

**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

<b>Introducción</b> .....	<b>1</b>
<b>Capítulo 1: Estudio Estratégico</b> .....	<b>2</b>
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
<b>Capítulo 2: Estudio de Mercado</b> .....	<b>10</b>
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
<b>Capítulo 3:</b>	<b>Estudio Técnico .....</b>	<b>33</b>
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
<b>CAPÍTULO 4:</b>	<b>Estudio Legal y Organizacional.....</b>	<b>57</b>
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
<b>CAPÍTULO 5: Estudio Económico y Financiero .....</b>	<b>61</b>
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
<b>CAPÍTULO 6: Conclusiones .....</b>	<b>78</b>
<b>Referencias Bibliográficas .....</b>	<b>80</b>

## 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
<b>TOTAL</b>	<b>117,958</b>	<b>242,529</b>	<b>115,222</b>	<b>247,041</b>	<b>115,449</b>	<b>254,020</b>

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.

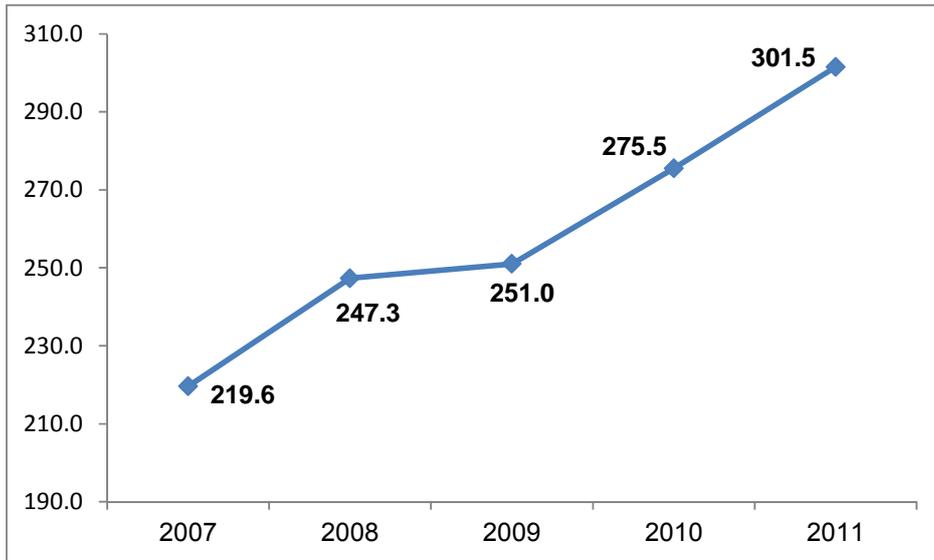
**Cuadro N°2. Alumnos matriculados en Educación Superior No Universitaria Urbana en la Región de Ica**  
(en número de personas)

	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
<b>TOTAL</b>	<b>1,518</b>	<b>6,012</b>	<b>818</b>	<b>5,934</b>	<b>295</b>	<b>6,591</b>

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

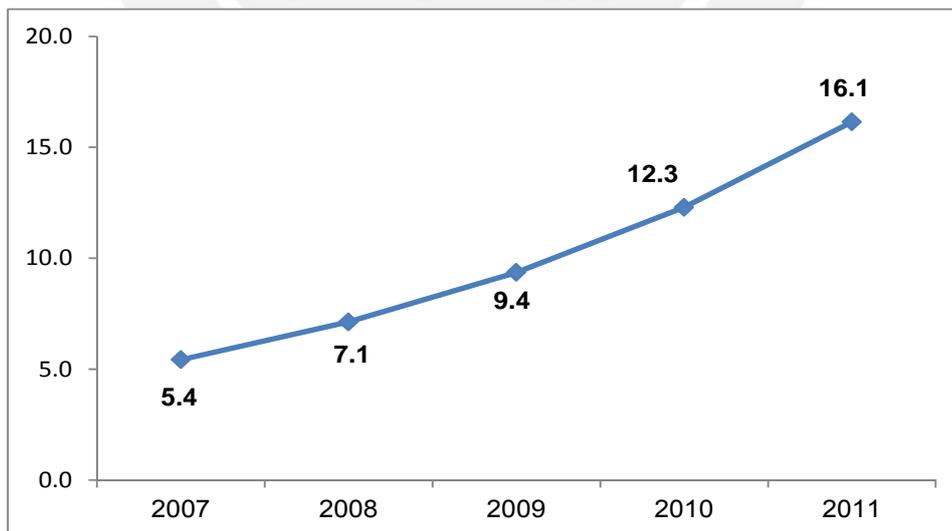
### 1.1.2. Factor Económico

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 desenvolvemos 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 estudio<sup>1</sup>.

## 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.

---

<sup>1</sup> 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 Chíncha 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
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>3.40</b>

Elaboración Propia

#### b) Matriz de Evaluación de Factores Externos

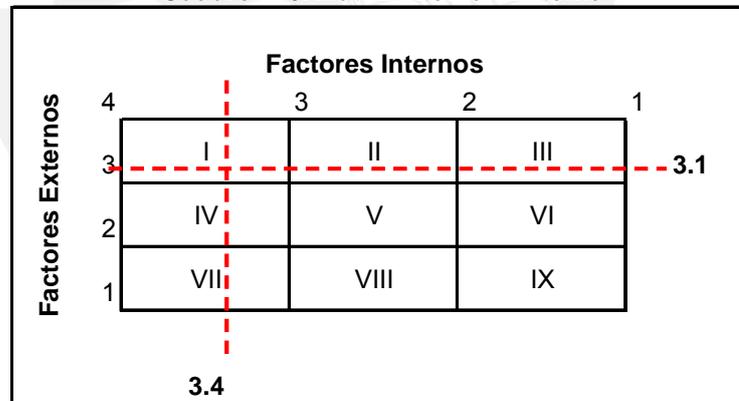
**Cuadro N°5. Matriz de Evaluación de Factores Externos**

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
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>3.10</b>

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)

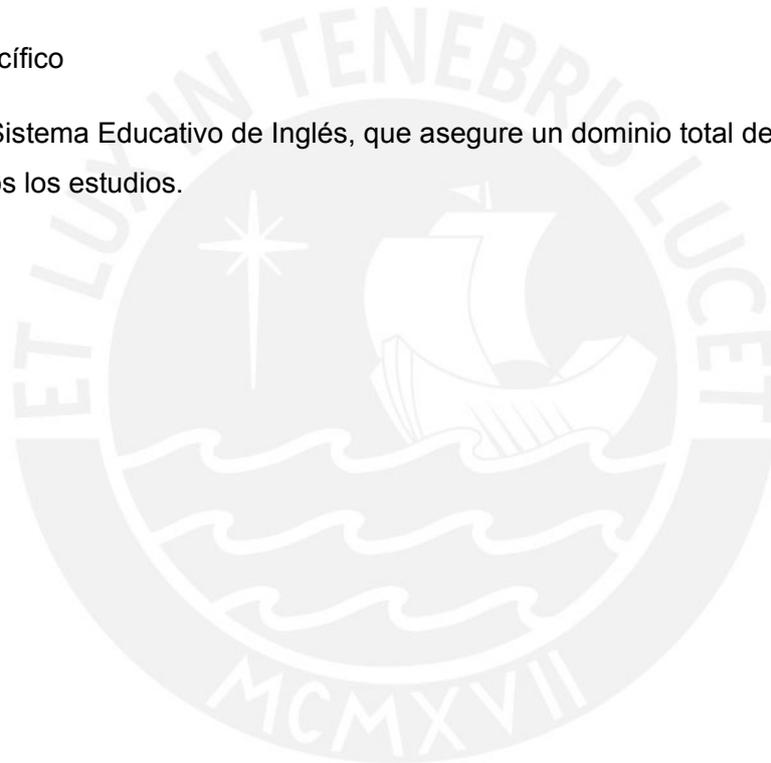
### 1.3.4 Objetivos del Proyecto

#### 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.

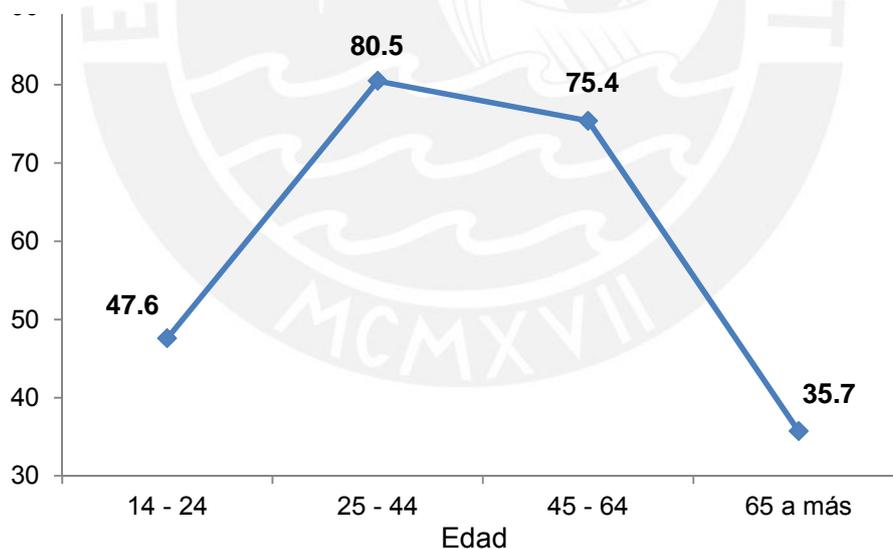


## CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO

### 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 <sup>2</sup>, 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

<sup>2</sup> 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**

<b>Sexo</b>	Masculino o femenino
<b>Edad</b>	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)
<b>Estado Civil</b>	Soltero o casado
<b>Grado de Instrucción</b>	Secundaria Completa
<b>Ciudad de residencia</b>	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.

