

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL
DE PRO-LINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V. EN EL MUNICIPIO DE SANTA
TECLA, DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD”**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

PRESENTADO POR:

GUTIÉRREZ PORTILLO, JULIETA BEATRIZ	GP09017
GUZMAN MOLINA, ALEJANDRA MICHELLE	GM11006
JUAREZ FRANCO, ERICK JAVIER	JF11001

**PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

OCTUBRE 2016

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector: Lic. Luis Argueta Antillón

Secretaria General: Dra. Leticia Zavaleta de Amaya

Facultad De Ciencias Económicas

Decano: Lic. Nixon Rogelio Hernández Vásquez

Secretaria: Lic. Vilma Marisol Mejía Trujillo

Tribunal Calificador:

Lic. Rafael Arístides Campos

Lic. David Mauricio Lima Jaco

MAF. Jorge Antonio Venavides Trejo (Docente Asesor)

OCTUBRE 2016

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por ser el guía en mi camino, protegerme y darme las fuerzas necesarias para superar los obstáculos y dificultades para afrontar uno de los retos más grandes de mi vida. A mis padres *René Mauricio Gutiérrez* y *María Julia Portillo* quienes me han manifestado su apoyo y amor incondicionalmente, me han brindado valor con sus palabras y consejos en los momentos más precisos de mi vida, ayudándome así a forjar mi carácter para que en el futuro ningún reto me sea imposible. A mi hermana *Blanca Gutiérrez* por ser mi fuente de motivación y creer en mí, aún en aquellos momentos en que la confianza me había abandonado. A mi familia y amigos por sus palabras de aliento y ánimo.

Julieta Beatriz Gutiérrez Portillo

Agradezco a Dios y a la Virgen María por ser mi guía en mis problemas y obstáculos y ser mi fortaleza en los peores momentos. A Mi tío *José Molina y familia*, por su preocupación en mis estudios y su gran apoyo económico durante todo el desarrollo de la carrera. A mi mamá *Lucila Elena Molina Pineda* y *Amira Elena Guzmán* por su amor y apoyo incondicional en todos los momentos de mi carrera profesional. A *Jorge Alexander Villeda Saravia y familia*, aparte de considerarlo como mi segundo padre, se le agradece por su cariño y sabios consejos que me permiten seguir creciendo como persona. Agradezco a mi papá *Adalberto Alfonso Guzmán Escobar* por su apoyo en este proceso de aprendizaje.

Alejandra Michelle Guzmán Molina

Doy gracias por culminar otra etapa de mi vida la cual ha representado un reto, nuevas experiencias y aprendizajes. Agradezco a mis padres *Rhina Franco Ramos* y *Edgar Alcides Alvarenga* por su apoyo incondicional; además por inculcarme la importancia de la educación y dedicación para lograr las metas propuestas, los cuales han sido elementos invaluable que me han llevado a esforzarme y salir adelante en los momentos más difíciles. También agradecer a mi hermana *Pamela Anthuane Franco* porque ha sido siempre un ejemplo por su dedicación.

Erick Javier Juárez Franco

Agradecemos a Dios nuestro señor por habernos permitido afrontar y salir victoriosos de todos los retos que encontramos en el camino como un equipo, a *Ingeniería de Valuaciones* por su apoyo en el presupuesto y diseño arquitectónico de la planta; y en especial a nuestro Docente y Asesor Lic. *Jorge Antonio Venavides* por su gran paciencia, esfuerzo, dedicación y perseverancia en ayudarnos a afrontar todos los obstáculos que surgieron durante las etapas de la investigación. Agradecemos a la empresa *Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V.* por permitirnos realizar el estudio de factibilidad en la institución.

Grupo de Trabajo de Investigación

ÍNDICE

RESUMEN	i
INTRODUCCIÓN	iii
CAPITULO I: “GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE SANTA TECLA; DEL SISTEMA EDUCATIVO DE EL SALVADOR; DE PRO-LINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V. Y DE ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD”	1
I. GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE SANTA TECLA	1
A. ANTECEDENTES	1
B. DESARROLLO DEL MUNICIPIO	1
C. POBLACIÓN OCUPADA	1
II. SISTEMA EDUCATIVO EN EL SALVADOR	2
A. CONCEPTO	2
B. CARACTERÍSTICAS	3
C. TIPOS DE EDUCACIÓN	4
i. FORMAL	4
ii. NO FORMAL	4
iii. INFORMAL	4
D. EDUCACIÓN NO FORMAL	4
i. CONCEPTO	4
ii. REQUISITOS	5
iii. CLASES DE INSTITUCIONES NO FORMALES EN EL SALVADOR	5
iv. MARCO LEGAL	6
v. MARCO INSTITUCIONAL	11
III. GENERALIDADES DE PRO-LINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V.	13
A. FILOSOFÍA EMPRESARIAL ACTUAL	13
i. MISIÓN	13
ii. VISIÓN	13
iii. VALORES	13
B. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA ACTUAL	14
C. CLASIFICACIÓN	15
D. MÓDULOS DE ESTUDIO OFERTADO	15
i. PROGRAMA REGULAR DE NIÑOS	15
ii. PROGRAMA REGULAR DE ADOLESCENTES	15

