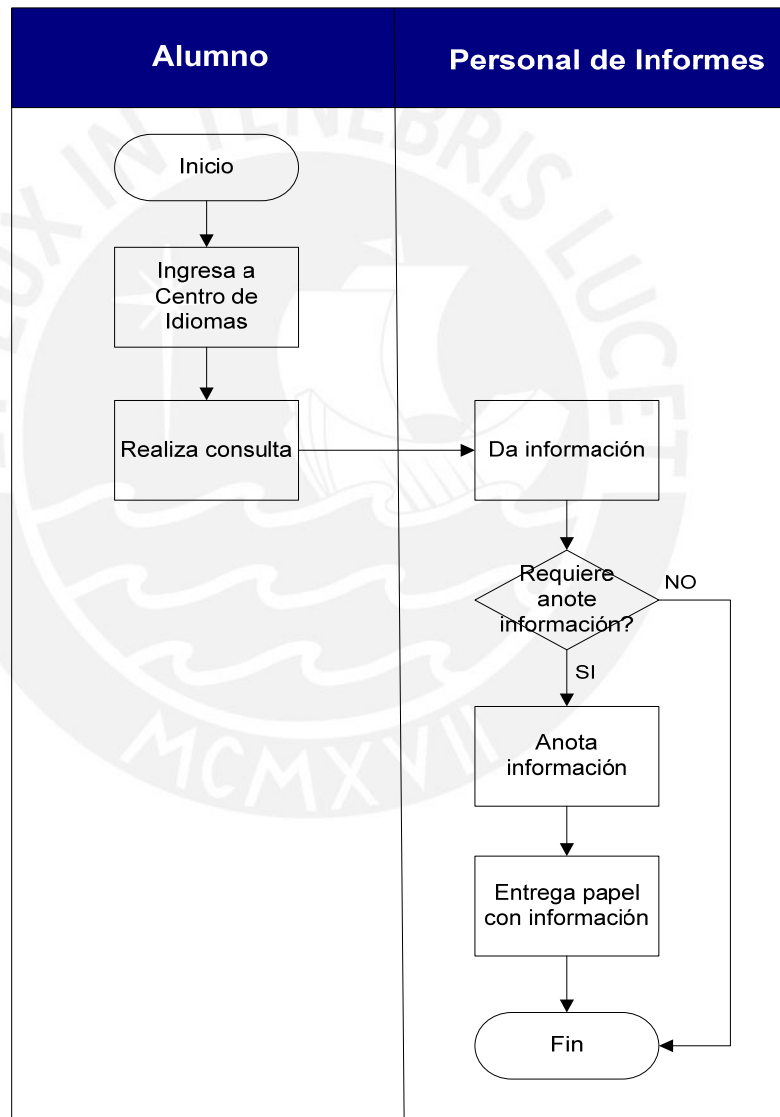


Gráfico N°28. Proceso acerca de Información General
Elaboración Propia

3.4.2 Pago de Servicios

Para lo cual habrá una persona encargada para registrar los pagos por examen de clasificación (los primeros dos meses será gratuita, debido a la inauguración del Centro de Idiomas), matrícula o libros, los cuales se podrán realizar en efectivo o haciendo uso de tarjeta de débito o crédito.

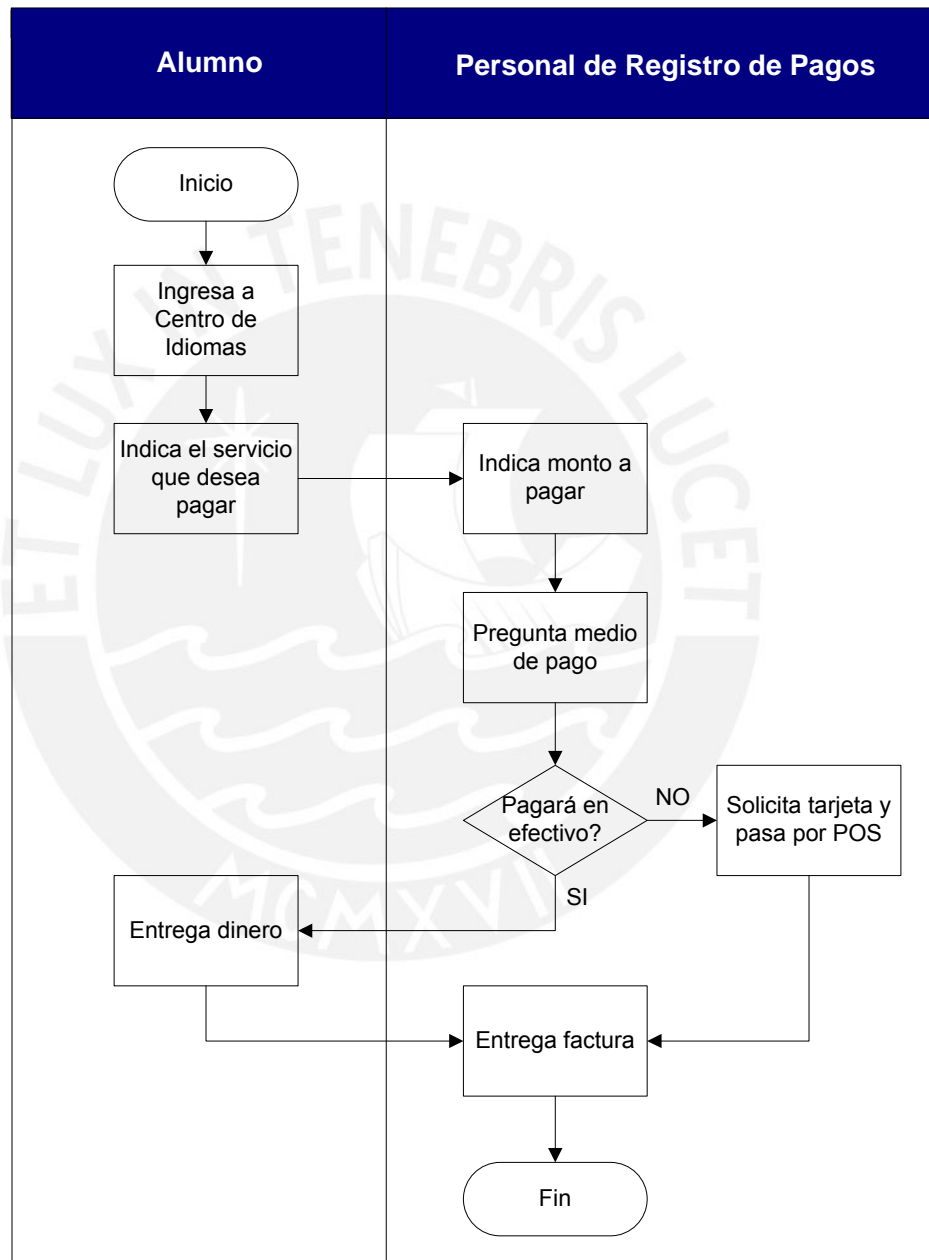


Gráfico N°29. Proceso de Pago de Servicios
Elaboración Propia

Luego el primer día de clase, el alumno asistirá con sus respectivos materiales, las clases serán de lunes a viernes con una duración de dos horas y descanso de 15 minutos, en el cual podrán utilizar los servicios higiénicos, la cafetería, donde se ofrecerá una variedad de productos como por ejemplo: galletas, gaseosas, sándwich, etc.

3.5 Requerimientos del proceso

3.5.1 Servicios

Se contará con los servicios de luz eléctrica, que nos será proporcionada por la empresa Electro Sur Medio, la cual es la empresa que opera dentro de la provincia de Chincha; en lo que respecta al agua potable, este se nos será proporcionado por la Empresa Sedapal, y finalmente se utilizará el servicio de Telefónica, para lo que corresponda a telefonía fija e internet (precios no incluyen IGV).

Cuadro N°33. Servicios requeridos para el Centro de Idiomas

| Servicio | Proveedor | Tarifa Mensual (S/.) | Monto Mensual Presupuestado (S/.) |
|----------|------------------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| Agua | Sedapal | 1.49 / m ³ | 90 |
| Luz | Electro Sur Medio | 0.39 / kw | 180 |
| Teléfono | Telefónica - Línea Control | 29 | 29 |
| Internet | Telefónica - Movistar Speedy | 92 | 92 |

Elaboración Propia

3.5.2 Insumos

Los insumos requeridos están vinculados a los servicios administrativos, educativos y de esparcimiento, entre ellos los materiales de enseñanza y los suministros de la cafetería, en la siguiente tabla se encuentran los insumos que se necesitarán mensualmente agrupados según servicios:

Cuadro N°34. Insumos requeridos para el Centro de Idiomas

| Servicio | Insumo | Cantidad | Medida | Frecuencia | Monto Mensual Presupuestado (S/.) |
|------------------|-----------------|----------|------------------------|------------|-----------------------------------|
| Educativo | Plumones Azul | 9 | unidad | Trimestral | 28 |
| | Plumones Rojos | 9 | unidad | Trimestral | |
| | Mota | 9 | unidad | Trimestral | |
| Administrativo | Papel bond A4 | 1 | Millar | Mensual | 102 |
| | Papel continuo | 1 | Millar | Mensual | |
| | Lapiceros | 5 | unidad | Mensual | |
| | Lápiz | 5 | unidad | Mensual | |
| | Pos-it | 1 | paquete 6 unid. | Mensual | |
| | Engrapadora | 3 | unidad | Semestral | |
| | Perforadora | 3 | unidad | Semestral | |
| | Saca grapas | 3 | unidad | Semestral | |
| Suministro Baños | Papel Higiénico | 30 | rollos | Mensual | 237 |
| | Jabón Líquido | 8 | Lt. | Mensual | |
| | Papel Toalla | 22 | rollos | Mensual | |
| Limpieza | Escoba | 5 | unidad | Trimestral | 247 |
| | Pinesol | 10 | Lt. | Mensual | |
| | Detergente | 2 | bolsa 5 Kg. | Mensual | |
| | Desodorizante | 6 | frasco | Mensual | |
| | Esponjas | 5 | unidad | Mensual | |
| | Desinfectante | 10 | Lt. | Mensual | |
| Cafeteria | Galletas | 10 | paquete 6 unid. | Semanal | 1,881 |
| | Gaseosas | 10 | paquete 6 unid. | Semanal | |
| | Chupetines | 1 | bolsa 30 unid. | Quincenal | |
| | Caramelos | 1 | bolsa 100 unid. | Quincenal | |
| | Sandwichs | 25 | unidad | Diario | |
| | Kekes | 2 | unidad de 15 porciones | Diario | |
| | Café | 3 | bolsa 750 gr. | Mensual | |
| | Infusiones | 3 | cajas de 25 filtrantes | Mensual | |

Elaboración Propia

3.5.3 Personal

Siendo una institución educativa, el principal factor de éxito son los profesores, los cuales serán la imagen del centro de Idiomas; razón por la cual, se contará tanto con profesores de la Región de Ica como de la ciudad de Lima para los niveles intermedio y avanzado,

Se realizará una rigurosa selección, contratando profesores de la ciudad de Lima, del ICPNA para realizar las evaluaciones respectivas. En primer lugar se hará una convocatoria de profesores y se programará las respectivas evaluaciones.

CAPÍTULO 4: ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

4.1 Tipo de Sociedad

El tipo de sociedad elegido es el de Responsabilidad Social Limitada S.R.L el cual constara de 4 socios; con respecto a la administración del Centro de Idiomas, de acuerdo al tipo de sociedad, esta constará de un Junta General, conformada por los 4 socios y un Gerente General, el cual se encargará de la administración de la sociedad con facultades especiales de representante procesal, el cual en el caso del Centro de Idiomas vendría a ser el Director.

4.2 Afectación Tributaria

Para la inscripción en la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria dentro del Registro Único de Contribuyentes se deberán de presentar los siguientes requisitos:

- Formulario de Inscripción de RUC a la SUNAT (Formulario N°2119 – Solitud de inscripción o de comunicación de afectación de tributos).
- Documento de Identidad del Representante Legal (Original y copia).

Uno de los siguientes documentos: Recibo de agua, luz, telefonía fija o cable cuya fecha de vencimiento de pago se encuentre comprendida en los dos últimos meses, la última declaración jurada del Impuesto Predial o autovalúo, contrato de alquiler o cesión en uso de predio con firmas legalizadas notarialmente, Acta probatoria levantada, con una antigüedad no mayor de dos meses, por el fedatario fiscalizador de la SUNAT donde se señale el domicilio que se declara a la SUNAT como domicilio fiscal, Ficha registral o partida electrónica con la fecha de inscripción en los Registros Públicos, Escritura Pública de la propiedad inscrita en los Registros Públicos, Contrato de compra-venta del inmueble o título de propiedad emitido por COFOPRI, Constancia de la junta de usuarios o comisión de regantes en la cual se acredita al conductor del predio como usuario de las aguas de la zona geográfica en donde se ubica el predio o recibo del pago de los derechos sobre el uso del agua para fines agrícolas, la cual no deberá tener una antigüedad mayor de dos meses a la fecha en que se realiza el trámite, Constancia o certificado de numeración emitido por la Municipalidad correspondiente.

Excepcionalmente, de no tener alguno de los documentos antes mencionados, se podrá presentar un documento emitido por una Entidad de la Administración Pública en la que conste de manera expresa la dirección que se declara como domicilio fiscal.

Los impuestos a los que se encuentra afecto el Centro de Idiomas son:

4.2.1 Impuesto General a las Ventas

Estando acogidos al Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), el Impuesto General a las Ventas corresponde al 18%.

4.2.2 Otros Impuestos

Los pagos y el desembolso bancario estarán afectos al Impuesto a las Transacciones Financieras (ITF), cuya tasa vigente es de 0.06%.