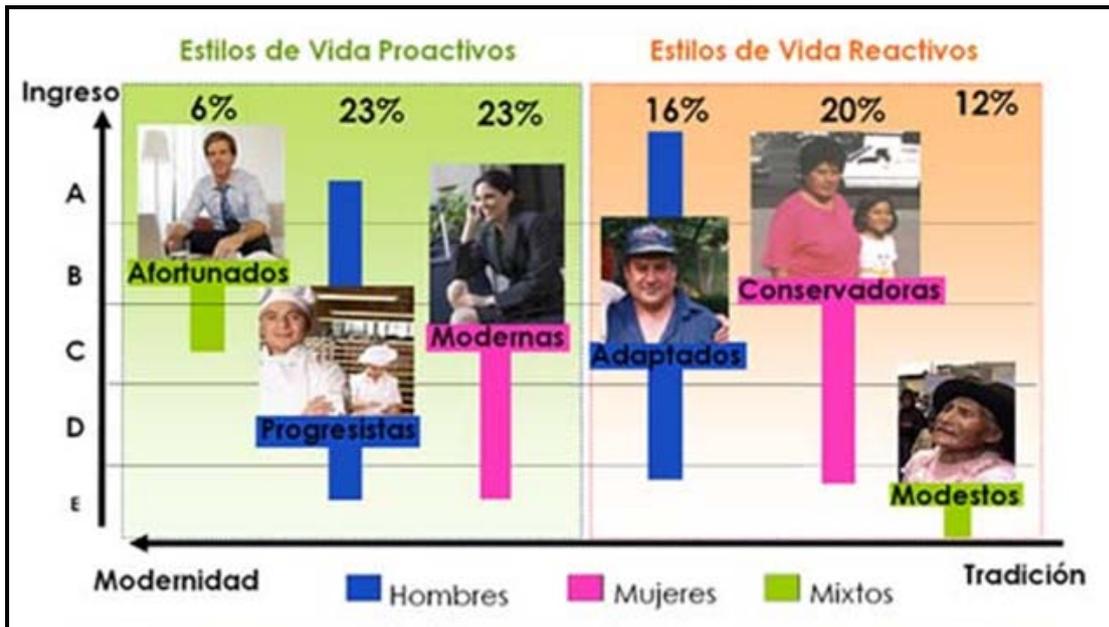


Gráfico N°4. Estilos de Vida  
Fuente: Arellano Marketing

**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.

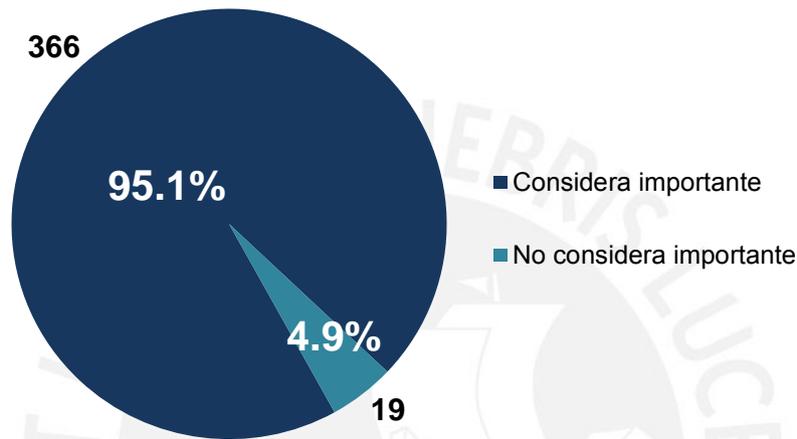
En la siguiente parte de la encuesta, desde la pregunta 2 hasta la pregunta 6 se trata de conocer si es que las personas encuestadas tienen un conocimiento previo del idioma, y si es así, saber si culminaron el curso o si lo dejaron, saber el porqué de dicha decisión, de tal forma de que podamos ir conociendo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



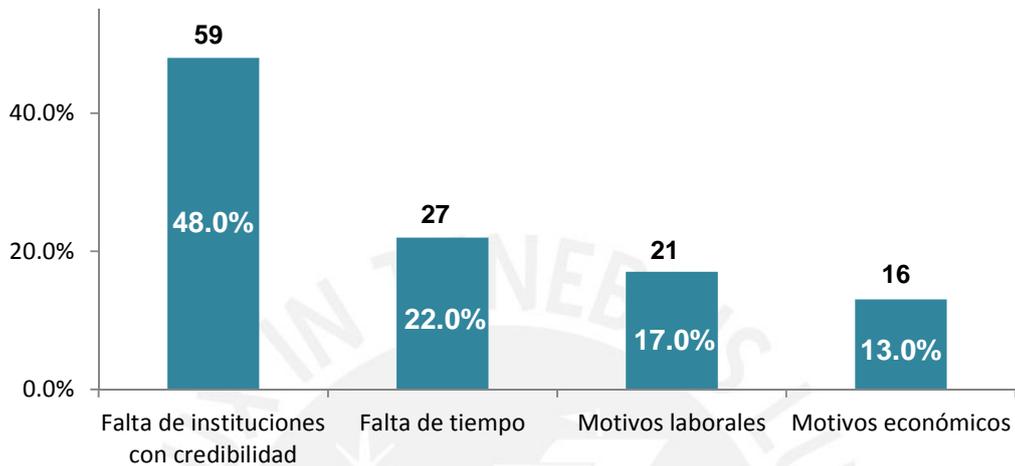
**Gráfico N°5. Porcentaje de personas que consideran importante estudiar**  
Elaboración Propia

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.



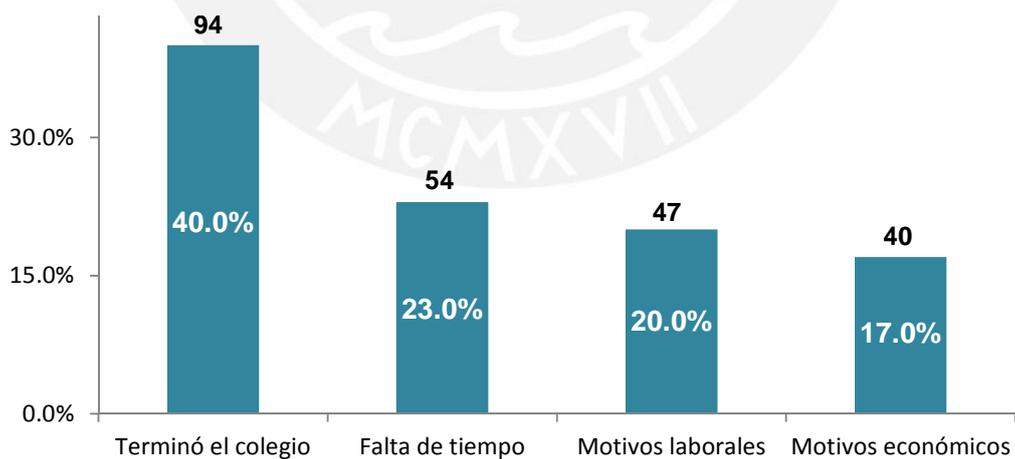
**Gráfico N°6. Porcentaje de personas que han estudiado inglés**  
Elaboración Propia

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.



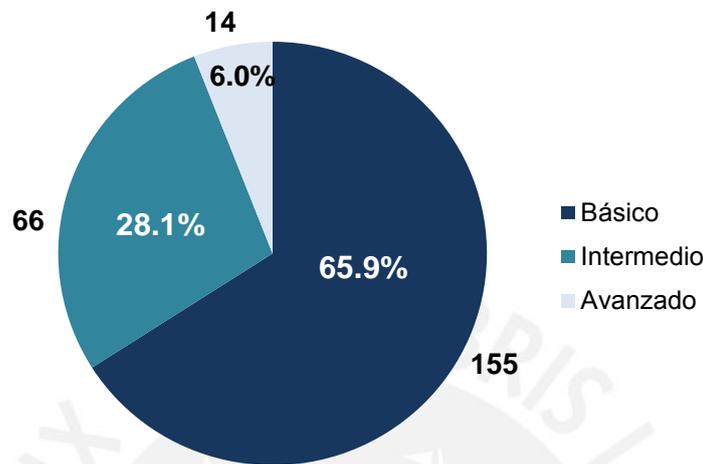
**Gráfico N°7. Motivos por los cuales no estudiaron el idioma inglés**  
Elaboración Propia

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.



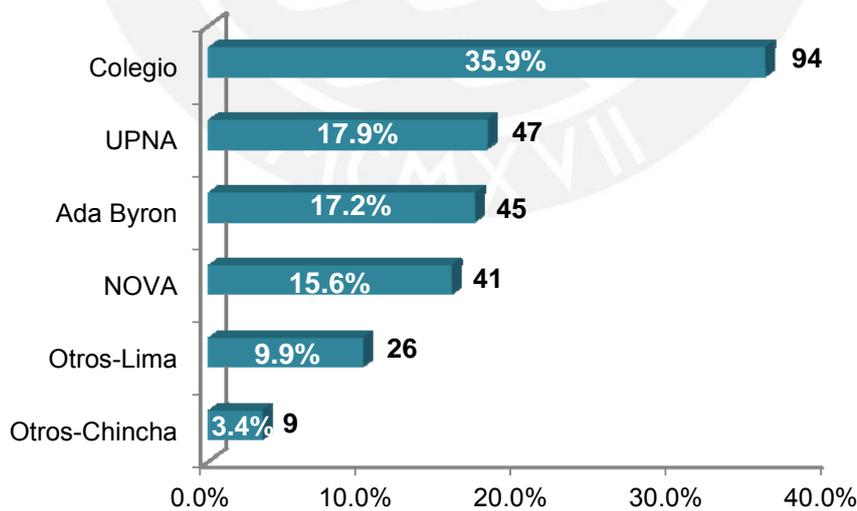
**Gráfico N°8. Motivos por los cuales se dejó de estudiar**  
Elaboración Propia

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.



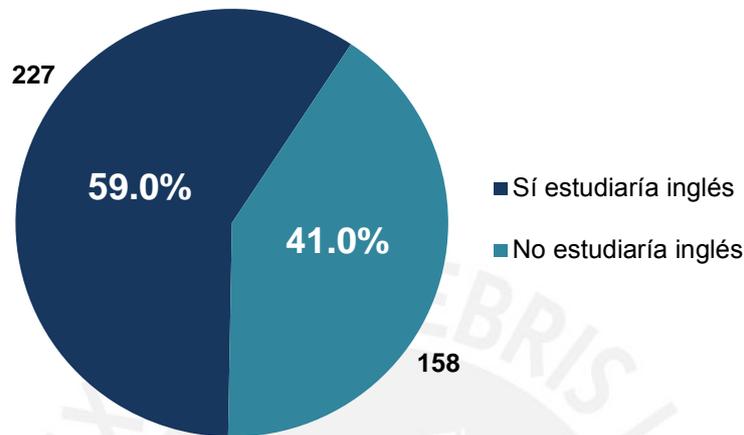
**Gráfico N°9. Niveles de estudio alcanzado cuando se estudió el idioma**  
Elaboración Propia

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%.