iii. PROGRAMA REGULAR DE ADULTOS	16
iv. PROGRAMA INTENSIVO PARA ADULTOS.....	16
E. PROGRAMAS ADICIONALES.....	16
i. ASESORÍAS	16
ii. CLUB DE CONVERSACIÓN	17
iii. CURSOS DE VERANO	17
iv. PROGRAMA DE SERVICIO DE INSTITUTO SALVADOREÑO DE FORMACIÓN PROFESIONAL (INSAFORP).....	17
F. NUEVOS PROYECTOS.....	18
IV. GENERALIDADES DE ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD	18
A. CONCEPTO	19
B. IMPORTANCIA	20
C. PROCESO DE PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS.....	20
i. PRE INVERSIÓN.....	20
a. IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA	20
b. DISEÑO DEL PERFIL.....	21
c. ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD	21
d. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	21
1. ESTUDIO DE MERCADO	22
1.1. DEFINICIÓN.....	22
1.2. ESTRUCTURA	22
1.2.1. ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	22
1.2.2. ESTUDIO DE LA OFERTA	23
1.2.3. MERCADO POTENCIAL INSATISFECHO	23
1.2.3.1. MERCADO META	24
1.2.3.2. SEGMENTO DE MERCADO.....	24
1.2.3.3. MEZCLA DE COMERCIALIZACIÓN	24
1.2.3.3.1 PRODUCTO	24
1.2.3.3.2. PRECIO	25
1.2.3.3.3. PROMOCIÓN.....	25
1.2.3.3.4. PLAZA (CANAL DE DISTRIBUCIÓN)	26
2. ESTUDIO TÉCNICO	26
2.1. LOCALIZACIÓN	26
2.2. TAMAÑO DEL PROYECTO	28

2.3.	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	29
3.	ESTUDIO FINANCIERO	29
3.1.	CAPITAL DE TRABAJO	30
3.2.	PERFIL DEL PROYECTO DE INVERSIÓN.....	30
3.2.1.	INVERSIÓN INICIAL	30
3.2.2.	INVERSIÓN POSTERIOR	31
3.2.3.	FLUJOS DE EFECTIVO.....	31
3.2.4.	COSTO DE CAPITAL	32
3.2.5.	HORIZONTE DE LA INVERSIÓN.....	33
3.2.6.	VALOR TERMINAL	33
3.3.	EVALUACIÓN FINANCIERA	34
3.3.1.	VALOR ACTUAL NETO	34
3.3.2.	TASA INTERNA DE RETORNO.....	35
ii.	INVERSIÓN	36
iii.	OPERACIÓN.....	36
CAPÍTULO II: “DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE PROLINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V. PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL EN EL MUNICIPIO DE SANTA TECLA, DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD.”		
		37
I.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	37
A.	ANTECEDENTES	37
B.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	38
C.	IMPORTANCIA	38
D.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	39
i.	OBJETIVO GENERAL	39
ii.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	39
II.	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	39
A.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	39
i.	ANÁLISIS	40
ii.	SÍNTESIS.....	40
B.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	41
i.	CORRELACIONAL	41
C.	TIPOS DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	41
i.	NO EXPERIMENTAL	41
D.	FUENTES DE INFORMACIÓN	42

i. FUENTES PRIMARIAS	42
ii. FUENTES SECUNDARIAS	42
E. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	42
i. OBSERVACIÓN DIRECTA	42
ii. ENTREVISTA	43
iii. ENCUESTA.....	43
F. UNIDADES DE ANÁLISIS	43
G. ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
H. DETERMINACIÓN DE UNIVERSO.....	44
I. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA	45
UNIVERSO No. 1: POBLACIÓN OCUPADA CLASE MEDIA EN EL MUNICIPIO DE SANTA TECLA	45
UNIVERSO No. 2: MUESTRA DE ADMINISTRADORES DE INSTITUCIONES DE ENSEÑANZA DEL IDIOMA INGLÉS EN EL MUNICIPIO DE SANTA TECLA	47
J. TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS	47
K. ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN.....	47
L. LIMITANTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	48
III. DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL	48
A. SEGMENTO DE MERCADO	48
B. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	51
C. ANÁLISIS DE LA OFERTA	54
D. MEZCLA DE MERCADO.....	56
i. PRODUCTO	56
ii. PRECIO	59
iii. PLAZA.....	60
iv. PROMOCIÓN.....	61
IV. CONCLUSIONES	63
V. RECOMENDACIONES	66