4.3 Normas Competentes

4.3.1 Respeto a la Educación Técnico Productiva

Cuadro N°35. Normas respecto a la Educación Técnico Productiva

| Ley | Descripción |
|------------------|--|
| N°28044 | Ley General de la Educación |
| DS N°022-2004-ED | Reglamento de Educación Técnico Productiva |

Fuente: DINESUTP - 2012
Elaboración Propia

4.3.2 Respeto a la Clasificación

Cuadro N°36. Normas respecto a la Clasificación

| Ley | Descripción |
|-------------------|--|
| RD N°186-2005-ED | Lineamientos Pedagógicos y de Gestión para los Centros de Educación Técnico Productiva |
| RD N°0588-2006-ED | Diseño Curricular Básico para la Educación Técnico productiva: Ciclo Básico |
| RD N°0920-2008-ED | Diseño Curricular Básico para la Educación Técnico productiva: Ciclo Medio |

Fuente: DINESUTP - 2012
Elaboración Propia

4.4 Estructura Organizacional

El Centro de Idiomas estará conformado por dos áreas: el área administrativa, la cual estará orientada al soporte administrativo y el área de profesores, la cual está orientada a la plataforma educativa.

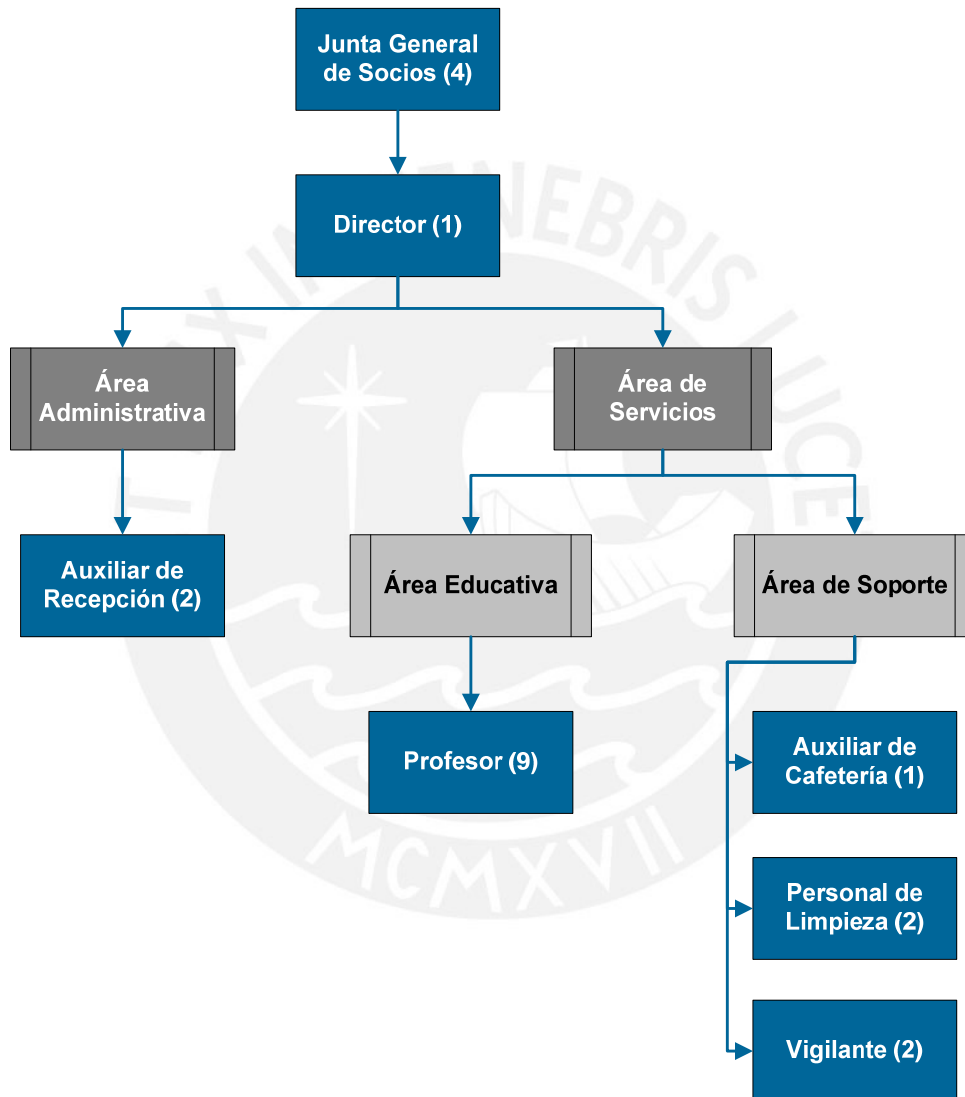


Gráfico N°30. Diagrama Organizacional
Elaboración Propia

4.5 Funciones del Personal

Los puestos definidos anteriormente tienen funciones específicas los cuales estarán enfocados a brindarle un servicio de calidad al estudiante.

Cuadro N°37. Funciones del Personal

| | |
|---|---|
| Director | Auxiliar de Recepción |
| <ul style="list-style-type: none"> - Representación procesal - Optimización del servicio - Gestión de contratos de profesores - Gestión de las modalidades de enseñanza | <ul style="list-style-type: none"> - Brindar información acerca de las modalidades de enseñanza, niveles de estudio, precio del curso, etc. - Registrar los pagos realizados por los cursos o materiales de enseñanza |
| Profesor | Auxiliar de Cafetería |
| <ul style="list-style-type: none"> - Enseñanza del idioma inglés | <ul style="list-style-type: none"> - Atención de la cafetería |
| Vigilante | Personal de Limpieza |
| <ul style="list-style-type: none"> - Supervisión de la entrada y salida de los estudiantes y público en general, manteniendo el orden en las instalaciones - Prevenir intentos de robo en las instalaciones | <ul style="list-style-type: none"> - Administración de los productos con los que cuenta la cafetería - Limpieza de las instalaciones del centro de idiomas |

Elaboración Propia

4.6 Requerimientos del personal

Cuadro N°38. Requerimientos del personal

| | |
|---|--|
| Director | Profesor |
| <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de 3 años en el sector educativo en puestos similares - Titulado o Bachiller en Educación o Administración - Dominio del idioma inglés - Habilidades: Manejo de personal, liderazgo, facilidad para comunicarse | <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de 3 años en educación del idioma inglés - Dominio del idioma inglés - Habilidades comunicativas y de enseñanza |
| Auxiliar de Recepción | Auxiliar de Cafetería |
| <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de 1 año en puestos similares - Habilidades comunicativas - Conocimiento de MS Office | <ul style="list-style-type: none"> - Nociones básicas de contabilidad |
| Auxiliar de Recepción | Vigilante |
| <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de 1 año en puestos similares - Habilidades comunicativas - Conocimiento de MS Office | <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de 2 años en puestos similares |
| Auxiliar de Recepción | Personal de Limpieza |
| <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia mínima de 1 año en puestos similares - Habilidades comunicativas - Conocimiento de MS Office | <ul style="list-style-type: none"> - Deseable experiencia en puestos similares |

Elaboración Propia

CAPÍTULO 5: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Inversión del Proyecto

5.1.1 Inversión en Activos Fijos Tangibles

a. Inversión en Terreno

La inversión en terreno no es afecta al IGV, y se calcula en base a la necesidad de espacio definida en el estudio técnico y el precio por metro cuadrado de la opción seleccionada como se muestra en el Cuadro N°39.

Cuadro N°39. Inversión en Terreno
(en nuevos soles)

| Área Requerida (m ²) | Precio por metro cuadrado (S/.) | Subtotal (S/.) | IGV (S/.) | Total (S/.) |
|----------------------------------|---------------------------------|----------------|-----------|-------------|
| 830 | 95 | 78,850 | 0 | 78,850 |

Total Inversión en Terreno S/. 78,850

Elaboración Propia

b. Inversión en Edificios

La inversión involucra los costos de edificación y acabados (ver Anexos 6, 7 y 8).

Cuadro N°40. Inversión en Edificios
(en nuevos soles)

| Etapa | Descripción | Costo (S/.) | IGV (S/.) | Total (S/.) |
|--------------|---------------------------------------|----------------|---------------|----------------|
| Construcción | Obras Provisionales | 5,144 | 926 | 6,070 |
| | Obras Preliminares | 2,210 | 398 | 2,608 |
| | Movimiento de Tierras | 10,272 | 1,849 | 12,121 |
| | Concreto Simple | 30,199 | 5,436 | 35,635 |
| | Concreto Armado | 221,705 | 39,907 | 261,612 |
| | Muros y Tabiques de Albañilería | 27,064 | 4,871 | 31,935 |
| | <i>Total</i> | | 296,593 | 53,387 |
| Acabados | Revoques, Enlucidos y Moldaduras | 62,912 | 11,324 | 74,236 |
| | Piso y Contrapiso | 33,661 | 6,059 | 39,720 |
| | Enchapes de Cerámico | 5,992 | 1,079 | 7,070 |
| | Pinturas | 17,853 | 3,213 | 21,066 |
| | Red de Desagüe y Ventilación | 3,245 | 584 | 3,829 |
| | Sistema de agua fría y contraincendio | 5,283 | 951 | 6,233 |
| | Salida para Electricidad y Fuerza | 16,132 | 2,904 | 19,036 |
| | Tableros Eléctricos | 578 | 104 | 682 |
| | Acabados de Madera y Vidrio | 14,747 | 2,654 | 17,401 |
| <i>Total</i> | | 160,401 | 28,872 | 189,273 |
| TOTAL | | 456,994 | 82,259 | 539,253 |

Total Inversión en Edificios S/. 539,253

Elaboración Propia

c. Inversión en Maquinaria y Equipos

Comprende maquinaria y equipo detallado en el Estudio Técnico.

Cuadro N°41. Inversión en Maquinaria y Equipos
(en nuevos soles)

| Descripción | Cantidad | Costo Unitario (S/.) | Costo Total (S/.) | IGV (S/.) | Total (S/.) |
|--------------|----------|----------------------|-------------------|-----------|-------------|
| Televisores | 9 | 677 | 6,093 | 1,097 | 7,190 |
| Ventiladores | 18 | 64 | 1,152 | 207 | 1,359 |
| Mostrador | 1 | 153 | 153 | 28 | 181 |

Total Inversión en Maquinarias S/. 8,730

Elaboración Propia

d. Inversión en Equipos de Oficina

Incluye los equipos de uso administrativo como los correspondientes a los salones de clase y al laboratorio.

Cuadro N°42. Inversión en Equipos de Oficina
(en nuevos soles)

| Descripción | Cantidad | Costo Unitario (S/.) | Costo Total (S/.) | IGV (S/.) | Total (S/.) |
|----------------------|----------|----------------------|-------------------|-----------|-------------|
| Computador | 19 | 593 | 11,267 | 2,028 | 13,295 |
| Impresora | 1 | 211 | 211 | 38 | 249 |
| Impresora de boletas | 1 | 330 | 330 | 59 | 389 |
| Teléfono | 3 | 56 | 168 | 30 | 198 |

Total Inversión en Equipos de Oficina S/. 14,132

Elaboración Propia

e. Inversión en Muebles y Enseres

Incluye la relación total de mobiliario y enseres requeridos en el Centro de Idiomas.

Cuadro N°43. Inversión en Muebles y Enseres
(en nuevos soles)

| Descripción | Cantidad | Costo Unitario (S/.) | Costo Total (S/.) | IGV (S/.) | Total (S/.) |
|----------------------------|----------|----------------------|-------------------|-----------|-------------|
| Pupitres | 144 | 47 | 6,768 | 1,218 | 7,986 |
| Mesa de Profesor | 10 | 30 | 300 | 54 | 354 |
| Pizarras | 9 | 76 | 684 | 123 | 807 |
| Mesa (4 PC's) | 3 | 153 | 459 | 83 | 542 |
| Mesa (3 PC's) | 1 | 85 | 85 | 15 | 100 |
| Sillas de Cómputo | 16 | 42 | 672 | 121 | 793 |
| Tacho de basura | 32 | 8 | 256 | 46 | 302 |
| Mesa de Recepción | 1 | 136 | 136 | 24 | 160 |
| Sillas de Recepción | 2 | 47 | 94 | 17 | 111 |
| Estante con puertas | 1 | 161 | 161 | 29 | 190 |
| Escritorio | 1 | 102 | 102 | 18 | 120 |
| Silla Director | 1 | 76 | 76 | 14 | 90 |
| Sillas Dirección | 2 | 38 | 76 | 14 | 90 |
| Estante | 1 | 105 | 105 | 19 | 124 |
| Juego de Muebles | 1 | 254 | 254 | 46 | 300 |
| Mesa de Sala de Profesores | 1 | 38 | 38 | 7 | 45 |
| Juego de mesa | 2 | 84 | 168 | 30 | 198 |
| Juego de mesa y sillas | 4 | 195 | 780 | 140 | 920 |
| Mesa Larga | 1 | 254 | 254 | 46 | 300 |
| Bancos | 7 | 59 | 413 | 74 | 487 |
| Bancos de Descanso | 14 | 72 | 1,008 | 181 | 1,189 |

Total Inversión en Muebles y Enseres S/. 15,209

Elaboración Propia

f. Resumen de la Inversión en Activos Fijos Tangibles

Como se puede observar en el Cuadro N°44, el monto total a invertir en activos fijos intangibles es S/. 656,173.

Cuadro N°44. Inversión en Activos Fijos Tangibles
(en nuevos soles)

| Activos Fijos Tangibles | Costo Total (S/.) | IGV (S/.) | Total (S/.) |
|-------------------------|-------------------|---------------|----------------|
| a. Terreno | 78,850 | 0 | 78,850 |
| b. Edificios | 456,994 | 82,259 | 539,253 |
| c. Maquinaria y Equipos | 7,398 | 1,332 | 8,730 |
| d. Equipos de Oficina | 11,976 | 2,156 | 14,132 |
| e. Muebles y Enseres | 12,889 | 2,320 | 15,209 |
| Total | 568,107 | 88,066 | 656,173 |

Total Inversión en Activos Fijos Tangibles S/. 656,173

Elaboración propia

5.1.2 Inversión en Activos Fijos Intangibles

Son inversiones necesarias para la implementación del Centro de Idiomas y que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos.

a. Inversión en Trámites de Constitución

Esta inversión incluye los procedimientos legales, tributarios y municipales para poder constituir la empresa.