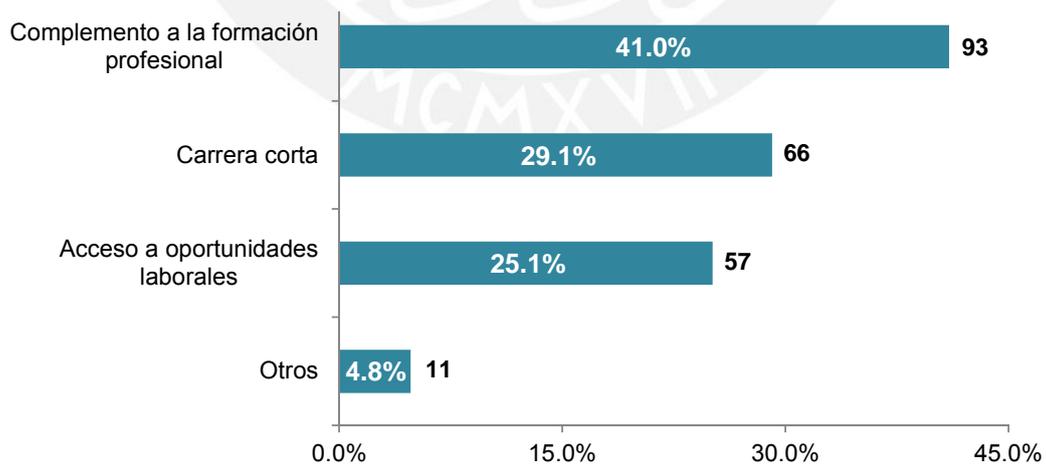
**Gráfico N°10. Instituciones en las que se estudió**  
Elaboración Propia

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.



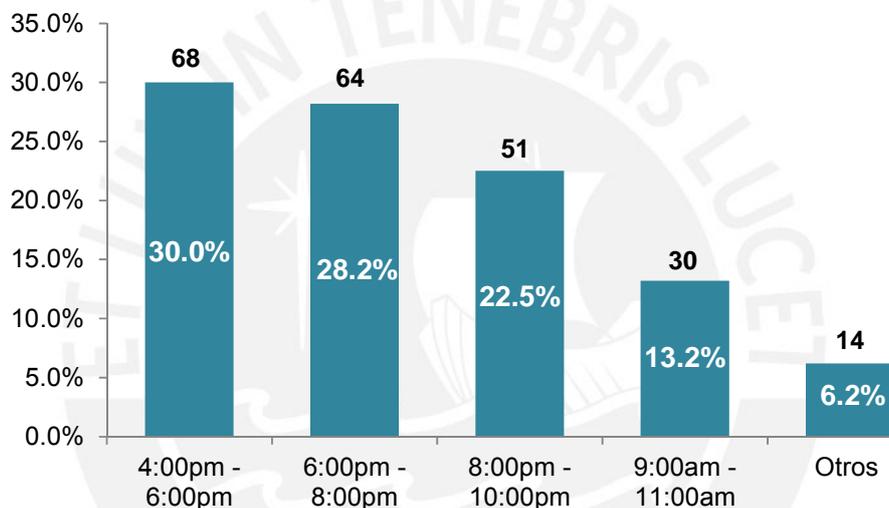
**Gráfico N°11. Porcentajes de personas que estudiarían el idioma**  
Elaboración Propia

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

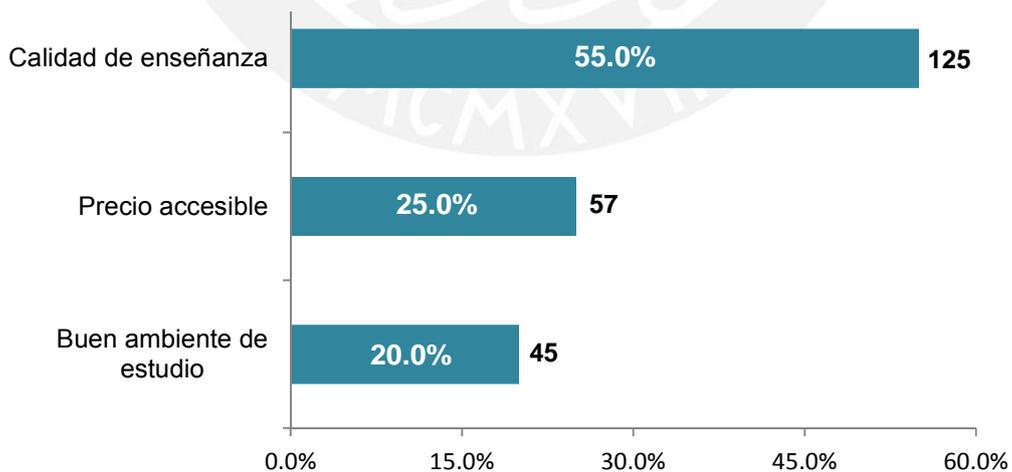
De la encuesta realizada, se preguntó a las personas cuánto estarían dispuestas a pagar por llevar un curso mensual de inglés, y los resultados variaron entre S/.70.00 y S/.150.00.

**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
<b>Población</b>	63,916	64,850	65,838	66,774	67,696	68,639

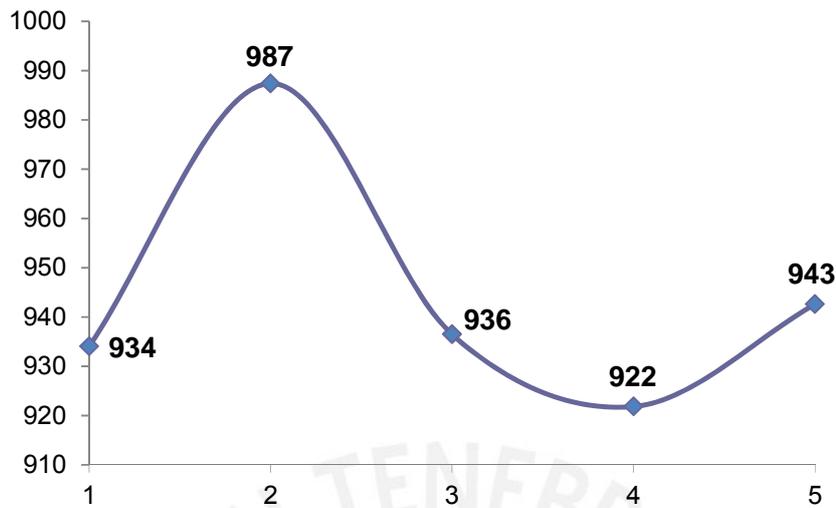
Fuente: INEI - 2012  
Elaboración Propia

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

Períodos	Aumento de la población
<b>1995-1996</b>	934
<b>1996-1997</b>	987
<b>1997-1998</b>	936
<b>1998-1999</b>	922
<b>1999-2000</b>	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:

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

$\alpha$ : 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
<b>Tasa promedio</b>	<b>1.42</b>

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
<b>Población</b>	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 Chíncha 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.

Chíncha 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 Chíncha, 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 Chíncha 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
<b>Población</b>	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 Chíncha 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 Chíncha.- 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 Chíncha 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
<b>Total</b>			<b>11,990.0</b>

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 km<sup>2</sup>. 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 Km<sup>2</sup>.

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 km<sup>2</sup>.

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 km<sup>2</sup>.

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 km<sup>2</sup>.

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 m<sup>2</sup> 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 terreno<sup>3</sup> 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 Prado<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Precio otorgado en las municipalidades de Chincha Alta, Pueblo Nuevo y Grocio Prado

<sup>4</sup> 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 Privadas<sup>5</sup>.

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 m<sup>2</sup>/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 m<sup>2</sup>

- Laboratorio: Tomando en cuenta el área que se debe de considerar por alumno (1.6 m<sup>2</sup>) se le agregará 0.4 m<sup>2</sup> por espacio de máquina, con lo cual se considerará 2 m<sup>2</sup>, 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 m<sup>2</sup>

- 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 m<sup>2</sup>.

- Servicios Higiénicos Alumnos: Se tendrá como base lo indicado por la Directiva N°004 Apartado VII Consideraciones Técnicas – Servicios Higiénicos<sup>5</sup>.

El baño de las alumnas deberá contar 01 inodoro y 01 lavatorio por cada 50 alumnas, por lo tanto si se consideran 180 alumnos 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.

---

<sup>5</sup> 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 m<sup>2</sup>

**Cuadro N°26. Área Sector Educativo**

Área	Cantidad	Área (m <sup>2</sup> )	Total (m <sup>2</sup> )
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 m<sup>2</sup>.

- **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 m<sup>2</sup>.

**Cuadro N°27. Área Sector Administrativo y de Profesores**

Área	Cantidad	Área (m <sup>2</sup> )	Total (m <sup>2</sup> )
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 m<sup>2</sup>.

**Cuadro N°28. Área Sector de Esparcimiento**

Área	Cantidad	Área (m <sup>2</sup> )	Total (m <sup>2</sup> )
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 <sup>2</sup> )
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 m<sup>2</sup>.

## 3.3 Características Físicas

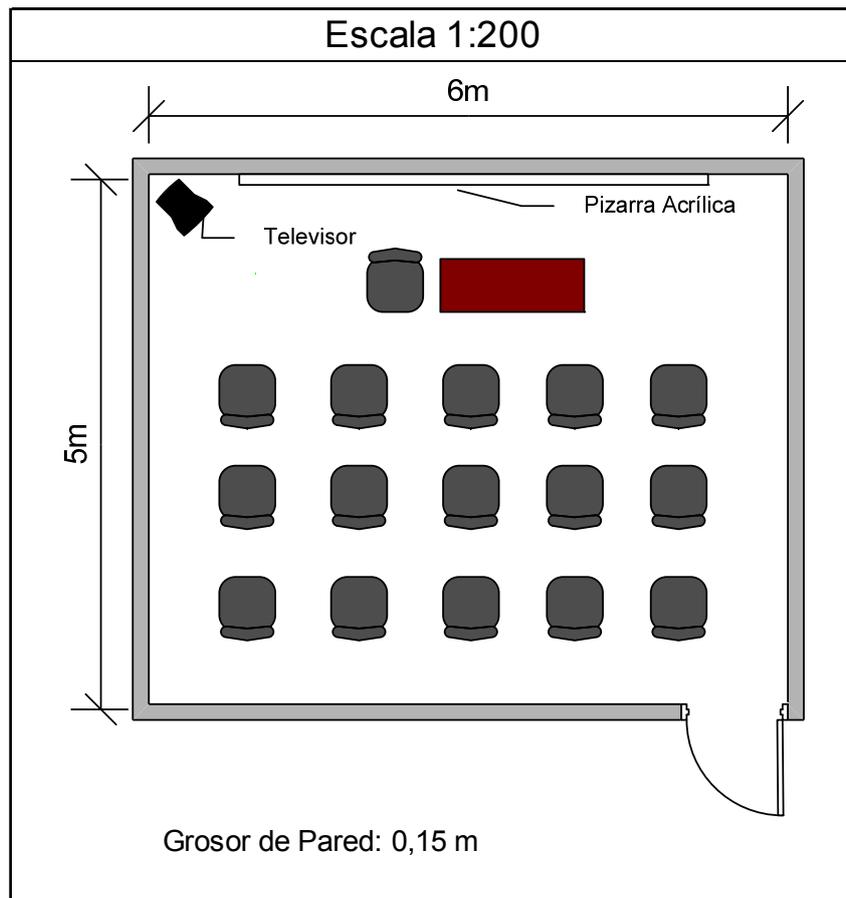
### 3.3.1 Infraestructura

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

- a) Sector Educativo

Aulas de Clase

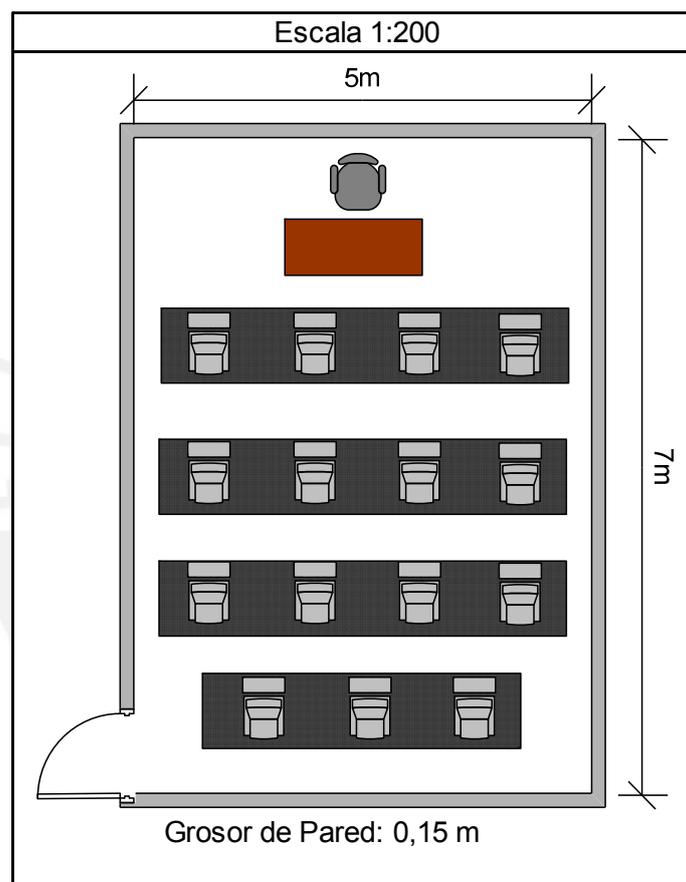
Las aulas serán de ladrillo, con piso de loseta, puerta de madera y amplias ventanas de vidrio



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

### Laboratorio

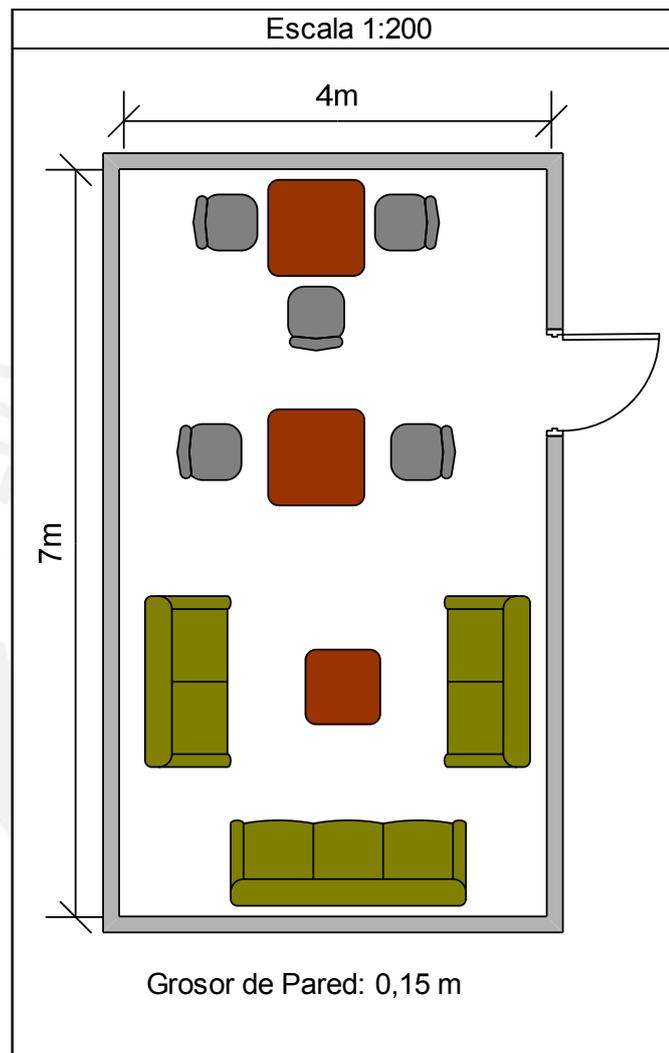
El laboratorio será de ladrillo, con piso de loseta y puerta de madera.



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

Sala de Profesores

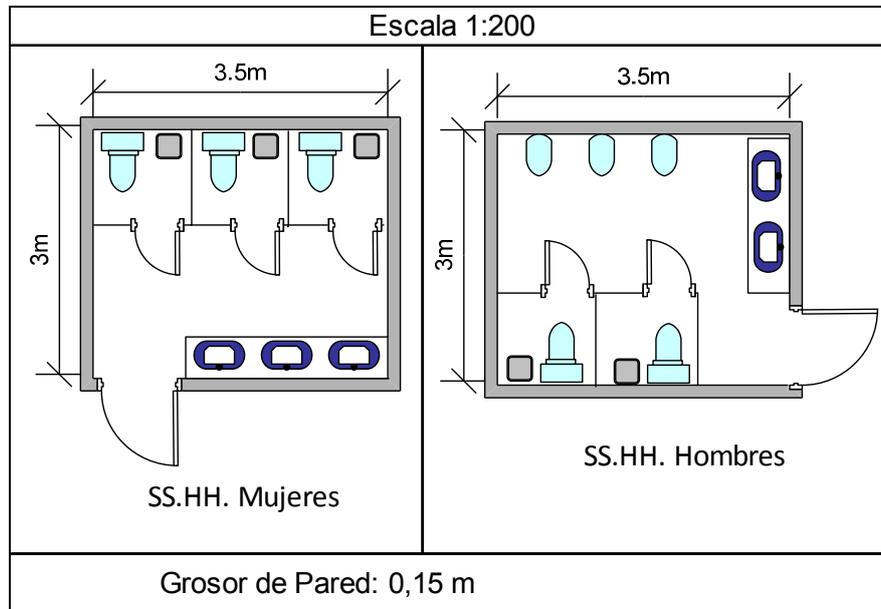
La Sala de Profesores será de ladrillo, con piso de loseta y puerta de madera.



**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.

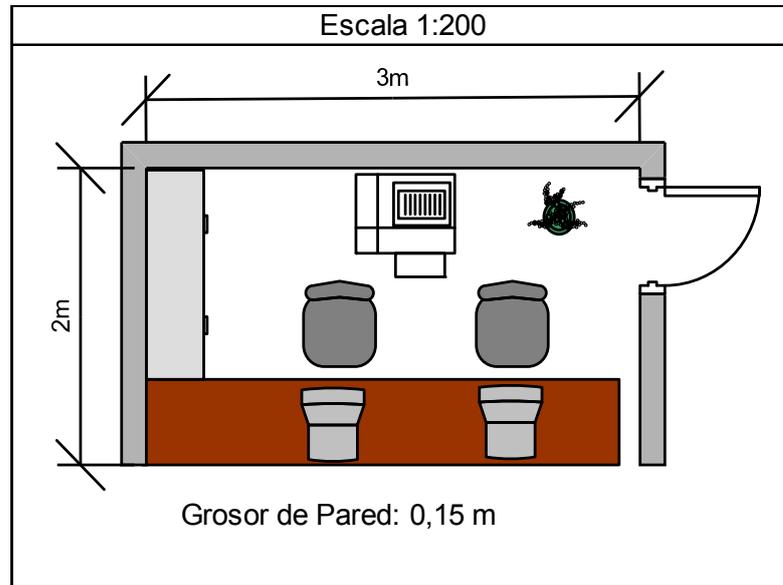


**Gráfico N°21. Área requerida para los Servicios Higiénicos Alumnos**  
Elaboración Propia

### b) Sector Administrativo y de Profesores

#### Recepción

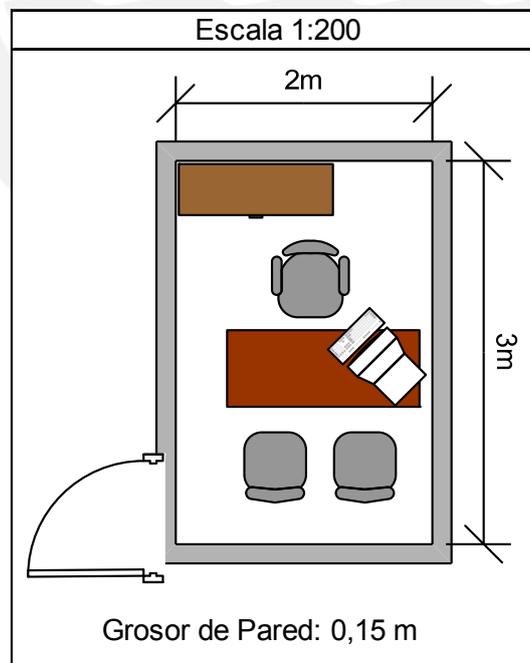
La Recepción será de ladrillo, con piso de loseta, una ventanilla amplia que servirá para la atención al público y puerta de madera que permitirá el ingreso y salida del personal autorizado.