Cuadro N°45. Inversión en Trámites de Constitución
(en nuevos soles)

| Descripción | Costo (S/.) | Honorarios (S/.) | IGV (S/.) | Total (S/.) |
|---|-------------|------------------|-----------|-------------|
| Búsqueda y Reserva nombre SUNARP | 10 | 16 | 2.88 | 29 |
| Licencia Municipal | 200 | - | - | 200 |
| Legalización de Libros Contables y Autorización para la emisión de comprobantes de pago | 110 | 45 | 8.1 | 163 |
| Total | | | | 392 |

Total Inversión en Trámites de Constitución S/. 392

Elaboración Propia

b. Inversión en Instalación de Servicios

Se contemplan los gastos en relación a los servicios a contratar e instalar.

Cuadro N°46. Inversión en Instalación de Servicios
(en nuevos soles)

| Servicio | Costo (S/.) | IGV (S/.) | Total (S/.) |
|---------------------|-------------|-----------|--------------|
| Agua | 90 | 16 | 106 |
| Luz | 180 | 32 | 212 |
| Teléfono | 29 | 5 | 34 |
| Internet | 92 | 17 | 109 |
| Creación Página Web | 1,102 | 198 | 1,300 |
| Total | | | 1,761 |

Total Inversión en Servicios S/. 1,761

Elaboración Propia

c. Resumen de la Inversión de Activos Fijos Intangibles

Como se puede observar en el Cuadro N°47, el monto total a invertir en activos fijos intangibles es S/.4,261.

Cuadro N°47. Resumen de Inversión en Activos Fijos Intangibles
(en nuevos soles)

| Activos Fijos Intangibles | Subtotal (S/.) | IGV (S/.) | Total (S/.) |
|----------------------------------|----------------|------------|--------------|
| a. Trámites de Constitución | 381 | 11 | 392 |
| b. Instalación de Servicios | 1,493 | 269 | 1,761 |
| Sub-Total | 1,874 | 280 | 2,153 |
| c. Selección de personal docente | 2,000 | 0 | 2,000 |
| d. Imprevistos (5%) | 108 | | 108 |
| Total | | | 4,261 |

Total Inversión en Activos Fijos Intangibles S/. 4,261

Elaboración Propia

5.1.3 Inversión en Capital de Trabajo

Para estimar el Capital de Trabajo se ha utilizado el método del déficit acumulativo máximo debido a que nos proporciona información más exacta de la diferencia entre ingresos y egresos durante el período en análisis. En el Anexo 9 se muestra el cálculo del capital de trabajo, según lo cual el mayor déficit acumulado es de S/.20,914.

5.1.4 Inversión Total

En el cuadro N°48 se muestra la inversión total del proyecto ascendente a S/.681,349. Como se puede observar en el cuadro la mayor parte de la inversión del proyecto corresponde a Activos Fijos Tangibles con un 96.3% de la inversión total.

Cuadro N°48. Resumen de Inversión Total
(en nuevos soles)

| Inversión | Total (S/.) | % |
|---------------------------|----------------|---------------|
| Activos Fijos Tangibles | 656,173 | 96.3% |
| Activos Fijos Intangibles | 4,261 | 0.6% |
| Capital de Trabajo | 20,914 | 3.1% |
| Total | 681,349 | 100.0% |

Inversión Total S/. 681,349

Elaboración Propia

5.2 Financiamiento del Proyecto

5.2.1 Estructura de Capital

En esta sección se describirá la estructura de capital, la cual esta constituida por el aporte propio de los inversionista, financiamiento y el cronograma de pagos de este.

a) Aporte propio

En este caso, al contarse con cuatro inversionistas, cada uno de estos aportará S/.100,000; con lo cual se tendrá S/.400,000 como aporte propio.

b) Financiamiento y Cronograma de Pagos

Siendo el monto total de inversión S/.681,349 y considerando el monto de aporte propio de S/.400,000, el monto a financiar sería S/.281,349.

Entre las opciones de financiamiento a cinco años, en Préstamo Comercial para Empresas, se recopiló información de los siguientes bancos:

Cuadro N°49. Opciones de Financiamiento – Préstamo Comercial

| Fuente de Financiamiento | Tasa de Interés |
|--------------------------|-----------------|
| Mi Banco | 10.2% |
| Banco Financiero | 9% |
| Banco de Crédito | 12% |

Elaboración propia

Se eligió el financiamiento del Banco Financiero que presenta una tasa de interés de 9% a un plazo de 5 años con cuotas anuales de S/.72,333, a continuación se presenta el cronograma de pagos.

Cuadro N°50. Cronograma de Pagos

(en nuevos soles)

| Año | Deuda Inicial (S/.) | Interés (S/.) | Amortización (S/.) | Cuota (S/.) | Deuda Final (S/.) |
|-----|---------------------|---------------|--------------------|-------------|-------------------|
| 0 | 281,349 | | | | 281,349 |
| 1 | 281,349 | 25,321 | 47,011 | 72,333 | 234,337 |
| 2 | 234,337 | 21,090 | 51,242 | 72,333 | 183,095 |
| 3 | 183,095 | 16,479 | 55,854 | 72,333 | 127,241 |
| 4 | 127,241 | 11,452 | 60,881 | 72,333 | 66,360 |
| 5 | 66,360 | 5,972 | 66,360 | 72,333 | 0 |

Elaboración Propia

5.2.2 Costo de Oportunidad de Capital

Se empleará el Modelo de Precios de los Activos de Capital (CAPM) para calcular el Costo de Oportunidad de Capital (COK), este método permite relacionar el riesgo no diversificable (conocido como riesgo de mercado) y el rendimiento de los activos teóricamente libre de riesgo.

El Riesgo País (Rpaís)⁶ actual es de 1.34%. La tasa libre de riesgo (Rf) para el mercado peruano en base al rendimiento de los bonos del tesoro americano (T Bills) de 30 años se define en 2.64%⁷. Por otro lado, según el Investment Portfolio Quarterly la prima de mercado (Rm) válida para Perú será 12%.

Tomamos de las cotizaciones de bolsa del mercado americano un valor del sector educativo de beta de 0.76⁸. Al ser desapalancado y ajustado al mercado local (ver Cuadro N°51) con base en las tasas efectivas de impuesto y el apalancamiento promedio de la industria. Se obtiene un beta de 0.71, para lo cual se obtiene un COK de 12.5%.

Cuadro N°51. Betas del Sector Servicio

| Beta | USA | Perú |
|----------------------------|------|-------------|
| Deuda / Patrimonio (D/C) | 0.28 | 0.25 |
| Tasa Efectiva de Impuesto | 40% | 30% |
| Beta Apalancado del Sector | 0.76 | 0.71 |
| Beta Desapalancado | 0.5 | |

Elaboración Propia

Cuadro N°52. Costo de Oportunidad de Capital

| Riesgo país (Rpaís) | Prima del mercado (Rm) | Tasa libre de riesgo (Rf) | Beta ajustado | COK |
|---------------------|------------------------|---------------------------|---------------|--------------|
| 1.34% | 12% | 3% | 0.71 | 12.5% |

Elaboración Propia

5.3 Presupuestos

⁶ http://www.mef.gob.pe/DNEP/riesgo_pais.php

⁷ <http://www.bloomberg.com/markets/rates-bonds/government-bonds/us>

⁸ http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

5.3.1 Presupuesto de Ingreso

a) Enseñanza

Corresponden a los ingresos por ejecución de los servicios de enseñanza del idioma del inglés, obteniéndose del resultado de multiplicar el número de alumnos que se consideró abarcar en Demanda de Proyecto por el precio del curso, ambos calculados en el Capítulo 2.

Cuadro N°53. Presupuesto de Ingresos
(en nuevos soles)

| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-----------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Alumnos Matriculados | 7,860 | 7,972 | 8,085 | 8,199 | 8,316 |
| Precio del Curso | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total de Ingreso (con IGV) | 786,000 | 797,200 | 808,500 | 819,900 | 831,600 |
| Total de Ingreso (sin IGV) | 666,135 | 675,627 | 685,204 | 694,865 | 704,781 |

Elaboración Propia

b) Otros Ingresos – Cafetería

Corresponden a los ingresos que se obtendrán por la venta de golosinas y alimentos en la cafetería del Centro de Idiomas.

Cuadro N°54. Presupuesto de Otros Ingresos – Cafetería
(en nuevos soles)

| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Cafetería | 28,944 | 29,354 | 29,770 | 30,192 | 30,620 |
| Total con IGV | 28,944 | 29,354 | 29,770 | 30,192 | 30,620 |
| Total sin IGV | 24,530 | 24,878 | 25,230 | 25,588 | 25,950 |

Elaboración Propia

5.3.2 Presupuesto de Costos

a) Presupuesto de Materia Prima

Dado que el servicio que brindamos se trata de prestación de servicios educativos, la materia prima corresponderá exclusivamente a los materiales utilizados en la cafetería.

Cuadro N°55. Presupuesto de Materia Prima
(en nuevos soles)

| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Cafetería | 22,572 | 22,892 | 23,216 | 23,545 | 23,879 |
| Total con IGV | 22,572 | 22,892 | 23,216 | 23,545 | 23,879 |
| Total sin IGV | 19,130 | 19,401 | 19,676 | 19,954 | 20,237 |

Elaboración propia

b) Presupuesto de Mano de Obra Directa

Comprende a los profesores y al auxiliar de la cafetería (ver Detalle en Anexo 10)

Cuadro N°56. Presupuesto de Mano de Obra Directa
(en nuevos soles)

| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------|--------|--------|--------|--------|
| 91,000 | 91,000 | 91,000 | 91,000 | 91,000 |

Elaboración propia

c) Presupuesto de Costos Indirectos

Incluye materiales indirectos, mano de obra indirecta y gastos generales de producción.

Cuadro N°57. Presupuesto de Insumos Indirectos
(en nuevos soles)

| Año | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Suministros Baños | 2,844 | 2,844 | 2,844 | 2,844 | 2,844 |
| Insumos Limpieza | 2,964 | 2,964 | 2,964 | 2,964 | 2,964 |
| Total con IGV | 5,808 | 5,808 | 5,808 | 5,808 | 5,808 |
| Total sin IGV | 4,922 | 4,922 | 4,922 | 4,922 | 4,922 |

Elaboración propia

Se consideran como mano de obra indirecta al personal de limpieza y los vigilantes, tal y como se puede observar en el Cuadro N°58.

Cuadro N°58. Presupuesto de Mano de Obra Indirecta
(en nuevos soles)

| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------|--------|--------|--------|--------|
| 42,000 | 42,000 | 42,000 | 42,000 | 42,000 |

Elaboración propia

A continuación se muestra la depreciación de activos de producción empleando las tasas fijadas por la SUNAT, los cuales se considerarían dentro de los gastos generales de producción.

Cuadro N°59. Presupuesto de Depreciación de Activos de Producción
(en nuevos soles)

| Activo | Valor Inicial | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | Residual |
|----------------------------|---------------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|
| Edificios (3%) | 443,284 | 13,299 | 13,299 | 13,299 | 13,299 | 13,299 | 376,792 |
| Maquinaria y Equipos (10%) | 7,398 | 740 | 740 | 740 | 740 | 740 | 3,699 |
| Muebles y Enseres (10%) | 12,115 | 1,212 | 1,212 | 1,212 | 1,212 | 1,212 | 6,058 |
| Equipos de Oficina (25%) | 9,486 | 2,372 | 2,372 | 2,372 | 2,372 | 0 | 0 |
| Total | 472,283 | 17,621 | 17,621 | 17,621 | 17,621 | 15,250 | 386,548 |

Elaboración Propia

Finalmente, sumando los presupuestos de insumos indirectos (sin IGV), mano de obra indirecta y gastos generales se obtiene el presupuesto de costos indirectos.

Cuadro N°60. Presupuesto de Costos Indirectos
(en nuevos soles)

| Año | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Insumos Indirectos | 4,922 | 4,922 | 4,922 | 4,922 | 4,922 |
| Mano de Obra Indirecta | 42,000 | 42,000 | 42,000 | 42,000 | 42,000 |
| Gastos Generales | 17,621 | 17,621 | 17,621 | 17,621 | 15,250 |
| Total | 64,544 | 64,544 | 64,544 | 64,544 | 62,172 |

Elaboración Propia

d) Presupuesto de Costo de Ventas

Sumando el presupuesto de Materia Prima (sin IGV), mano de obra directa y costos indirectos se obtiene el presupuesto de costo de ventas que se aprecia a continuación.

Cuadro N°61. Presupuesto de Costo de Ventas
(en nuevos soles)

| Año | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Materia Prima | 19,130 | 19,401 | 19,676 | 19,954 | 20,237 |
| Mano de Obra Directa | 91,000 | 91,000 | 91,000 | 91,000 | 91,000 |
| Costos Indirectos | 65,429 | 65,429 | 65,429 | 65,429 | 63,058 |
| Total | 175,559 | 175,830 | 176,105 | 176,384 | 174,295 |

Elaboración Propia

5.3.3 Presupuesto de Gastos

a) Gastos Administrativos

Los sueldos administrativos corresponden a los sueldos del director y de los auxiliares quienes son las personas que atenderán en la recepción.

Cuadro N°62. Presupuesto de Sueldos Administrativos
(en nuevos soles)

| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------|--------|--------|--------|--------|
| 79,800 | 79,800 | 79,800 | 79,800 | 79,800 |

Elaboración propia

Por otro lado, se presenta la depreciación de los activos administrativos en base a las tasas fijadas por la SUNAT.

Cuadro N°63. Presupuesto de Depreciación de Activos Administrativos
(en nuevos soles)

| Activo | Valor Inicial | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | Residual |
|--------------------------|---------------|-------|-------|-------|-------|------|----------|
| Edificios (3%) | 13,710 | 411 | 411 | 411 | 411 | 411 | 11,653 |
| Muebles y Enseres (10%) | 774 | 77 | 77 | 77 | 77 | 77 | 387 |
| Equipos de Oficina (25%) | 2,490 | 623 | 623 | 623 | 623 | 0 | 0 |
| Total | 16,974 | 1,111 | 1,111 | 1,111 | 1,111 | 489 | 12,040 |

Elaboración Propia

Además se consideran los gastos de servicios⁹

Cuadro N°64. Presupuesto de Servicios
(en nuevos soles)

| Servicios | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Electricidad | 2,549 | 2,585 | 2,622 | 2,659 | 2,696 |
| Agua | 1,274 | 1,292 | 1,311 | 1,329 | 1,348 |
| Internet | 1,296 | 1,314 | 1,333 | 1,352 | 1,371 |
| Teléfono | 408 | 414 | 420 | 426 | 432 |
| Total con IGV | 5,527 | 5,606 | 5,685 | 5,766 | 5,847 |
| Total sin IGV | 4,684 | 4,751 | 4,818 | 4,886 | 4,956 |

Elaboración Propia

De la suma de los gastos por insumos de oficina (sin IGV), servicios (sin IGV), depreciación y gastos por sueldos de personal administrativo, se obtiene el presupuesto de gastos administrativos en el Cuadro N°65.