**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.

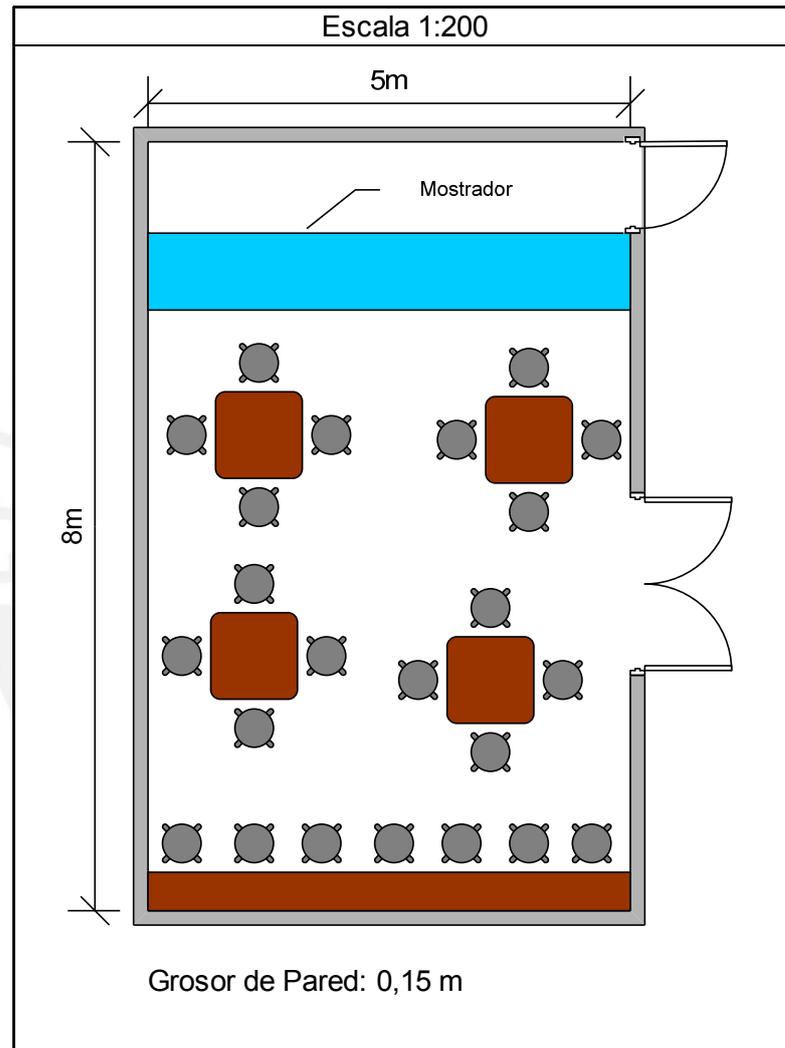


Gráfico N°24. Área requerida para la Cafetería  
Elaboración Propia

### 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**

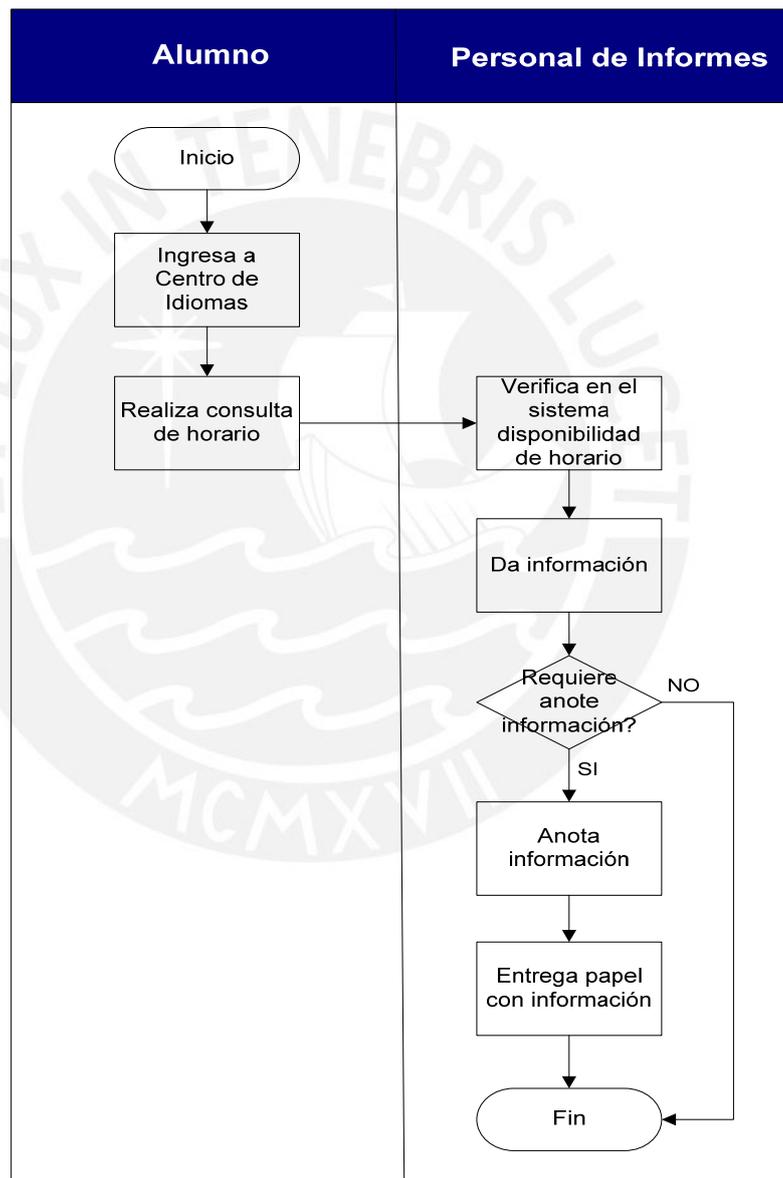
Los alumnos realizarán dos tipos de operaciones principales:

### 3.4.1 Solicitud de Información

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

a) Horarios Disponibles

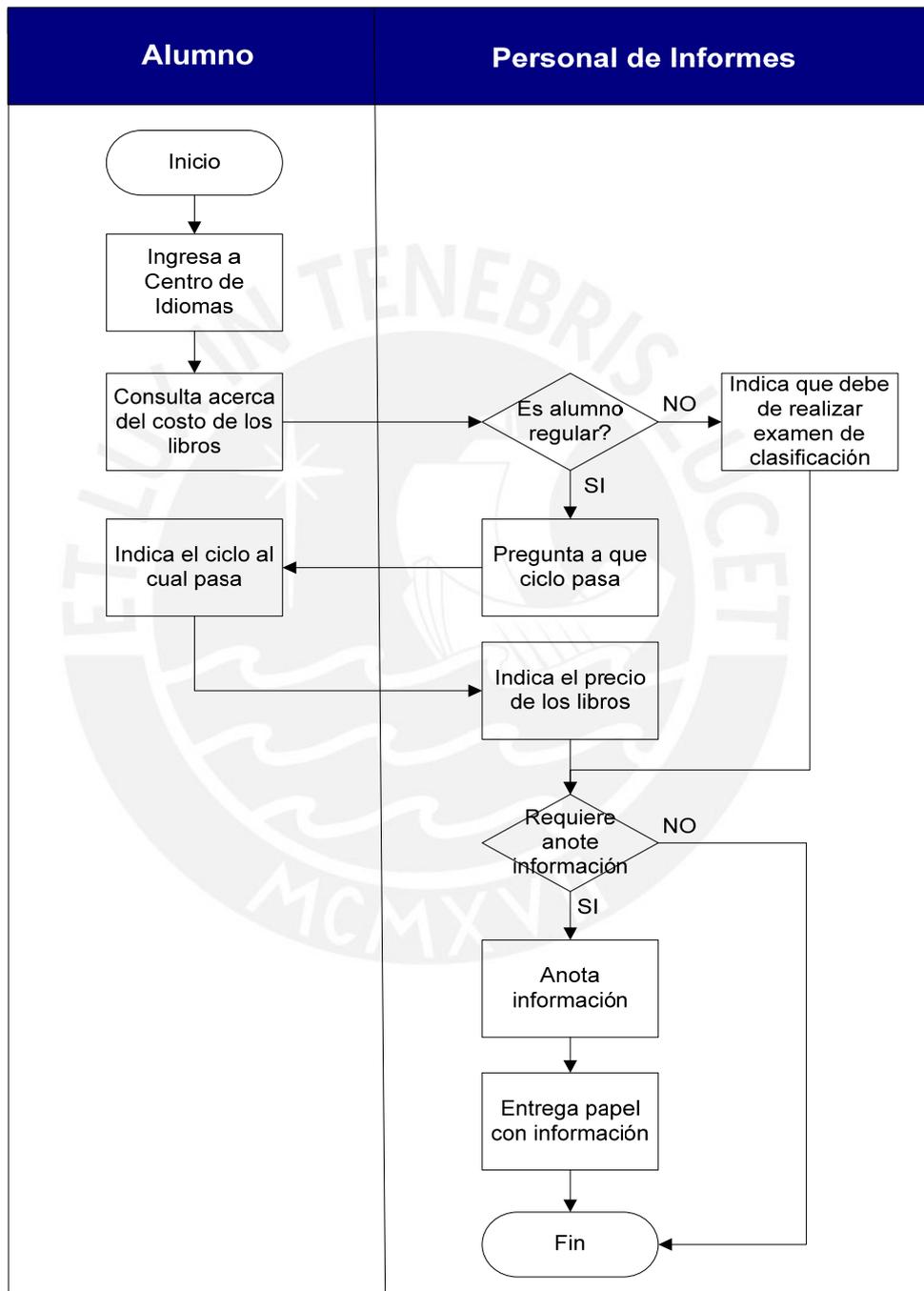
El cual consiste en que la persona encargada brinde información acerca de la disponibilidad de horarios, el cual dependerá del nivel en que se encuentre el alumno y el horario de preferencia.



**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

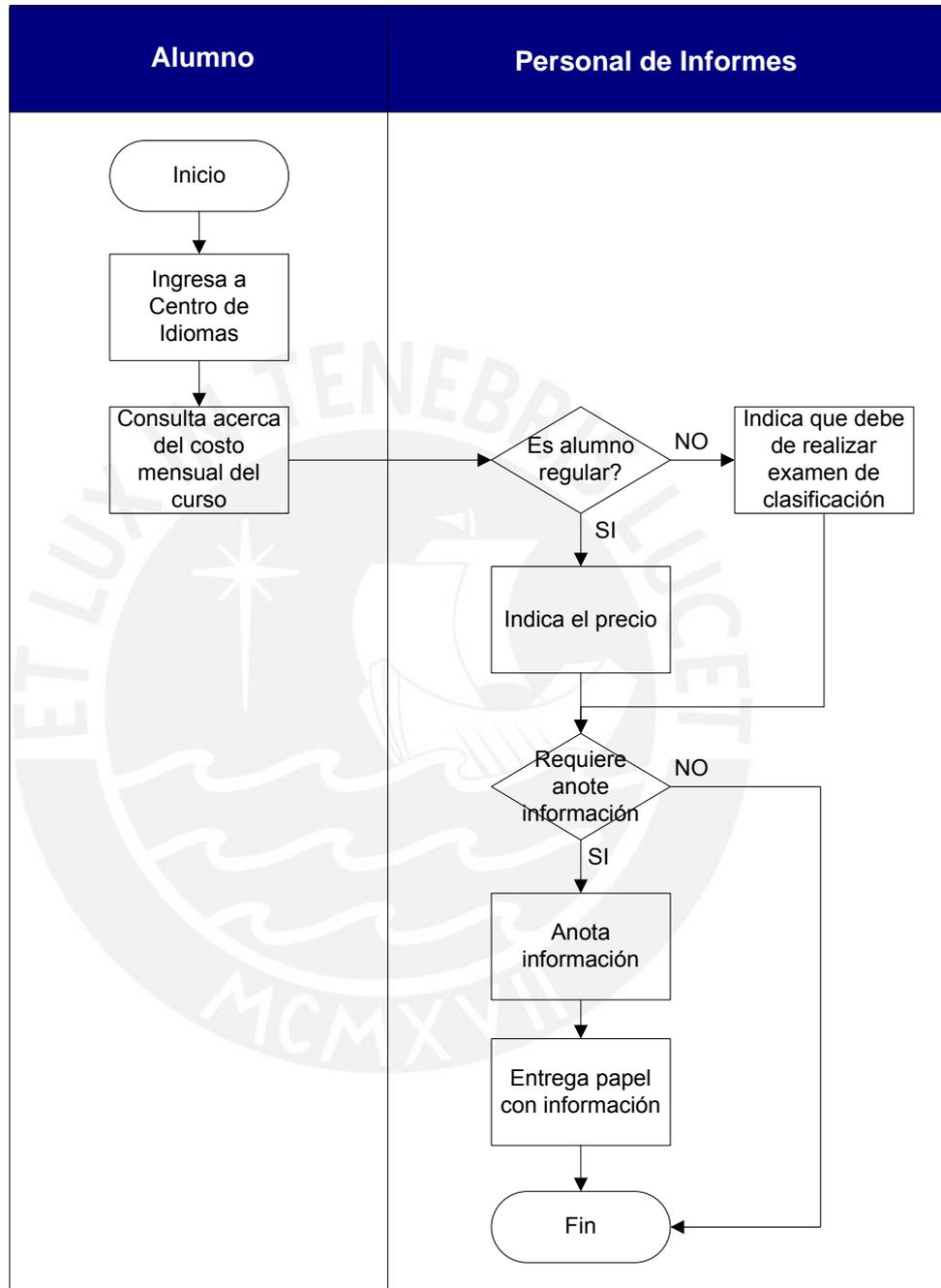
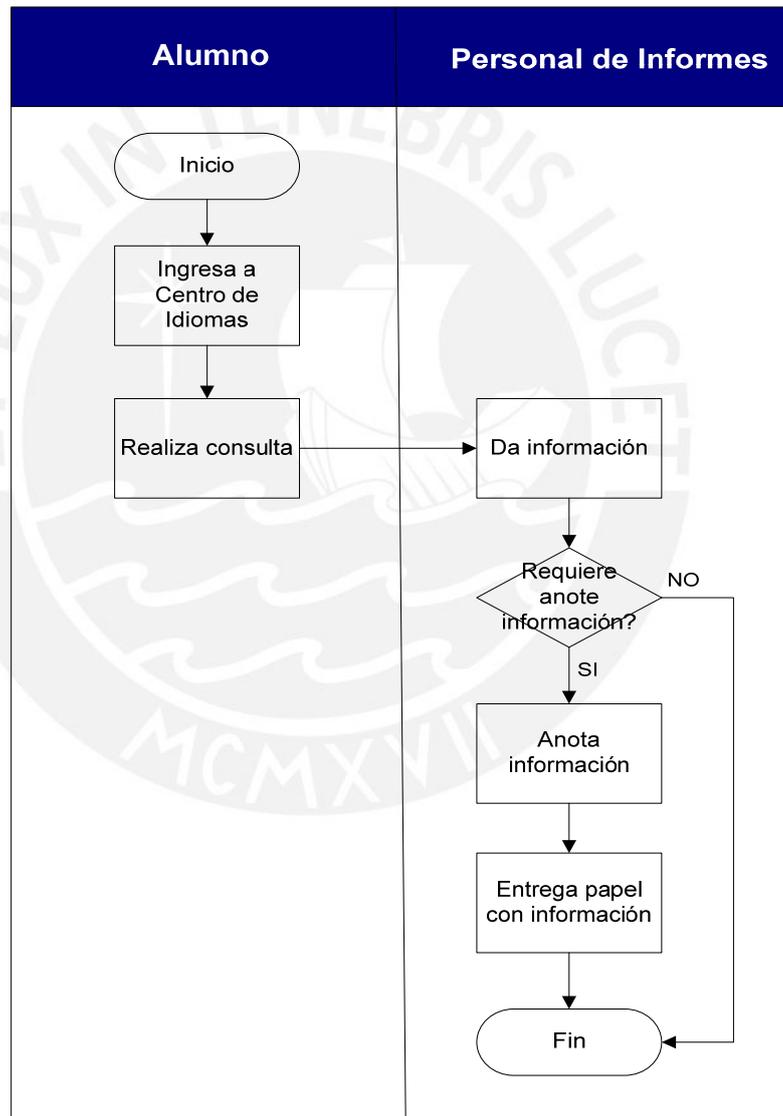


Gráfico N°27. Proceso de Información de Costo del curso mensual  
Elaboración Propia

d) Información General

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

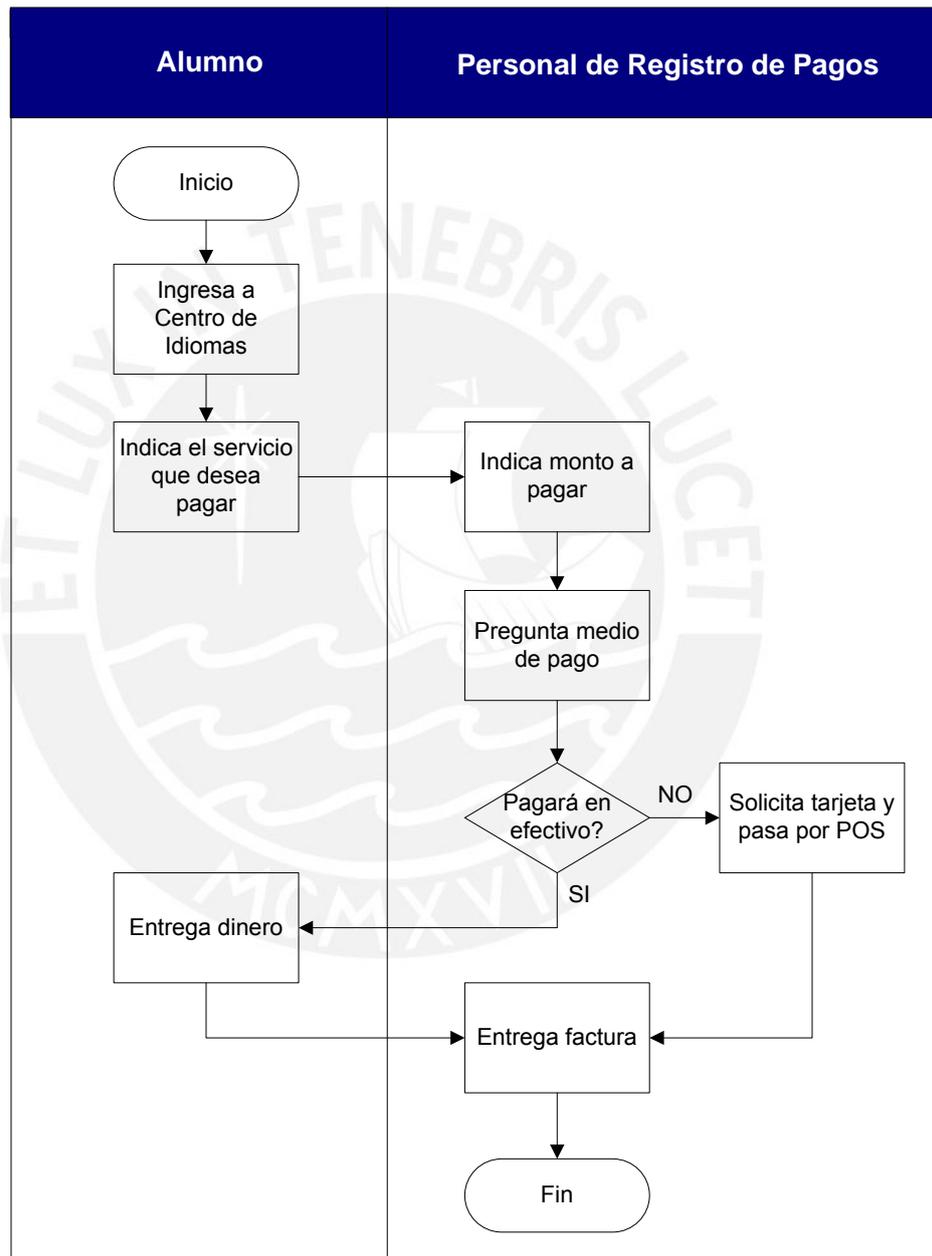
- Etapas del curso y la duración de estos.
- Metodología aplicada y de los recursos con los que cuenta el centro de idiomas para lograr el aprendizaje del idioma inglés en el tiempo ofrecido.
- Procedimiento para clasificación según nivel de inglés.