⁹ El cálculo del servicio se realizó en base a un costo fijo

Cuadro N°65: Total Gastos Administrativos
(en nuevos soles)

| Gastos | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Sueldos Administrativos | 79,800 | 79,800 | 79,800 | 79,800 | 79,800 |
| Depreciación Activos Administrativos | 1,111 | 1,111 | 1,111 | 1,111 | 489 |
| Servicios | 4,684 | 4,751 | 4,818 | 4,886 | 4,956 |
| Insumos de Oficina | 1,037 | 1,037 | 1,037 | 1,037 | 1,037 |
| Total | 86,633 | 86,699 | 86,767 | 86,835 | 86,282 |

Elaboración Propia

b) Gastos de Ventas

Corresponde a la inversión en publicidad fija, volantes y productos con el logotipo del Centro de Idiomas.

Cuadro N°66: Gastos de Ventas
(en nuevos soles)

| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Total con IGV | 155,280 | 155,280 | 155,280 | 155,280 | 155,280 |
| Total sin IGV | 131,600 | 131,600 | 131,600 | 131,600 | 131,600 |

Elaboración Propia

c) Gastos Financieros

En el Cuadro N°67 se detallan los intereses a pagar por el préstamo.

Cuadro N°67: Gastos Financieros
(en nuevos soles)

| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------|--------|--------|--------|-------|
| 25,321 | 21,090 | 16,479 | 11,452 | 5,972 |

Elaboración Propia

5.4 Estados Financieros

A continuación, se presenta el Estado de Ganancias y Pérdidas y los Flujos de Caja Económico y Financiero proyectados para 5 años.

5.4.1 Estados de Ganancias y Pérdidas

El cuadro muestra el Estado de Ganancias y Pérdidas Financiera proyectada a 5 años.

Cuadro N°68: Estado de Ganancias y Pérdidas
(en nuevos soles)

| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Ventas Netas | 666,135 | 675,627 | 685,204 | 694,865 | 704,781 |
| Otros Ingresos | 24,530 | 24,878 | 25,230 | 25,588 | 25,950 |
| Costo de Ventas | 175,559 | 175,830 | 176,105 | 176,384 | 174,295 |
| Utilidad Bruta | 515,106 | 524,674 | 534,329 | 544,069 | 556,436 |
| Gasto de Ventas | 131,600 | 131,600 | 131,600 | 131,600 | 131,600 |
| Gastos Administrativos | 86,633 | 86,699 | 86,767 | 86,835 | 86,282 |
| Utilidad Operativa | 296,873 | 306,375 | 315,962 | 325,634 | 338,555 |
| Gastos Financieros | 25,321 | 21,090 | 16,479 | 11,452 | 5,972 |
| Utilidad Antes de Impuesto a la Renta | 271,552 | 285,285 | 299,484 | 314,183 | 332,582 |
| Impuesto a la Renta (30%) | 81,466 | 85,586 | 89,845 | 94,255 | 99,775 |
| Utilidad del Ejercicio | 190,086 | 199,700 | 209,639 | 219,928 | 232,808 |

Elaboración Propia

a) Módulo de IGV para el Flujo de Caja Económico y Financiero

Como se puede observar en el cuadro N°69.

Cuadro N°69: Módulo de IGV
(en nuevos soles)

| OPERACIONES | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-------------------------------|----------|--------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| Ventas | | | | | | |
| IGV Ventas | | 124,279 | 126,050 | 127,836 | 129,639 | 131,488 |
| Compras | | | | | | |
| Operaciones | | | | | | |
| IGV Compras Materia Prima | | 3,442 | 3,491 | 3,540 | 3,591 | 3,642 |
| IGV Gastos Administrativos | | 1,030 | 1,042 | 1,054 | 1,066 | 1,079 |
| IGV Gastos Venta | | 23,680 | 23,680 | 23,680 | 23,680 | 23,680 |
| Inversiones | | | | | | |
| IGV Activos Fijos Tangibles | | | | | | |
| Edificios | 82,259 | | | | | |
| Maquinaria y Equipos | 1,332 | | | | | |
| Equipos de Oficina | 2,156 | | | | | |
| Muebles y Enseres | 2,320 | | | | | |
| IGV Activos Fijos Intangibles | | | | | | |
| IGV Trámites Constitución | 11 | | | | | |
| IGV Contratos y Desarrollos | 269 | | | | | |
| Total Crédito Fiscal por año | 88,346 | 28,152 | 28,213 | 28,275 | 28,337 | 28,400 |
| Saldo Crédito Fiscal | 88,346 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| IGV Neto Anual | 0 | 7,781 | 97,836 | 99,562 | 101,302 | 103,088 |

Elaboración Propia

5.4.2 Flujo de Caja Económico y Financiero

El cuadro presenta el Flujo de Caja Económico (FCE) y Financiero (FCF) del proyecto, los montos de Impuesto a la Renta se encuentran en el Anexo 11.

Cuadro N°70: Flujo de Caja Económico y Financiero
(en nuevos soles)

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| INGRESOS | | | | | | |
| Facturación | | 786,000 | 797,200 | 808,500 | 819,900 | 831,600 |
| Cafetería | | 28,944 | 29,354 | 29,770 | 30,192 | 30,620 |
| TOTAL INGRESOS | | 814,944 | 826,554 | 838,270 | 850,092 | 862,220 |
| EGRESOS | | | | | | |
| Inversión en Activos Tangibles | 656,173 | | | | | |
| Inversión en Activos Intangibles | 4,261 | | | | | |
| Capital de Trabajo | 20,914 | | | | | |
| Pago de Materia Prima | | 22,572 | 22,892 | 23,216 | 23,545 | 23,879 |
| Pago de Mano de Obra Directa | | 91,000 | 91,000 | 91,000 | 91,000 | 91,000 |
| Pago de Costos Indirectos | | 65,429 | 65,429 | 65,429 | 65,429 | 63,058 |
| Gastos Administrativos | | 87,663 | 87,741 | 87,821 | 87,901 | 87,360 |
| Gastos de Venta | | 155,280 | 155,280 | 155,280 | 155,280 | 155,280 |
| IGV por Pagar | 0 | 7,781 | 97,836 | 99,562 | 101,302 | 103,088 |
| Impuesto a la Renta Operativo | | 89,062 | 91,913 | 94,789 | 97,690 | 101,566 |
| TOTAL EGRESOS | 681,349 | 518,787 | 612,091 | 617,096 | 622,148 | 625,231 |
| Flujo de Caja Económico (1) | 681,349 | 296,157 | 214,463 | 221,174 | 227,944 | 236,988 |
| PRÉSTAMOS | | | | | | |
| Préstamo | 281,349 | | | | | |
| Amortizaciones | | 47,011 | 51,242 | 55,854 | 60,881 | 66,360 |
| Intereses | | 25,321 | 21,090 | 16,479 | 11,452 | 5,972 |
| Escudo Fiscal | | 7,596 | 6,327 | 4,944 | 3,436 | 1,792 |
| Flujo de Caja Financiero Neto (2) | 281,349 | 64,736 | 66,005 | 67,389 | 68,897 | 70,541 |
| Flujo de Caja Financiero (1 + 2) | -400,000 | 231,421 | 148,457 | 153,785 | 159,047 | 166,447 |

Elaboración propia

5.5 Evaluación Económica y Financiera del Proyecto

En esta sección se analiza la viabilidad del proyecto, para lo cual se evaluará:

5.5.1 Valor Actual Neto (VAN)

En el Cuadro N° 71 se puede apreciar el Valor Actual Neto Económico (VANE) y el Valor Actual Neto Financiero (VANF) del proyecto bajo el costo de oportunidad de 12.5%. Dado que ambos son mayores que cero, se acepta el proyecto.

Cuadro N°71: Valor Actual Neto
(en nuevos soles)

| | |
|-------------|-------------|
| VANE | S/. 180,508 |
| VANF | S/. 222,674 |

Elaboración Propia

5.5.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

En el Cuadro N° 72 se puede apreciar la Tasa Interna de Retorno Económica (TIRE) y la Tasa de Retorno Financiera (TIRF). Dado que ambos son mayores al costo de oportunidad de 12.5% se acepta el proyecto.

Cuadro N°72. Tasa Interna de Retorno
(en porcentajes)

| | |
|-------------|-------|
| TIRE | 23.3% |
| TIRF | 35.1% |

Elaboración Propia

5.5.3 Ratio de Beneficio Costo (B / C)

Analizando sobre el Flujo de Caja Financiero, para un costo de oportunidad de 12.5% se aprueba el proyecto dado que el ratio de beneficio/costo es mayor a 1.

Cuadro N°73. Ratio Beneficio / Costo (B / C)

| | |
|--------------|------|
| B / C | 1.06 |
|--------------|------|

Elaboración propia

5.5.4 Período de Recuperación (PR)

Analizando sobre el Flujo de Caja Económico (FCE), para un costo de oportunidad de 12.5%, se puede apreciar en el Cuadro N°74 que en el 2016 se recuperaría la inversión inicial del año 2012.

Cuadro N°74. Período de Recuperación

| Período | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-----------|-----------------|---------|---------|---------|----------------|---------|
| FCE | -681,349 | 296,157 | 214,463 | 221,174 | 227,944 | 236,988 |
| VAN | | 263,251 | 169,452 | 155,337 | 142,304 | 131,512 |
| Acumulado | | 263,251 | 432,703 | 588,040 | 730,345 | 861,856 |

Elaboración propia

5.6 Análisis de Sensibilidad

Evaluaremos la sensibilidad del proyecto frente a variaciones de uno o más parámetros críticos; se analizará principalmente a las variables correspondientes a ingresos, debido a que al ofrecer el servicio de enseñanza, las variables más significativas son el precio y la demanda del curso, las cuales corresponden a los ingresos.

Se simularán tres escenarios (base, optimista y pesimista) para cada variable con tres diferentes costos de oportunidad (riesgo bajo con Co de 7.5%, riesgo medio con Co de 12.5% y riesgo alto con Co de 17.5%) evaluándose el valor actual neto, tasa de retorno y ratio de beneficio costo en cada caso.

5.6.1 Precios

Se evaluarán los escenarios planteados en el Cuadro N°75.

Cuadro N°75. Escenario - Precios

| Escenarios | Descripción |
|-----------------|---|
| Precio = S/.110 | Se incrementa el costo del curso debido a la alta aceptación del Centro de Idiomas. |
| Precio = S/.100 | Se mantienen los precios actuales. |
| Precio = S/.91 | Disminución de los precios debido a la baja cantidad de matriculados y la aparición de centros de idiomas con precios iguales o menores del ofrecido. |

Elaboración propia

Cuadro N°76. Indicadores Económicos y Financieros – Variaciones de Precios

| Costo de Oportunidad de 7.5% | | | | | |
|-------------------------------|---------------|----------------|---------------|----------------|------|
| Variación | VAN Económico | VAN Financiero | TIR Económico | TIR Financiero | B/C |
| Precio = S/.110 | S/. 620,027 | S/. 629,067 | 38.8% | 60.2% | 1.20 |
| Precio = S/.100 | S/. 293,525 | S/. 302,566 | 23.3% | 35.1% | 1.09 |
| Precio = S/.91 | S/. 130,274 | S/. 139,315 | 14.8% | 21.0% | 1.04 |
| Costo de Oportunidad de 12.5% | | | | | |
| Variación | VAN Económico | VAN Financiero | TIR Económico | TIR Financiero | B/C |
| Precio = S/.110 | S/. 467,480 | S/. 509,646 | 38.8% | 60.2% | 1.17 |
| Precio = S/.100 | S/. 180,508 | S/. 222,674 | 23.3% | 35.1% | 1.06 |
| Precio = S/.91 | S/. 37,021 | S/. 79,187 | 14.8% | 21.0% | 1.01 |
| Costo de Oportunidad de 17.5% | | | | | |
| Variación | VAN Económico | VAN Financiero | TIR Económico | TIR Financiero | B/C |
| Precio = S/.110 | S/. 342,392 | S/. 411,656 | 38.8% | 60.2% | 1.13 |
| Precio = S/.100 | S/. 87,774 | S/. 157,038 | 23.3% | 35.1% | 1.03 |
| Precio = S/.91 | -S/. 39,535 | S/. 29,729 | 14.8% | 21.0% | 0.98 |

Elaboración propia

5.6.2 Demanda

La demanda constituye otro factor crítico que afecta el volumen de ingresos, se evaluarán los siguientes escenarios:

Cuadro N°77. Escenario - Demanda

| Escenarios | Descripción |
|-----------------|--|
| Demanda = 8,096 | Crecimiento sobre el nivel de demanda debido a la calidad de la enseñanza e infraestructura del centro de idiomas. |
| Demanda = 7,860 | Se mantiene el nivel de demanda pronosticado. |
| Demanda = 7,467 | Disminución de la demanda proyectada debido a la aparición de nuevos centros con menores precios. |

Elaboración propia

Cuadro N°78. Indicadores Económicos y Financieros – Variaciones de Demanda

| Costo de Oportunidad de 7.5% | | | | | |
|-------------------------------|---------------|----------------|---------------|----------------|------|
| Variación | VAN Económico | VAN Financiero | TIR Económico | TIR Financiero | B/C |
| Demanda = 8,096 | S/. 391,476 | S/. 400,516 | 28.1% | 42.9% | 1.13 |
| Demanda = 7,860 | S/. 293,525 | S/. 302,566 | 23.3% | 35.1% | 1.09 |
| Demanda = 7,467 | S/. 130,274 | S/. 139,315 | 14.8% | 21.0% | 1.04 |
| Costo de Oportunidad de 12.5% | | | | | |
| Variación | VAN Económico | VAN Financiero | TIR Económico | TIR Financiero | B/C |
| Demanda = 8,096 | S/. 266,600 | S/. 308,766 | 28.1% | 42.9% | 1.10 |
| Demanda = 7,860 | S/. 180,508 | S/. 222,674 | 23.3% | 35.1% | 1.06 |
| Demanda = 7,467 | S/. 37,021 | S/. 79,187 | 14.8% | 21.0% | 1.01 |
| Costo de Oportunidad de 17.5% | | | | | |
| Variación | VAN Económico | VAN Financiero | TIR Económico | TIR Financiero | B/C |
| Demanda = 8,096 | S/. 164,160 | S/. 233,424 | 28.1% | 42.9% | 1.06 |
| Demanda = 7,860 | S/. 87,774 | S/. 157,038 | 23.3% | 35.1% | 1.03 |
| Demanda = 7,467 | -S/. 39,535 | S/. 29,729 | 14.8% | 21.0% | 0.98 |

Elaboración propia

CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES

Las principales conclusiones a las que se llega con el estudio realizado son las siguientes:

1. Se evidenció en el primer capítulo la existencia de una oportunidad de negocio favorable por factores macro y micro económicos entre los que destacan el aumento de la demanda en lo que respecta a centros de estudios de educación tecnológica en el sector privado, el incremento en el PBI a través de los años. Combinados además con la baja oferta de centros de estudios que ofrezcan una propuesta seria y las exigencias del mercado por contar con personas que dominen el idioma inglés en diversos ámbitos, ofrece un escenario óptimo para el proyecto.
2. Basándonos en el estudio de Arellano, segmentamos el mercado según los Estilos de Vida, enfocándonos en los Afortunados, Progresistas y Modernos, los cuales serían las personas con mayor probabilidad en interesarse en nuestra oferta de estudio, a su vez se completo la información con una encuesta realizada en los principales distritos de Chincha Alta, lo cual demostro que habia un alto prcentage de personas interesadas en llevar el curso bajo ciertas consideraciones, dentro de las cuales se tuvo como uno de los factores principales el precio del curso, el cual fue fijado en S/.100 por mes, siendo el mismo precio para los 3 niveles ofrecidos.
3. Según los cálculos obtenidos considerando la población urbana de la provincia de Chincha, se obtuvo que había un importante número de demanda insatisfecha, la cual no se cubría por la falta de ofertas serias en el mercado, se definió que lo más óptimo era ingresar al mercado cubriendo la demanda correspondiente al grupo Otras Instituciones, que si bien no era alto en porcentaje si lo era en alumnado, a la vez que al estar distribuidos los alumnos en varios centros los cuales o no gozaban de buena reputación o recién se iniciaban siendo su destino incierto, este porcentaje sería el objetivo a cubrir en el mercado.
4. En lo que respecta a normas legales se obtiene que no hay mayor barreras que impidan el funcionamiento del Centro, siempre y cuando se respete lo estipulado por la Dirección Regional, con lo cual por este aspecto no representaría mayor dificultad.

5. Puede observarse que el proyecto es favorable, debido a que considerando el costo de oportunidad 12.5%, el VANE y el VANF ambos son mayores a 0, a su vez que la TIRE y TIRF son mayores que el costo de oportunidad obtenido para el proyecto, siendo también el ratio de beneficio costo mayor a 1, se concluyó que el proyecto era viable, pero también se consideró los escenarios en los cuales podría situarse el proyecto, obteniéndose de igual forma ganancias en un escenario pesimista, tanto a nivel económico como financiero, con lo cual el proyecto superaría ampliamente las expectativas considerando el estudio realizado previo al análisis financiero y a su vez reafirmando la factibilidad del proyecto con el análisis financiero.



Referencias Bibliográficas

Leyes

Decreto Supremo N°022-2004-ED

Directiva N°004-2008-GORE-ICA-DRE/DGI

Ley General de la Educación N° 28044

RD N°186-2005-ED, para los Lineamientos Pedagógicos y de Gestión para los Centros de Educación Técnico Productiva

RD N°0588-2006-ED, para el Diseño Curricular Básico para la Educación Técnico Productiva: Ciclo

Libros

PORTER, Michael. Estrategia y Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. México, Editorial Diana, 2006.

SAPAG, Nassir. Preparación y evaluación de proyectos, 4ta. Edición México, Mc Graw Hill, 2007.

Páginas Electrónicas

Banco de Crédito. [fecha de consulta: 7 de enero 2013]. Disponible en: <http://ww2.viabcp.com/zona_publica/03_empresa/interna.asp?SEC=3&JER=724>

Banco Financiero: [fecha de consulta: 12 de enero 2013]. Disponible en: <<http://www.financiero.com.pe/BanEmp/Finan.aspx?idmenu=67>>

Beta: [fecha de consulta: 11 de diciembre 2012]. Disponible en: <http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html>

Chincha: [fecha de consulta: 18 de agosto 2012]. Disponible en: <<http://es.wikipedia.org/wiki/Chincha>>

Consultora Apoyo: [fecha de consulta: 15 de agosto 2012]. Disponible en: <<http://www.apoyo.com/>>

Dirección de Educación Técnico Productiva: [fecha de consulta: 16 de diciembre 2013]. Disponible en: <<http://destp.minedu.gob.pe/>>

Estadísticas de Calidad Educativa: [fecha de consulta: 16 de diciembre 2012]. Disponible en: <<http://escale.minedu.gob.pe/>>

Estilos de vida: [fecha de consulta: 15 de agosto 2012]. Disponible en:
<<http://www.arellanomarketing.com/content/content.php?plD=63>>

Ica: [fecha de consulta: 15 de agosto 2012]. Disponible en:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Ica>

INEI: [fecha de consulta: 16 de diciembre 2012]. Disponible en: <<http://www.inei.gob.pe/>>

Línea Telefónica: [fecha de consulta: 12 de enero 2013]. Disponible en:
<<http://www.movistar.com.pe/fijo/lineas/lineas-control/informacion>>

Mi Banco: [fecha de consulta: 12 de enero 2013]. Disponible en:
<<http://www.mibanco.com.pe/nucleo.aspx?nompag=comphtml/capital.htm&tp=interno&id=es&usel=Micapital>>

Ministerio de Educación: [fecha de consulta: 15 de diciembre 2012]. Disponible en:
<<http://www.minedu.gob.pe/>>

Nazca: [fecha de consulta: 15 de agosto 2012]. Disponible en:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Nazca>

PBI: [fecha de consulta: 12 de enero 2013]. Disponible en:
<<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2001rank.html>>

Pisco: [fecha de consulta: 15 de agosto 2012]. Disponible en:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Ciudad_de_Pisco>

Riesgo País: [fecha de consulta: 21 de diciembre 2012]. Disponible en:
<http://www.mef.gob.pe/DNEP/riesgo_pais/riesgo_pais.php>

Superficie de las provincias de Ica: [fecha de consulta: 15 de agosto 2012]. Disponible en:
<<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Huancayo/Ica-Characterizacion.pdf>>

Tarifas de Internet: [fecha de consulta: 12 de enero 2013]. Disponible en:
<<http://www.movistar.com.pe/internet/internet-fijo/movistar-speedy>>

Tasas de los bonos del tesoro de Estados Unidos: [fecha de consulta: 21 de diciembre 2012]. Disponible en: <<http://www.bloomberg.com/markets/rates-bonds/government-bonds/us/>>

Tipo de Sociedades: [fecha de consulta: 15 de agosto 2012]. Disponible en:
<<http://actualicese.com/actualidad/2010/05/27/tipos-de-sociedades-y-sus-diferencias-ltda-s-a-comanditas-s-a-s-colectivas/>>

Tesis

CARBAJAL, Eduardo. Estudio de Pre-Factibilidad para la implementación de un ecolodge en la ciudad de Huaraz. Tesis (Lic. Ingeniería Industrial). Lima, Pontificia Universidad Católica del Perú. 2007.

CASTILLO, Solange. Estudio de Prefactibilidad de la Implementación de un Hotel Tres Estrellas en la Provincia de Chepén – La Libertad. 2010.

TABOADA, Marco. Proyecto de Pre – Factibilidad de una Empresa de Transporte Interprovincial de Pasajeros en la Ruta Lima-Ica-Lima. 2005.





ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|--|----|
| ANEXO 1. Matriz FODA..... | 1 |
| ANEXO 2. Matriz Cuantitativa de Estrategias | 2 |
| ANEXO 3. Porcentajes según Estilos de Vida..... | 4 |
| ANEXO 4. Encuesta | 5 |
| ANEXO 5. Plano General Centro de Idiomas..... | 6 |
| ANEXO 6. Detalles de Construcción | 7 |
| ANEXO 7. Detalles de Acabados | 8 |
| ANEXO 8. Construcción y Acabado según tipo de recurso utilizado..... | 9 |
| ANEXO 9. Cálculo del Capital de Trabajo..... | 12 |
| ANEXO 10. Presupuesto de Mano de Obra Directa..... | 13 |
| ANEXO 11. Montos de Impuesto a la Renta | 14 |

ANEXO 1: Matriz FODA

| MATRIZ FODA | Fortalezas | Debilidades |
|--|---|---|
| | Presentar un novedoso y confiable sistema de enseñanza en la ciudad de Chincha Alta. | La desconfianza de la población por los nuevos centros de idiomas |
| | Estar ubicado en una zona céntrica de la ciudad de Chincha Alta. | |
| | Laboratorios multimedia, los cuales permitan al alumno complementar su aprendizaje. | |
| Infraestructura nueva y totalmente equipada, brindando así al alumno un ambiente cómodo y seguro | | |
| Oportunidades | Estrategias FO | Estrategias DO |
| El poco prestigio con el que cuentan los centros de idiomas existentes; además de contar con ambientes pequeños e inseguros. | 1.- Definir una estrategia de publicidad que resuma el sistema de enseñanza e infraestructura. 2.- Capacitar al personal acerca de la información a brindar, de modo tal que se pueda construir la imagen de orden en el Centro de Idiomas, además de que se le hace llegar la información tal cual debería de ser a la persona que se acerque al Centro. 3.- Mantener la infraestructura y equipos en buen estado. | 4.- Contar con personal reconocido en el Departamento, de manera tal que al ingresar al mercado, sea nuestra carta de presentación y nos de el respaldo necesario en lo que respecta a seriedad y profesionalismo |
| La demanda de la población por un sistema que sea confiable. | | |
| Las exigencias del mercado laboral con respecto al idioma inglés. | | |
| El bajo nivel de inglés que ofrecen las diversas instituciones secundarias | | |
| Amenazas | Estrategias FA | Estrategias DA |
| Los Centros de Idiomas existentes tanto en el Departamento de Ica como en Lima. | 5.- Presentar una currícula y metodología de enseñanza sólidas, de tal manera que el aprendizaje sea óptimo en el tiempo estimado | 6.- Lanzar promociones y publicidad del Centro de Idiomas, de modo tal que el público interesado pueda acercarse a preguntar o tomar el curso, fidelizando luego al alumno con la enseñanza impartida. |
| Aparición de nuevos Centros de Idiomas | | |

ANEXO 2: Matriz Cuantitativa de Estrategias

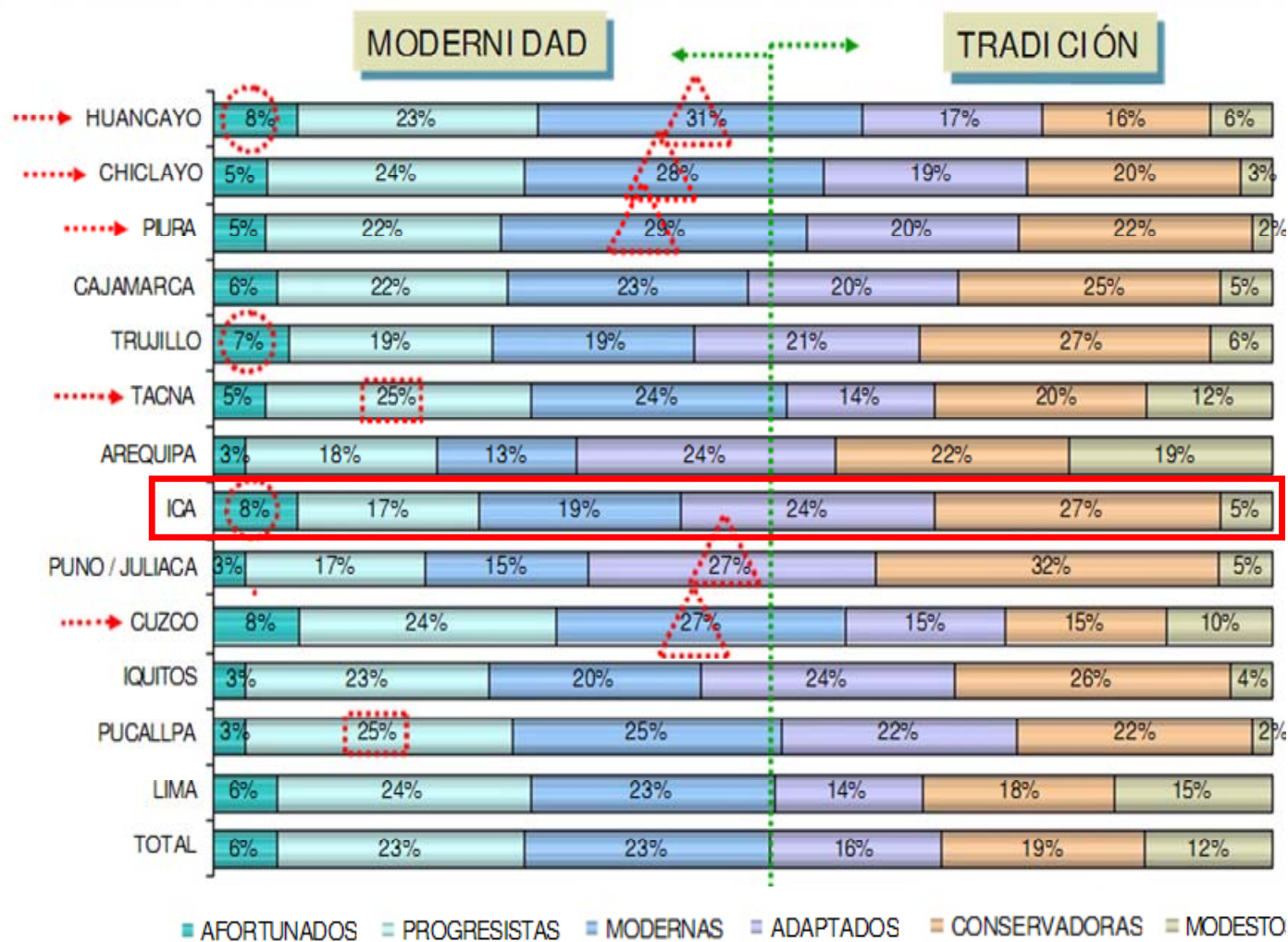
| Puntuación | Nivel |
|------------|--------------------|
| 1 | No es atractiva |
| 2 | Algo atractiva |
| 3 | Bastante atractiva |
| 4 | Muy atractiva |