**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 <sup>3</sup>	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.

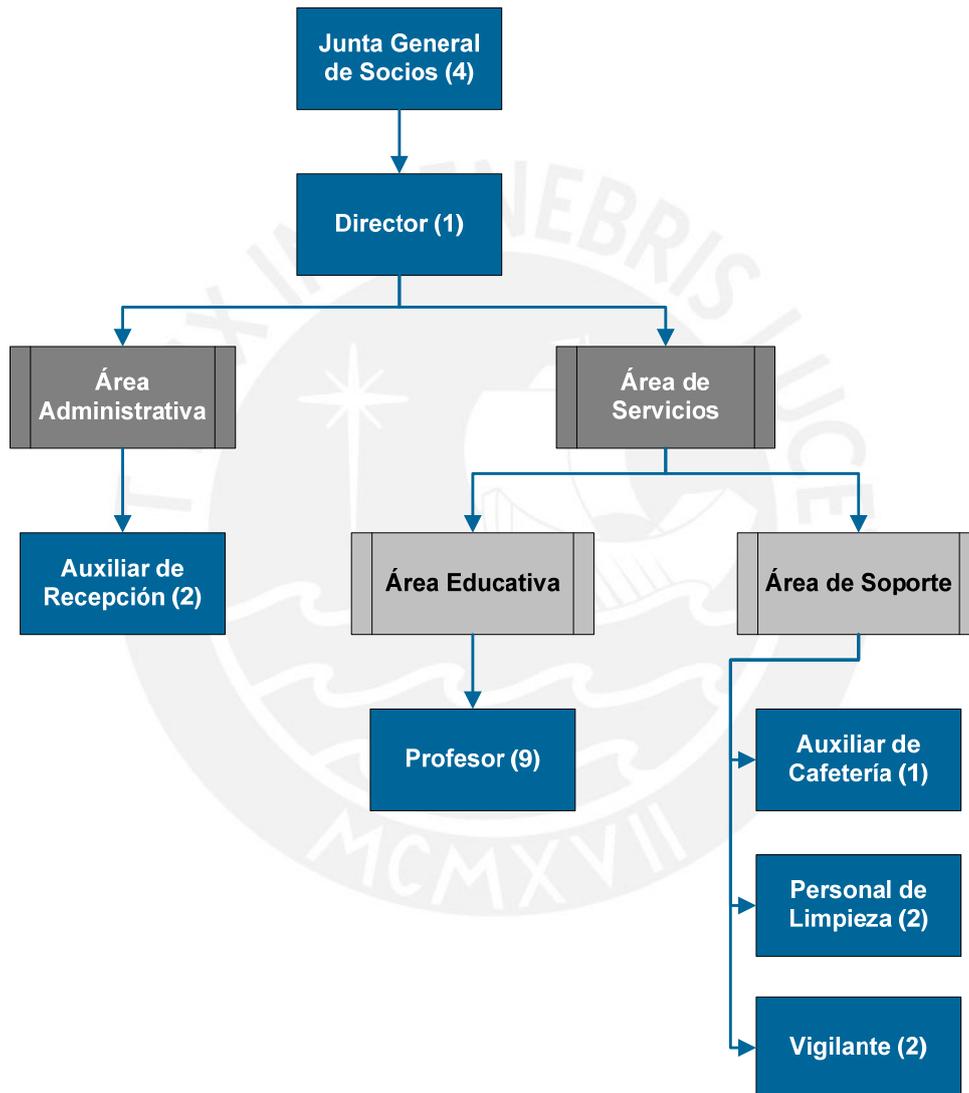


Gráfico N°30. Diagrama Organizacional  
Elaboración Propia

## 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**

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

Elaboración Propia

## 4.6 Requerimientos del personal

**Cuadro N°38. Requerimientos del personal**

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

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 <sup>2</sup> )	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)

Etapas	Descripción	Costo (S/.)	IGV (S/.)	Total (S/.)
<b>Construcción</b>	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
<b>Acabados</b>	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
<b>TOTAL</b>		<b>456,994</b>	<b>82,259</b>	<b>539,253</b>

**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
<b>Total</b>	<b>568,107</b>	<b>88,066</b>	<b>656,173</b>

**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
<b>Total</b>				<b>392</b>

**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
<b>Total</b>			<b>1,761</b>

**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
<b>Sub-Total</b>	<b>1,874</b>	<b>280</b>	<b>2,153</b>
c. Selección de personal docente	2,000	0	2,000
d. Imprevistos (5%)	108		108
<b>Total</b>			<b>4,261</b>

**Total Inversión en Activos Fijos Intagibles 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%
<b>Total</b>	<b>681,349</b>	<b>100.0%</b>

**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)<sup>6</sup> 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%<sup>7</sup>. 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 0.76<sup>8</sup>. 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	<b>0.71</b>
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	<b>12.5%</b>

Elaboración Propia

### 5.3 Presupuestos

<sup>6</sup> [http://www.mef.gob.pe/DNEP/riesgo\\_pais.php](http://www.mef.gob.pe/DNEP/riesgo_pais.php)

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

<sup>8</sup> [http://people.stern.nyu.edu/adamodar/New\\_Home\\_Page/datafile/Betas.html](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
<b>Total de Ingreso (con IGV)</b>	<b>786,000</b>	<b>797,200</b>	<b>808,500</b>	<b>819,900</b>	<b>831,600</b>
<b>Total de Ingreso (sin IGV)</b>	<b>666,135</b>	<b>675,627</b>	<b>685,204</b>	<b>694,865</b>	<b>704,781</b>

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
<b>Total con IGV</b>	<b>28,944</b>	<b>29,354</b>	<b>29,770</b>	<b>30,192</b>	<b>30,620</b>
<b>Total sin IGV</b>	<b>24,530</b>	<b>24,878</b>	<b>25,230</b>	<b>25,588</b>	<b>25,950</b>

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
<b>Total con IGV</b>	22,572	22,892	23,216	23,545	23,879
<b>Total sin IGV</b>	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
<b>Total con IGV</b>	5,808	5,808	5,808	5,808	5,808
<b>Total sin IGV</b>	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
<b>Total</b>	<b>472,283</b>	<b>17,621</b>	<b>17,621</b>	<b>17,621</b>	<b>17,621</b>	<b>15,250</b>	<b>386,548</b>

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
<b>Total</b>	<b>64,544</b>	<b>64,544</b>	<b>64,544</b>	<b>64,544</b>	<b>62,172</b>

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
<b>Total</b>	<b>175,559</b>	<b>175,830</b>	<b>176,105</b>	<b>176,384</b>	<b>174,295</b>

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 servicios<sup>9</sup>

**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
<b>Total con IGV</b>	<b>5,527</b>	<b>5,606</b>	<b>5,685</b>	<b>5,766</b>	<b>5,847</b>
<b>Total sin IGV</b>	<b>4,684</b>	<b>4,751</b>	<b>4,818</b>	<b>4,886</b>	<b>4,956</b>

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.

<sup>9</sup> 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
<b>Total</b>	<b>86,633</b>	<b>86,699</b>	<b>86,767</b>	<b>86,835</b>	<b>86,282</b>

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
<b>Total con IGV</b>	155,280	155,280	155,280	155,280	155,280
<b>Total sin IGV</b>	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
<b>Ventas</b>						
IGV Ventas		124,279	126,050	127,836	129,639	131,488
<b>Compras</b>						
<b>Operaciones</b>						
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
<b>Inversiones</b>						
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
<b>IGV Neto Anual</b>	<b>0</b>	<b>7,781</b>	<b>97,836</b>	<b>99,562</b>	<b>101,302</b>	<b>103,088</b>

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
<b>INGRESOS</b>						
Facturación		786,000	797,200	808,500	819,900	831,600
Cafetería		28,944	29,354	29,770	30,192	30,620
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>814,944</b>	<b>826,554</b>	<b>838,270</b>	<b>850,092</b>	<b>862,220</b>
<b>EGRESOS</b>						
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
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>681,349</b>	<b>518,787</b>	<b>612,091</b>	<b>617,096</b>	<b>622,148</b>	<b>625,231</b>
<b>Flujo de Caja Económico (1)</b>	<b>681,349</b>	<b>296,157</b>	<b>214,463</b>	<b>221,174</b>	<b>227,944</b>	<b>236,988</b>
<b>PRÉSTAMOS</b>						
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
<b>Flujo de Caja Financiero Neto (2)</b>	<b>281,349</b>	<b>64,736</b>	<b>66,005</b>	<b>67,389</b>	<b>68,897</b>	<b>70,541</b>
<b>Flujo de Caja Financiero (1 + 2)</b>	<b>-400,000</b>	<b>231,421</b>	<b>148,457</b>	<b>153,785</b>	<b>159,047</b>	<b>166,447</b>

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)

<b>VANE</b>	S/. 180,508
<b>VANF</b>	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)

<b>TIRE</b>	23.3%
<b>TIRF</b>	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>B / C</b>	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	<b>-681,349</b>	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	<b>730,345</b>	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](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](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](http://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Ica)>

INEI: [fecha de consulta: 16 de diciembre 2012]. Disponible en: <<http://www.inei.gov.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](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](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](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