| MATRIZ CUANTITATIVA DE ESTRATEGIAS | | | | | | | | | | | | | |
|--|------|---|-----------|----|-----------|---|-----------|---|-----------|---|------------|--|-----------|
| Factores Críticos para el Éxito | Peso | 1.- Definir una estrategia de publicidad que resuma el sistema de enseñanza e infraestructura | | | | 3.- Mantener la infraestructura y equipos en buen estado. | | 4.- Contar con personal reconocido en el Departamento, de manera tal que al ingresar al mercado, sea nuestra carta de presentación y nos de el respaldo necesario en lo que respecta a seriedad y profesionalismo | | 5.- Presentar una curricula y metodología de enseñanza sólidas, de tal manera que el aprendizaje sea óptimo en el tiempo estimado | | 6.- Lanzar promociones y publicidad del Centro de Idiomas, de modo tal que el público interesado pueda acercarse a preguntar o tomar el curso, fidelizando luego al alumno con la enseñanza impartida. | |
| | | CA | TCA | CA | TCA | CA | TCA | CA | TCA | CA | TCA | CA | TCA |
| Fortalezas | | | | | | | | | | | | | |
| Presentar un novedoso y confiable sistema de enseñanza en la ciudad de Chincha Alta. | 3 | 3 | 9 | 3 | 9 | 2 | 6 | 4 | 12 | 4 | 12 | 3 | 9 |
| Estar ubicado en una zona céntrica de la ciudad de Chincha Alta. | 3 | 2 | 6 | 2 | 6 | 2 | 6 | 2 | 6 | 2 | 6 | 2 | 6 |
| Laboratorios multimedia, los cuales permitan al alumno complementar su aprendizaje. | 4 | 3 | 12 | 2 | 8 | 4 | 16 | 2 | 8 | 3 | 12 | 3 | 12 |
| Infraestructura nueva y totalmente equipada, brindando así al alumno un ambiente cómodo y seguro | 4 | 3 | 12 | 2 | 8 | 3 | 12 | 2 | 8 | 3 | 12 | 3 | 12 |
| Debilidades | | | | | | | | | | | | | |
| La desconfianza de la población por los nuevos centros de idiomas | 3 | 3 | 9 | 3 | 9 | 2 | 6 | 3 | 9 | 3 | 9 | 3 | 9 |
| Oportunidades | | | | | | | | | | | | | |
| El poco prestigio con el que cuentan los centros de idiomas existentes; además de contar con ambientes pequeños e inseguros. | 4 | 3 | 12 | 3 | 12 | 3 | 12 | 4 | 16 | 3 | 12 | 3 | 12 |
| La demanda de la población por un sistema que sea confiable. | 3 | 3 | 9 | 2 | 6 | 2 | 6 | 4 | 12 | 3 | 9 | 3 | 9 |
| Las exigencias del mercado laboral con respecto al idioma inglés. | 3 | 2 | 6 | 2 | 6 | 2 | 6 | 2 | 6 | 3 | 9 | 3 | 9 |
| El bajo nivel de inglés que ofrecen las diversas instituciones secundarias | 2 | 3 | 6 | 2 | 4 | 2 | 4 | 1 | 2 | 3 | 6 | 3 | 6 |
| Amenazas | | | | | | | | | | | | | |
| Los Centros de Idiomas existentes tanto en el Departamento de Ica como en Lima. | 2 | 3 | 6 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 6 | 3 | 6 | 2 | 4 |
| Aparición de nuevos Centros de Idiomas | 3 | 3 | 9 | 2 | 6 | 2 | 6 | 3 | 9 | 3 | 9 | 3 | 9 |
| Total | | | 96 | | 78 | | 84 | | 94 | | 102 | | 97 |

Estrategias

| Estrategias | Puntaje |
|--|---------|
| Principales | |
| 5.- Presentar una currícula y metodología de enseñanza sólidas, de tal manera que el aprendizaje sea óptimo en el tiempo estimado | 102 |
| 6.- Lanzar promociones y publicidad del Centro de Idiomas, de modo tal que el público interesado pueda acercarse a preguntar o tomar el curso, fidelizando luego al alumno con la enseñanza impartida. | 97 |
| 1.- Definir una estrategia de publicidad que resuma el sistema de enseñanza e infraestructura | 96 |
| Secundarias | |
| 4.- Contar con personal reconocido en el Departamento, de manera tal que al ingresar al mercado, sea nuestra carta de presentación y nos de el respaldo necesario en lo que respecta a seriedad y profesionalismo | 94 |
| 3.- Mantener la infraestructura y equipos en buen estado. | 84 |
| 2.- Capacitar al personal acerca de la información a brindar, de modo tal que se pueda construir la imagen de orden en el Centro de Idiomas, además de que se le hace llegar la información tal cual debería de ser a la persona que se acerque al Centro. | 78 |

ANEXO 3: Porcentajes según Estilos de Vida

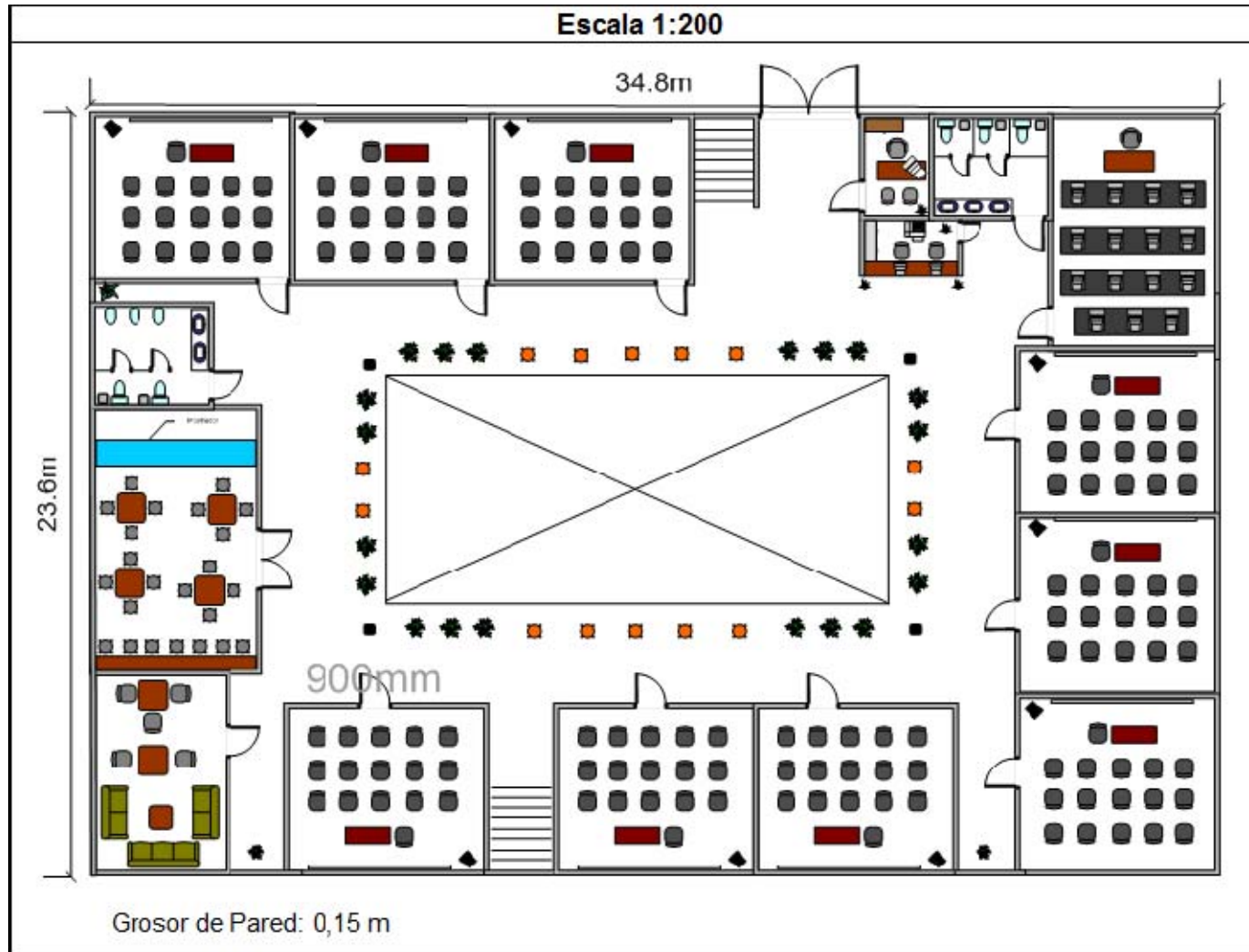


ANEXO 4. Encuesta**ENCUESTA**

Edad: _____ Sexo: Femenino Masculino Ocupación: _____

1. ¿Consideras que estudiar un segundo idioma es importante?
 - a. SI
 - b. NO
2. ¿Estudias o haz estudiado inglés?(En caso de responder negativamente, pasar a la pregunta 4)
 - a. SI
 - b. NO
3. ¿Has terminado?
 - a. SI
 - b. NO
4. ¿Por qué no estudiaste o dejaste de estudiar?
5. ¿En qué nivel te quedaste? (Responder solo en caso de haber respondido afirmativamente la pregunta anterior)
 - a. Básico
 - b. Intermedio
 - c. Avanzado
6. ¿En dónde estudiaste? (Responder solo en caso de haber respondido afirmativamente la pregunta anterior)
7. ¿Seguirías estudiando o estudiarías inglés?
 - a. SI
 - b. NO
8. ¿Por qué estudiarías o seguirías estudiando inglés?
 - a. Como carrera corta
 - b. Como complemento a mi formación profesional
 - c. Para acceder a posiciones laborales
 - d. Otros (Indicar la razón) _____
9. ¿En qué horario estudiarías?
 - a. 9 a 11am
 - b. 4 a 6 pm
 - c. 6 a 8pm
 - d. 8 a 10pm
 - e. Otros _____
10. ¿Cuánto pagarías por un curso de inglés? _____
11. ¿Qué esperarías que te ofrezca un centro de idiomas? (Se puede responder más de una opción)
 - a. Calidad de enseñanza
 - b. Buen ambiente de estudio
 - c. Precio accesible del curso
 - d. Otros _____

ANEXO 5: Plano General Centro de Idiomas



ANEXO 6. Detalles de Construcción

| Item | Descripción | Unidad | Metraje | Presio (\$/.) | Costo (\$/.) | IGV (\$/.) | Total (\$/.) |
|-----------|--|--------|-----------|---------------|--------------|------------|--------------|
| 01 | OBRA S PROVISIONALES | | | | | | |
| 01.01 | Limpieza de terreno manual | m2 | 830.00 | 2 | 1,970 | 355 | 2,324 |
| 01.02 | Cerco de Malla Raschel | ml | 69.72 | 13 | 836 | 160 | 1,046 |
| 01.03 | Guardianá de Obra | mes | 1.5 | 1,526 | 2,288 | 412 | 2,700 |
| 02 | OBRA S PRELIMINARES | | | | | | |
| 02.01 | Trazo Niveles y Replanteo | m2 | 830.00 | 2 | 1,744 | 314 | 2,059 |
| 02.02 | Transporte de Equipos y Herramientas | glo | 0.37 | 1,271 | 465 | 84 | 549 |
| 03 | MOVIMIENTO DE TIERRAS | | | | | | |
| 03.01 | Excavación Manual de Vigas Cimentación H=1.00 mt | m3 | 78.46 | 24 | 1,889 | 340 | 2,228 |
| 03.02 | Excavación Manual de Zanjas para zapatas H=2.00 mt | m3 | 99.66 | 24 | 2,399 | 432 | 2,830 |
| 03.03 | Relleno Compactado de equipo, Mat/Propio | m3 | 21.10 | 12 | 246 | 44 | 290 |
| 03.04 | Azarro Interno, Material procedente de Excavaciones | m3 | 192.64 | 6 | 1,213 | 218 | 1,431 |
| 03.05 | Eliminación de Material Excedente | m3 | 192.64 | 16 | 3,126 | 555 | 3,701 |
| 03.06 | Nivelación y Compactación para recibir falso piso | m2 | 630.64 | 2 | 1,390 | 250 | 1,640 |
| 04 | CONCRETO SIMPLE | | | | | | |
| 04.01 | Cimientos Comido - Concreto Fc=100 Kg/cm2 + 30% P.G MAX 5' | m3 | 46.39 | 113 | 5,219 | 939 | 6,159 |
| 04.02 | Sobrecimentos | | | | | | |
| 04.02.01 | Concreto Fc=140 Kg/cm2 + 25% P.M MAX 3' | m3 | 5.74 | 167 | 956 | 172 | 1,128 |
| 04.02.02 | Encofrado y Desencofrado | m2 | 76.47 | 27 | 2,089 | 376 | 2,465 |
| 04.03 | Solado de Concreto Fc=140 kg/cm2 | m2 | 90.29 | 16 | 1,416 | 255 | 1,670 |
| 04.04 | Falso Piso de 4" con mezcla 1:3 C:H | m2 | 630.64 | 18 | 11,358 | 2,088 | 13,686 |
| 04.05 | Losa de Concreto Simple | | | | | | |
| 04.05.01 | Concreto Fc=175 Kg/cm2 - Pisos y Losas | m3 | 38.36 | 208 | 7,974 | 1,435 | 9,409 |
| 04.05.02 | Encofrado de Losa | m2 | 33.55 | 28 | 948 | 171 | 1,119 |
| 05 | CONCRETO ARMADO | | | | | | |
| 05.01 | Zapatas | | | | | | |
| 05.01.01 | Concreto Fc=210 Kg/cm2 | m3 | 63.69 | 193 | 12,267 | 2,208 | 14,475 |
| 05.01.02 | Acero fy=4200 kg/cm2 Grado 60 | kg | 1,072.40 | 4 | 3,908 | 703 | 4,612 |
| 05.02 | Viga de Cimentación | | | | | | |
| 05.02.01 | Concreto Fc=210 Kg/cm2 | m3 | 4.27 | 210 | 897 | 161 | 1,059 |
| 05.02.02 | Encofrado y Desencofrado | m2 | 28.47 | 22 | 627 | 113 | 740 |
| 05.02.03 | Acero fy=4200 kg/cm2 Grado 60 | kg | 380.78 | 4 | 1,388 | 250 | 1,637 |
| 05.03 | Columnas | | | | | | |
| 05.03.01 | Concreto Fc=210 Kg/cm2 | m3 | 32.34 | 266 | 8,617 | 1,551 | 10,168 |
| 05.03.02 | Encofrado y Desencofrado | m2 | 463.98 | 31 | 14,251 | 2,565 | 16,816 |
| 05.03.03 | Acero fy=4200 kg/cm2 Grado 60 | kg | 10,290.60 | 4 | 37,962 | 6,750 | 44,252 |
| 05.04 | Vigas | | | | | | |
| 05.04.01 | Concreto Fc=210 Kg/cm2 | m3 | 69.66 | 229 | 13,633 | 2,454 | 16,087 |
| 05.04.02 | Encofrado y Desencofrado | m2 | 481.73 | 31 | 14,824 | 2,668 | 17,493 |
| 05.04.03 | Acero fy=4200 kg/cm2 Grado 60 | kg | 9,186.88 | 4 | 33,479 | 6,026 | 39,506 |
| 05.05 | Losas Aligeradas | | | | | | |
| 05.05.01 | Concreto Fc=210 Kg/cm2 | m3 | 66.76 | 221 | 17,236 | 3,103 | 20,339 |
| 05.05.02 | Encofrado y Desencofrado | m2 | 774.26 | 26 | 20,296 | 3,653 | 23,949 |
| 05.05.03 | Acero fy=4200 kg/cm2 Grado 60 | kg | 7,237.20 | 4 | 26,374 | 4,747 | 31,122 |
| 05.05.04 | Ladrillo para Techo de 0.30x0.30x0.15mt. | und | 6,600.13 | 2 | 14,264 | 2,567 | 16,831 |
| 05.06 | Escalera | | | | | | |
| 05.06.01 | Concreto Fc=210 Kg/cm2 | m3 | 2.98 | 228 | 679 | 122 | 802 |
| 05.06.02 | Encofrado y Desencofrado | m2 | 12.89 | 32 | 419 | 75 | 494 |
| 05.06.03 | Acero fy=4200 kg/cm2 Grado 60 | kg | 286.39 | 4 | 1,044 | 188 | 1,232 |
| 06 | MURO S Y TABIQUE S DE ALBAÑILERIA | | | | | | |
| 06.01 | De Soga Mezclada | m2 | 576.80 | 42 | 24,144 | 4,346 | 28,490 |
| 06.02 | Tabique Sistema Drywall | m2 | 58.77 | 50 | 2,920 | 526 | 3,446 |

ANEXO 7. Detalles de Acabados

| Item | Descripción | Unidad | Metrado | Presio (S/.) | Costo (S/.) | IGV (S/.) | Total (S/.) |
|-----------|--|--------|----------|--------------|-------------|-----------|-------------|
| 07 | REVOQUE, ENLUCIDO Y MOLDADURAS | | | | | | |
| 07.01 | Tamajeo en Muro Interiores y exteriores | m2 | 1,014.48 | 21 | 21,468 | 3,864 | 25,333 |
| 07.02 | Tamajeo de Vigas | m2 | 481.73 | 22 | 10,803 | 1,944 | 12,747 |
| 07.03 | Tamajeo Columnas | m2 | 453.98 | 22 | 10,115 | 1,821 | 11,936 |
| 07.04 | Ciebraso con mezcla C:A 1:5 | m2 | 774.26 | 27 | 20,826 | 3,695 | 24,522 |
| 08 | PISO Y CONTRAPISO | | | | | | |
| 08.01 | Contrapiso de 2" | m2 | 734.13 | 18 | 12,988 | 2,337 | 15,325 |
| 08.02 | Piso de Cemento Pulido | m2 | 582.46 | 24 | 13,738 | 2,473 | 16,211 |
| 08.03 | Piso Cerámico 30 x 30 | m2 | 151.67 | 46 | 6,938 | 1,249 | 8,187 |
| 09 | ENCHAPES DE CERAMICO | | | | | | |
| 09.01 | Enchape Cerámico 30 x 30 en muros | m2 | 126.22 | 47 | 5,992 | 1,079 | 7,070 |
| 10 | PINTURA | | | | | | |
| 10.01 | Pintura Latex en muros interiores y exteriores | m2 | 1,014.48 | 6 | 6,517 | 1,173 | 7,690 |
| 10.02 | Pintura Latex en vigas | m2 | 481.73 | 7 | 3,176 | 572 | 3,748 |
| 10.03 | Pintura Latex en columnas | m2 | 453.98 | 6 | 2,916 | 525 | 3,441 |
| 10.04 | Pintura Latex en cielo raso | m2 | 774.26 | 7 | 5,243 | 944 | 6,187 |
| 11 | RED DE DESAGUE Y VENTILACION | | | | | | |
| 11.01 | Salida Desague de PVC-Sal 4" | pto | 23.43 | 34 | 805 | 145 | 950 |
| 11.02 | Salida Desague de PVC-Sal 2" | pto | 17.57 | 26 | 452 | 81 | 533 |
| 11.03 | Suministro y Colocación de Tubería PVC SAL 4" | ml | 66.89 | 11 | 727 | 131 | 858 |
| 11.04 | Suministro y Colocación de Tubería PVC SAL 2" | ml | 35.14 | 8 | 238 | 54 | 292 |
| 11.05 | Sumidero de Bronce Roscado 2" | und | 4.39 | 22 | 98 | 18 | 115 |
| 11.06 | Registro de Bronce Ø 4" | und | 4.39 | 22 | 98 | 18 | 115 |
| 11.08 | Caja de Registro de Desague 12"x 24" con registro bronce Ø 4" | und | 2.93 | 115 | 337 | 61 | 397 |
| 11.09 | Colocación de Aparatos Sanitarios | und | 7.00 | 62 | 431 | 78 | 508 |
| 12 | SISTEMA DE AGUA FRIA Y CONTRAINCENDIO | | | | | | |
| 12.01 | Salida de Agua Fria Tubería PVC C-10 Ø 1/2" | pto | 38.80 | 41 | 1,572 | 283 | 1,856 |
| 12.02 | Tubería de PVC C-10 Ø 3/4" | ml | 234.26 | 9 | 2,130 | 383 | 2,514 |
| 12.03 | Tubería de PVC C-10 Ø 1/2" | ml | 98.83 | 8 | 819 | 147 | 967 |
| 12.04 | Valvula Esferica de Bronce Ø 3/4" | und | 5.12 | 57 | 292 | 53 | 344 |
| 12.05 | Caja para válvula | und | 5.12 | 91 | 469 | 84 | 553 |
| 13 | SALIDA PARA ELECTRICIDAD Y FUERZA | | | | | | |
| 13.01 | Salida de Centro de Luz (Techo) | pto | 114.20 | 44 | 5,065 | 912 | 5,977 |
| 13.02 | Salida para tomacorrientes bipolar doble | pto | 149.34 | 71 | 10,652 | 1,917 | 12,569 |
| 13.03 | Salida Tomacorriente Doble con línea de tierra o conductor TW Sólido 1x4 mm2 | pto | 4.78 | 71 | 338 | 61 | 397 |
| 13.04 | Salida para teléfono | pto | 2.20 | 36 | 79 | 14 | 93 |
| 14 | TABLEROS ELECTRICOS | | | | | | |
| 14.01 | T.G. | und | 0.37 | 177 | 65 | 12 | 76 |
| 14.02 | TD_01 | und | 2.93 | 175 | 513 | 92 | 605 |
| 15 | ACABADOS DE MADERA Y VIDRIO | | | | | | |
| 15.01 | Puertas madera | und | 15.00 | 593 | 8,899 | 1,602 | 10,501 |
| 15.02 | Puertas Vidrio | und | 2.00 | 1,017 | 2,034 | 366 | 2,400 |
| 15.03 | Ventanas | und | 9.00 | 424 | 3,814 | 686 | 4,500 |

ANEXO 8. Construcción y Acabados según tipo de recurso utilizado

Resumen

| Recurso | Costo (S/.) | IGV (S/.) | Total (S/.) |
|--------------|-------------|-----------|----------------|
| Mano de Obra | 191,684 | 34,503 | 226,188 |
| Materiales | 252,417 | 45,435 | 297,852 |
| Equipos | 12,892.84 | 2,320.71 | 15,214 |
| Total | | | 539,253 |

Detalle de Mano de Obra

| Recurso | Unidad | Cantidad | Precio (S/.) | Costo (S/.) | IGV (S/.) | Total (S/.) |
|----------------------------|--------|----------|--------------|-------------|-----------|-------------------|
| Capataz | HH | 838.81 | 14 | 12,071 | 2,173 | 14,244 |
| Operario | HH | 7,564.68 | 13 | 99,658 | 17,938 | 117,597 |
| Oficial | HH | 1,923.67 | 11 | 21,944 | 3,950 | 25,894 |
| Peón | HH | 5,188.27 | 10 | 52,677 | 9,482 | 62,159 |
| Operador de Equipo Liviano | HH | 21.56 | 11 | 237 | 43 | 280 |
| Guardián | HH | 520.50 | 9 | 4,742 | 854 | 5,596 |
| Topógrafo | HH | 26.56 | 13 | 355 | 64 | 419 |
| Total Mano de Obra | | | | | | 226,187.57 |

Detalle de Equipos

| Recurso | Unidad | Cantidad | Precio (S/.) | Costo (S/.) | IGV (S/.) | Total (S/.) |
|--------------------------------------|----------------|----------|--------------|-------------|-----------|------------------|
| Equipo Tográfico | hm | 26.56 | 25.43 | 675.29 | 121.55 | 796.84 |
| Regla de Aluminio 1 1/2" X 4" X 8' | unid | 3.34 | 88.99 | 297.19 | 53.49 | 350.68 |
| Regla de madera | p ² | 37.84 | 22.04 | 833.77 | 150.08 | 983.84 |
| Compactadora de plancha | día | 3.15 | 16.95 | 53.45 | 9.62 | 63.07 |
| Camión Volquete de 10 m ³ | hm | 45.33 | 46.61 | 2,112.88 | 380.32 | 2,493.20 |
| Vibrador para concreto | hm | 105.02 | 12.71 | 1,335.01 | 240.30 | 1,575.32 |
| Mezcladora de Concreto | hm | 387.68 | 16.95 | 6,571.16 | 1,182.81 | 7,753.97 |
| Andamio Metálico | día | 119.66 | 8.48 | 1,014.10 | 182.54 | 1,196.64 |
| Total Equipos | | | | | | 15,213.55 |