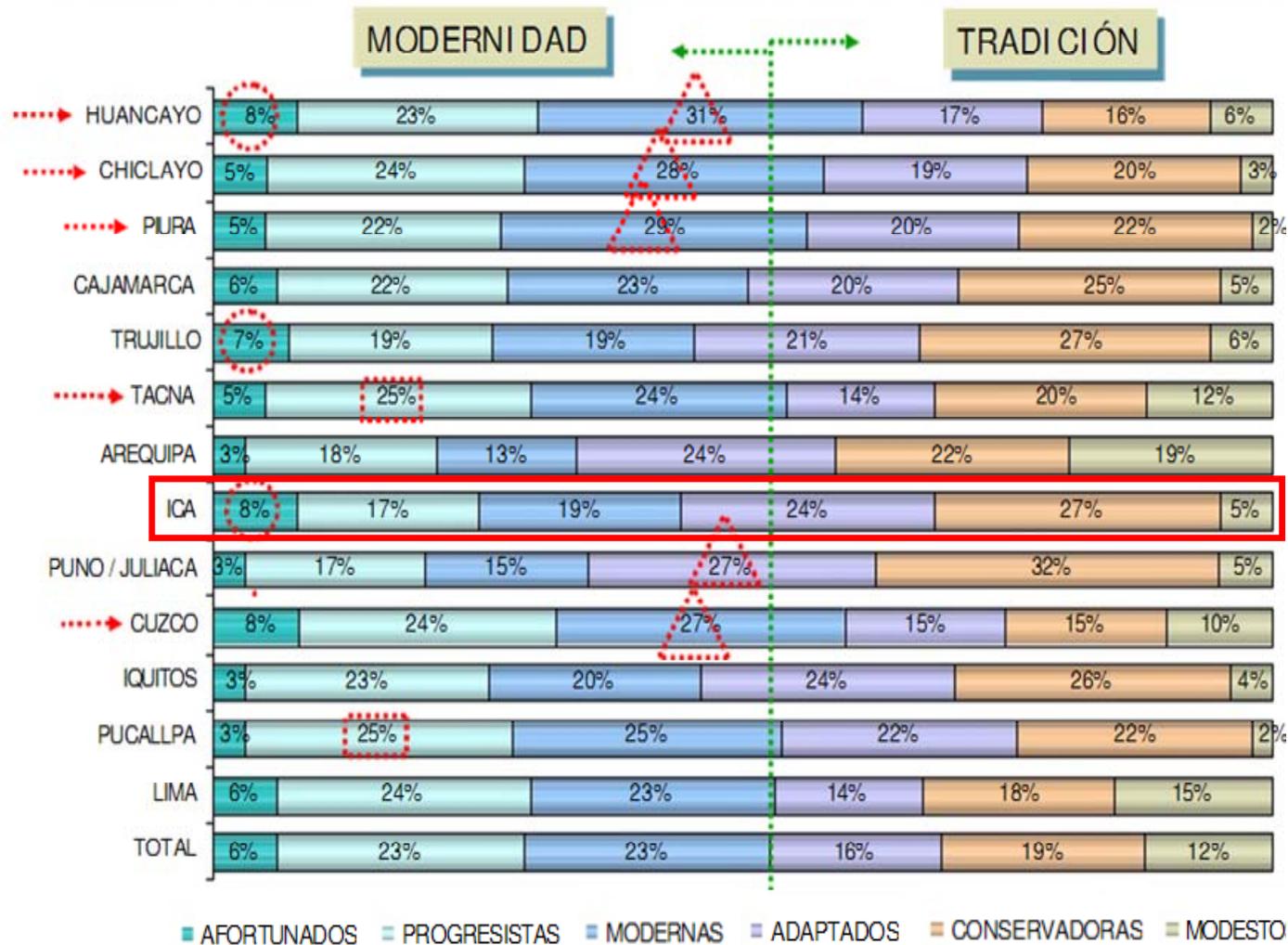
Puntuación	Nivel
1	No es atractiva
2	Algo atractiva
3	Bastante atractiva
4	Muy atractiva

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
<b>Fortalezas</b>													
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
<b>Debilidades</b>													
La desconfianza de la población por los nuevos centros de idiomas	3	3	9	3	9	2	6	3	9	3	9	3	9
<b>Oportunidades</b>													
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
<b>Amenazas</b>													
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
<b>Total</b>			<b>96</b>		<b>78</b>		<b>84</b>		<b>94</b>		<b>102</b>		<b>97</b>

## Estrategias

Estrategias	Puntaje
<b>Principales</b>	
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
<b>Secundarias</b>	
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**

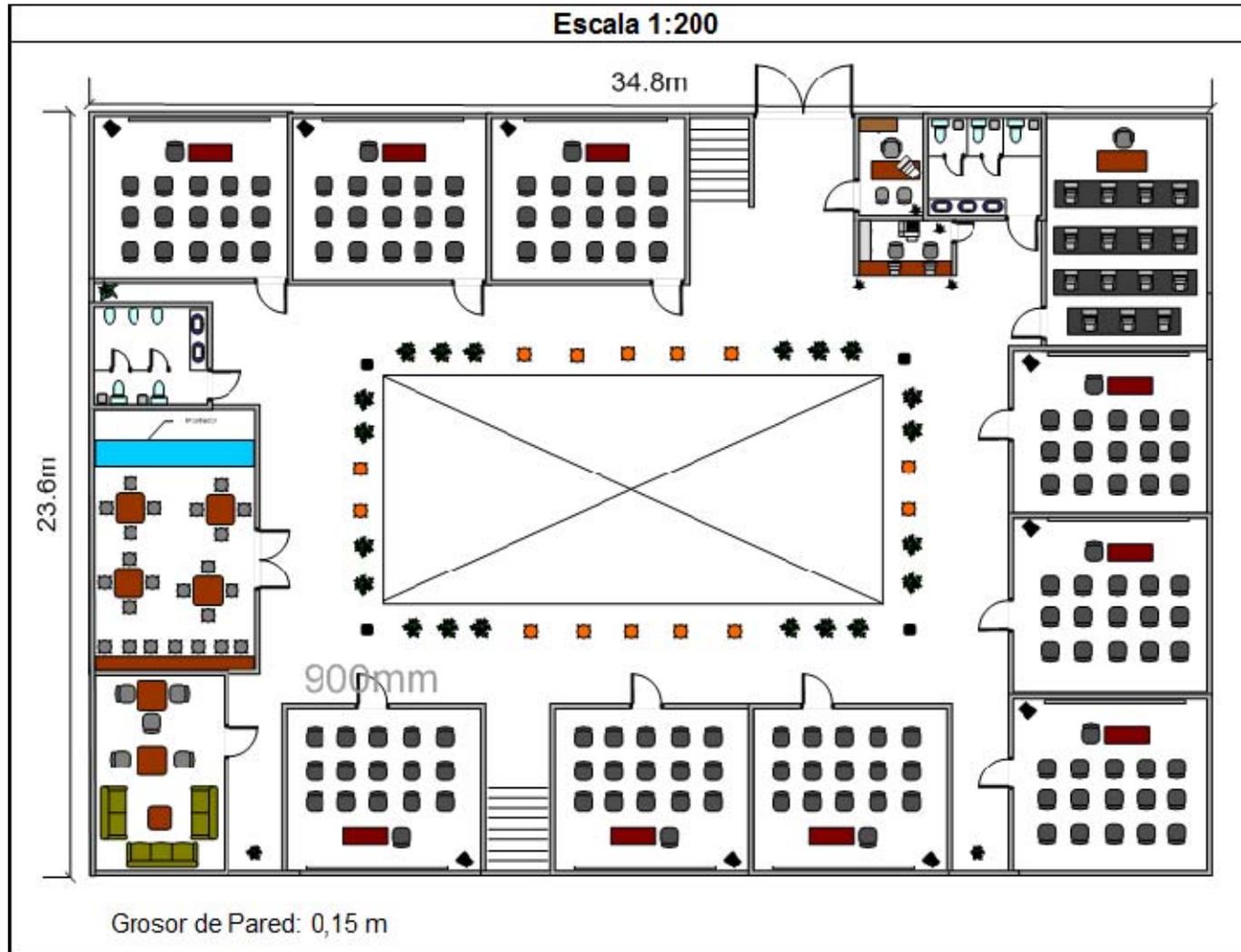


**ANEXO 4. Encuesta****ENCUESTA**

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	Precio (\$.)	Costo (\$.)	IGV (\$.)	Total (\$.)
<b>01</b>	<b>OBRA S PROVISIONALES</b>						
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
<b>02</b>	<b>OBRA S PRELIMINARES</b>						
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
<b>03</b>	<b>MOVIMIENTO DE TIERRAS</b>						
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
<b>04</b>	<b>CONCRETO SIMPLE</b>						
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	Sobrecimientos						
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	11,388	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
<b>05</b>	<b>CONCRETO ARMADO</b>						
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	527	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	37,902	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	39,505
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
<b>06</b>	<b>MURO S Y TABIQUE S DE ALBAÑILERIA</b>						
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	Medrado	Precio (S/.)	Costo (S/.)	IGV (S/.)	Total (S/.)
<b>07</b>	<b>REVOQUE, ENLUCIDO Y MOLDADURAS</b>						
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
<b>08</b>	<b>PISO Y CONTRAPISO</b>						
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
<b>09</b>	<b>ENCHAPES DE CERAMICO</b>						
09.01	Enchape Cerámico 30 x 30 en muros	m2	126.22	47	5,992	1,079	7,070
<b>10</b>	<b>PINTURA</b>						
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
<b>11</b>	<b>RED DE DESAGUE Y VENTILACION</b>						
11.01	Salida Desague de PVC-Sal 4"	pto	23.43	34	806	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	298	54	352
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
<b>12</b>	<b>SISTEMA DE AGUA FRIA Y CONTRAINCENDIO</b>						
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
<b>13</b>	<b>SALIDA PARA ELECTRICIDAD Y FUERZA</b>						
13.01	Salida de Centro de Luz (Techo)	pto	114.20	44	5,068	912	5,977
13.02	Salida para tomacorrientes bipolar doble	pto	149.34	71	10,662	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
<b>14</b>	<b>TABLEROS ELECTRICOS</b>						
14.01	T.G.	und	0.37	177	65	12	76
14.02	TD_01	und	2.93	175	513	92	605
<b>15</b>	<b>ACABADOS DE MADERA Y VIDRIO</b>						
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
<b>Total</b>			<b>539,253</b>

### 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
<b>Total Mano de Obra</b>						<b>226,187.57</b>

### 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 <sup>2</sup>	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 <sup>3</sup>	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
<b>Total Equipos</b>						<b>15,213.55</b>

## 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
Sombbrero 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
<b>Total Materiales</b>						<b>297,851.97</b>

## 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
<b>Total Ingresos</b>	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
<b>Total Egresos</b>	38,326	38,326	38,326	38,326	38,326	38,326
<b>INGRESO - EGRESO</b>	<b>-20,914</b>	-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
<b>Total Ingresos</b>	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
<b>Total Egresos</b>	60,826	38,326	38,326	38,326	38,326	60,826
<b>INGRESO - EGRESO</b>	<b>-13,414</b>	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
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>18</b>

### 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