Detalle de Materiales

| Recurso | Unidad | Cantidad | Precio (S./.) | Costo (S./.) | IGV (S./.) | Total (S./.) |
|---|--------|-----------|---------------|--------------|------------|--------------|
| Transporte de Equipos y Herramientas | glb | 0.37 | 1,271.25 | 465 | 84 | 549 |
| Alambre Negro Recocido N°8 | kg | 331.44 | 3.81 | 1,264 | 228 | 1,492 |
| Alambre Negro Recocido N°16 | kg | 853.67 | 3.81 | 3,256 | 586 | 3,842 |
| Acero Corrugado fy = 4200 kg/cm2 GRADO 60 | kg | 30,446.06 | 2.46 | 74,829 | 13,469 | 88,298 |
| Clavos para madera con cabeza | kg | 383.36 | 3.81 | 1,462 | 263 | 1,725 |
| Clavos para madera con cabeza de 3" | kg | 10.32 | 3.64 | 38 | 7 | 44 |
| Clavos para madera con cabeza de 4" | kg | 3.35 | 3.64 | 12 | 2 | 14 |
| Tubería PVC-SAP Eléctrica de 1/2" x 3 m (15 mm) | ml | 597.37 | 0.85 | 506 | 91 | 597 |
| Curvas PVC-SAP Eléctricas 1/2" | unid | 271.64 | 0.85 | 230 | 41 | 272 |
| Curvas PVC-SAP Eléctricas 3/4" (20 mm) | unid | 11.51 | 1.19 | 14 | 2 | 16 |
| Conexiones PVC-SAP 3/4" Eléctricas (20 mm) | unid | 367.37 | 0.51 | 187 | 34 | 220 |
| Tubería PVC-CLASE-10 SP 1/2" x 5m | ml | 84.01 | 1.70 | 142 | 26 | 168 |
| Tubería PVC-CLASE-10 SP 3/4" x 5m | ml | 199.12 | 2.54 | 506 | 91 | 597 |
| Codo PVC-SAP C/R 1/2" X 90° | unid | 81.48 | 0.85 | 69 | 12 | 81 |
| Codo PVC-SAP C/R 1/2" X 45° | unid | 5.43 | 0.85 | 5 | 1 | 5 |
| TEE PVC-SAP S/P 1/2" | unid | 20.18 | 1.02 | 21 | 4 | 24 |
| Uniones PVC-SAP SP 1/2" | unid | 19.77 | 0.76 | 15 | 3 | 18 |
| Uniones PVC-SAP SP 3/4" | unid | 46.85 | 1.19 | 56 | 10 | 66 |
| Adaptador PVC-SAP S/P 3/4" | unid | 10.25 | 1.10 | 11 | 2 | 13 |
| Tubería PVC-SAL 2" X 3 m | ml | 53.59 | 2.54 | 136 | 25 | 161 |
| Tubería PVC-SAL 4" X 3 m | ml | 94.00 | 5.09 | 478 | 86 | 564 |
| Codo PVC-SAL 2" X 90° | unid | 5.62 | 1.70 | 10 | 2 | 11 |
| Codo PVC-SAL 4" X 90° | unid | 35.14 | 4.75 | 167 | 30 | 197 |
| Trampa "P" PVC SAL de 2" | unid | 4.39 | 5.09 | 22 | 4 | 26 |
| Sombrero de Ventilación PVC-SAL de 2" | unid | 4.39 | 11.97 | 53 | 9 | 62 |
| Piedra Chancada 1/2" | m³ | 197.31 | 42.38 | 8,361 | 1,505 | 9,866 |
| Piedra Mediana (Max 4") | m³ | 2.41 | 25.43 | 61 | 11 | 72 |
| Piedra Grande (Max 8") | m³ | 23.38 | 29.66 | 694 | 125 | 818 |
| Arena Fina | m³ | 58.38 | 29.66 | 1,732 | 312 | 2,043 |
| Arena Gruesa | m³ | 207.99 | 29.66 | 6,170 | 1,111 | 7,280 |
| Hormigon | m³ | 145.09 | 29.66 | 4,304 | 775 | 5,078 |
| Concreto F'c=210 Kg/cm2 | m³ | 76.32 | 250.67 | 19,132 | 3,444 | 22,576 |
| Agua puesta en Obra | m³ | 97.38 | 6.78 | 660 | 119 | 779 |
| Tubería PVC-SEL 3/4" | ml | 1,084.20 | 1.02 | 1,103 | 198 | 1,301 |
| Curvas PVC-SEL 3/4"(20mm) | unid | 18.89 | 0.42 | 8 | 1 | 9 |
| Curvas PVC-SEL 5/8"(20mm) | pza | 13.18 | 0.34 | 4 | 1 | 5 |
| Uniones PVC-SEL 3/4"(20 mm) | unid | 9.52 | 0.42 | 4 | 1 | 5 |
| Cemento Portland Tipo I (42.5 Kg.) | bol | 3,790.84 | 13.01 | 49,315 | 8,877 | 58,192 |
| Yeso | kg | 41.50 | 10.55 | 438 | 79 | 517 |
| Ladrillo KK 18 Huecos 9 x 13 x 24 cm | mll | 23.07 | 508.50 | 11,732 | 2,112 | 13,844 |
| Ladrillo para techo 8 h de 15 x 30 x 30 cm | unid | 6,600.13 | 2.16 | 14,264 | 2,567 | 16,831 |

| Recurso | Unidad | Cantidad | Precio (S/.) | Costo (S/.) | IGV (S/.) | Total (S/.) |
|---|--------|----------|--------------|-------------|-----------|-------------------|
| Pegamento en Polvo Novacel | kg | 568.01 | 0.59 | 337 | 61 | 398 |
| Pegamento para PVC | gal | 4.04 | 83.06 | 335 | 60 | 396 |
| Cerámico 30 x 30 | m² | 300.12 | 19.49 | 5,850 | 1,053 | 6,903 |
| Fragua Novacel Color Gris | kg | 88.36 | 0.59 | 52 | 9 | 62 |
| Madera Cachimbo | p² | 3,000.00 | 3.39 | 10,170 | 1,831 | 12,001 |
| Tornillo Wafer 8 x 13 mm p/broca | mll | 0.41 | 48.77 | 20 | 4 | 24 |
| Tornillo 6 x 22 mm p/broca | mll | 1.06 | 33.79 | 36 | 6 | 42 |
| Fulminante para pistola de Fijación | cjn | 1.47 | 48.48 | 71 | 13 | 84 |
| Pasta para junta | kg | 105.79 | 1.31 | 138 | 25 | 163 |
| Riel de Riego 90mm x 25mm x 0.45 x 3 m | unid | 26.62 | 6.47 | 172 | 31 | 203 |
| Cinta para junta rollo | rl | 1.47 | 4.96 | 7 | 1 | 9 |
| Angulo Esquinero Metálico 2.44 | unid | 4.70 | 4.66 | 22 | 4 | 26 |
| Parantes de Acero 89 mm x 38 mm x 0.45 x 3 m | unid | 70.53 | 8.14 | 574 | 103 | 677 |
| Placa de Fibrocemento Superboar para tabiquería de 1.22 X 2.44 E=8mm | unid | 41.14 | 16.53 | 680 | 122 | 802 |
| Lija para pared | plg | 681.12 | 1.02 | 693 | 125 | 817 |
| Pintura Latex Lavable | gal | 114.43 | 21.19 | 2,424 | 436 | 2,861 |
| Imprimante | gal | 136.22 | 16.95 | 2,309 | 416 | 2,725 |
| Cinta aislante | rl | 11.42 | 2.46 | 28 | 5 | 33 |
| Cinta Teflon | unid | 58.49 | 1.27 | 74 | 13 | 88 |
| Masilla | kg | 6.88 | 2.54 | 17 | 3 | 21 |
| Sumidero de Bronce de 2" | unid | 4.39 | 5.09 | 22 | 4 | 26 |
| Registro de Bronce Ø4" | unid | 4.39 | 12.71 | 56 | 10 | 66 |
| Codo fierro galvanizado de 1/2" x 90° | unid | 39.96 | 1.27 | 51 | 9 | 60 |
| Niple de fierro galvanizado de 3/4" | unid | 10.25 | 2.37 | 24 | 4 | 29 |
| Unión Universal de fierro galvanizado de 3/4" | unid | 12.45 | 5.09 | 63 | 11 | 75 |
| Tapón Macho de fierro galvanizado de 1/2" | unid | 40.74 | 1.27 | 52 | 9 | 61 |
| Válvula Esférica de 3/4" | unid | 5.12 | 16.95 | 87 | 16 | 102 |
| Placa para TV | pza | 2.20 | 3.69 | 8 | 1 | 10 |
| Caja Octogonal Fierro Galvanizado SAP 100 X 55 mm | unid | 114.20 | 1.14 | 130 | 23 | 153 |
| Caja Electrica Rectangular F°G° 4X2Y1/4X1Y3/4 | unid | 2.20 | 3.25 | 7 | 1 | 8 |
| Caja Rectangular PVC de 100 x 55 x 50 mm | unid | 4.76 | 2.12 | 10 | 2 | 12 |
| Caja Rectangular Fierro Galvanizado de 100 x 50 x 40 mm (6" X 2" X 1½") | unid | 253.76 | 3.31 | 839 | 151 | 990 |
| Caja Cuadrada de Fierro Galvanizado 100 x 100 x 50 mm | unid | 149.34 | 3.31 | 494 | 89 | 582 |
| Caja para Válvula | unid | 5.12 | 67.80 | 347 | 63 | 410 |
| Cable TW # 14 AWG2.5 mm² | ml | 1,027.83 | 1.70 | 1,742 | 314 | 2,056 |
| Cable coaxial | ml | 14.28 | 1.05 | 15 | 3 | 18 |
| Gabinete Metálico con barras de cobre | unid | 3.29 | 44.07 | 145 | 26 | 171 |
| Tubería PVC C-10 Ø 1/2 | ml | 155.20 | 2.54 | 395 | 71 | 466 |
| Inodoros | unid | 5.00 | 84.75 | 424 | 76 | 500 |
| Urinaríos | unid | 3.00 | 72.04 | 216 | 39 | 255 |
| Lavatorios | unid | 5.00 | 33.90 | 170 | 31 | 200 |
| Cerco de malla raschel | ml | 69.72 | 12.71 | 886 | 160 | 1,046 |
| Caja de concreto prefabricada de desague de 12" x 24" CON REGISTRO Ø4" | unid | 2.93 | 88.99 | 261 | 47 | 307 |
| Puertas | unid | 15.00 | 593.25 | 8,899 | 1,602 | 10,501 |
| Puertas sanitarios | unid | 5.00 | 211.88 | 1,059 | 191 | 1,250 |
| Puerta Principal de Vidrio | unid | 1.00 | 1,271.25 | 1,271 | 229 | 1,500 |
| Puerta de Vidrio - Cafetería | unid | 1.00 | 678.00 | 678 | 122 | 800 |
| Ventanas - Aulas | unid | 9.00 | 508.50 | 4,577 | 824 | 5,400 |
| Ventana - Dirección | unid | 1.00 | 322.05 | 322 | 58 | 380 |
| Interruptor Termomagnético 6 x 30 A | unid | 0.37 | 28.16 | 10 | 2 | 12 |
| Interruptor Diferencial 2 x 20 A | unid | 2.93 | 26.44 | 77 | 14 | 91 |
| Tomacorriente Triple Ticino | unid | 308.20 | 10.17 | 3,134 | 564 | 3,699 |
| Total Materiales | | | | | | 297,851.97 |

ANEXO 9. Cálculo del Capital de Trabajo

| Capital de Trabajo | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio |
|----------------------------|----------------|---------|---------|--------|--------|--------|
| Ingresos - Enseñanza | 15,000 | 20,000 | 25,000 | 30,000 | 35,000 | 40,000 |
| Otros Ingresos - Cafetería | 2,412 | 2,412 | 2,412 | 2,412 | 2,412 | 2,412 |
| Total Ingresos | 17,412 | 22,412 | 27,412 | 32,412 | 37,412 | 42,412 |
| Remuneraciones (S/.) | 22,500 | 22,500 | 22,500 | 22,500 | 22,500 | 22,500 |
| Publicidad (S/.) | 12,940 | 12,940 | 12,940 | 12,940 | 12,940 | 12,940 |
| Materiales e Insumos (S/.) | 2,495 | 2,495 | 2,495 | 2,495 | 2,495 | 2,495 |
| Servicios (S/.) | 391 | 391 | 391 | 391 | 391 | 391 |
| Total Egresos | 38,326 | 38,326 | 38,326 | 38,326 | 38,326 | 38,326 |
| INGRESO - EGRESO | -20,914 | -15,914 | -10,914 | -5,914 | -914 | 4,086 |

| Capital de Trabajo | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
|----------------------------|----------------|--------|-----------|---------|-----------|-----------|
| Ingresos - Enseñanza | 45,000 | 50,000 | 55,000 | 60,000 | 65,000 | 65,000 |
| Otros Ingresos - Cafetería | 2,412 | 2,412 | 2,412 | 2,412 | 2,412 | 2,412 |
| Total Ingresos | 47,412 | 52,412 | 57,412 | 62,412 | 67,412 | 67,412 |
| Remuneraciones (S/.) | 45,000 | 22,500 | 22,500 | 22,500 | 22,500 | 45,000 |
| Publicidad (S/.) | 12,940 | 12,940 | 12,940 | 12,940 | 12,940 | 12,940 |
| Materiales e Insumos (S/.) | 2,495 | 2,495 | 2,495 | 2,495 | 2,495 | 2,495 |
| Servicios (S/.) | 391 | 391 | 391 | 391 | 391 | 391 |
| Total Egresos | 60,826 | 38,326 | 38,326 | 38,326 | 38,326 | 60,826 |
| INGRESO - EGRESO | -13,414 | 14,086 | 19,086 | 24,086 | 29,086 | 6,586 |

ANEXO 10. Presupuesto de Mano de Obra Directa

| Trabajador | Número de Personas | Total Normal (S/.) | Total Julio - Diciembre (S/.) | Total Anual (S/.) | Clasificación |
|-------------------------|--------------------|--------------------|-------------------------------|-------------------|-------------------------------|
| Director | 1 | 3,500 | 7,000 | 49,000 | Sueldos Administrativos |
| Auxiliares de Recepción | 2 | 1,700 | 3,400 | 23,800 | Sueldos Administrativos |
| Profesores | 9 | 2,500 | 5,000 | 35,000 | Mano de Obra Directa |
| Auxiliar Cafetería | 1 | 1,200 | 2,400 | 16,800 | Mano de Obra Directa |
| Personal de Limpieza | 3 | 1,000 | 2,000 | 14,000 | Mano de Obra Indirecta |
| Vigilantes | 2 | 2,000 | 4,000 | 28,000 | Mano de Obra Indirecta |
| | | | | 72,800 | Total Sueldos Administrativos |
| | | | | 51,800 | Total Mano de Obra Directa |
| | | | | 42,000 | Total Mano de Obra Indirecta |

Personal Requerido por año

| Tipo de Personal | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Administrativo | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Mano de Obra Directa | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| Mano de Obra Indirecta | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Total | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 |

Sueldos Administrativos

| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------|--------|--------|--------|--------|
| 72,800 | 72,800 | 72,800 | 72,800 | 72,800 |

Mano de Obra Directa

| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------|--------|--------|--------|--------|
| 51,800 | 51,800 | 51,800 | 51,800 | 51,800 |

Mano de Obra Indirecta

| 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|--------|--------|--------|--------|--------|
| 42,000 | 42,000 | 42,000 | 42,000 | 42,000 |

ANEXO 11. Montos de Impuesto a la Renta

| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Ventas Netas | 666,135 | 675,627 | 685,204 | 694,865 | 704,781 |
| Costo de Ventas | 127,728 | 127,999 | 128,274 | 128,553 | 126,464 |
| Utilidad Bruta | 538,407 | 547,628 | 556,930 | 566,312 | 578,317 |
| Gasto de Ventas | 5,085 | 5,085 | 5,085 | 5,085 | 5,085 |
| Gastos Administrativos | 80,665 | 80,732 | 80,799 | 80,867 | 80,314 |
| Utilidad Operativa | 452,657 | 461,811 | 471,046 | 480,360 | 492,918 |
| UAll | 452,657 | 461,811 | 471,046 | 480,360 | 492,918 |
| Utilidad Disponible | 452,657 | 461,811 | 471,046 | 480,360 | 492,918 |
| Impuesto a la Renta (30%) | 135,797 | 138,543 | 141,314 | 144,108 | 147,875 |
| Utilidad Neta | 316,860 | 323,268 | 329,732 | 336,252 | 345,043 |