CAPÍTULO III: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PROPUESTO PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL PARA PROLINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V. EN EL MUNICIPIO DE SANTA TECLA, DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD.”	70
I. OBJETIVOS	70
A. GENERAL.....	70
B. ESPECÍFICOS.....	70
II. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	71
A. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PROPUESTA.....	71
B. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DE LOS PRINCIPALES PUESTOS DE LA ESTRUCTURA JERÁRQUICA PROPUESTA.....	72
C. FILOSOFÍA.....	77
i. VISIÓN Y MISIÓN PROPUESTA	77
ii. OBJETIVOS INSTITUCIONALES	78
iii. POLÍTICAS	80
iv. ESTRATEGIAS.....	83
v. VALORES PROPUESTOS	84
III. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	84
A. ESTUDIO DE MERCADO.....	84
i. DEMANDA	84
ii. OFERTA.....	86
iii. SEGMENTO DE MERCADO.....	87
iv. MEZCLA DE MERCADOTECNIA	87
a. PRODUCTO.....	87
b. PRECIO	92
c. PLAZA.....	101
d. PROMOCIÓN.....	102
e. UNIDADES ADMINISTRATIVAS AUXILIARES	102
B. ESTUDIO TÉCNICO.....	105
i. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO	105
ii. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO.....	106
iii. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA SUCURSAL PROLINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V.....	108

C. ESTUDIO FINANCIERO	111
i. INVERSIÓN INICIAL	111
ii. FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	111
iii. DETERMINACIÓN DEL HORIZANTE DE VIDA.....	116
iv. CAPITAL DE TRABAJO.....	116
v. DETERMINACIÓN DE COSTO DE CAPITAL.....	116
vi. DETERMINACIÓN DE VALOR DE SALVAMENTO.....	118
IV. EVALUACIÓN FINANCIERA	119
V. EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	121
VI. VIABILIDAD DEL PROYECTO	122
VII. PLAN DE CAPACITACIÓN	124
VIII. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO CAPACITACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LA SUCURSAL DE PROLINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V.	134
BIBLIOGRAFÍA	137

ANEXOS

ANEXO N° 1 - CÁLCULO DE LA “POBLACIÓN OCUPADA” DE SANTA TECLA

ANEXO N° 2 - CÁLCULO DE LA POBLACIÓN OCUPADA DE CLASE MEDIA EN EL MUNICIPIO DE SANTA TECLA

ANEXO N° 3 - TABULACIÓN ENCUESTA A POBLACIÓN OCUPADA

ANEXO N° 4 - ENTREVISTA A GERENTE COMERCIAL DE EDUCLASE

ANEXO N° 5 - ENTREVISTA A REPRESENTANTE DE JUNTA DIRECTIVA DE PRO-LINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V.

ANEXO N° 6 - FORMATO ENCUESTA A POBLACIÓN OCUPADA DE CLASE MEDIA EN EL MUNICIPIO DE SANTA TECLA

ANEXO N° 7 - FORMATO DE GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA ADMINISTRADORES DE INSTITUCIONES DE ENSEÑANZA DEL IDIOMA INGLÉS EN EL MUNICIPIO DE SANTA TECLA

ANEXO N° 8 - FORMATO GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A VICE-PRESIDENTA DE LA JUNTA DIRECTIVA DE PRO-LINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V.

ANEXO N° 9 - CALCULOS Y PROCEDIMIENTOS DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

ANEXO N° 10 - UBICACIÓN Y DETALLES DEL TERRENO PROPUESTO POR EL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

RESUMEN

El presente estudio de factibilidad surge ante la necesidad de ampliar los servicios que ofrece Pro-Lingua Asociados S.A. DE C.V. Con el propósito de dar cobertura a personas que buscan obtener nuevas competencias profesionales para aspirar a puestos de trabajo que ofrezcan mayor remuneración, accesibilidad geográfica para aquellos que tiene problemas de transporte y, además, una alternativa de centro de enseñanza de idioma ingles con cuotas al alcance de sus respectivos niveles de ingreso, es decir que no disponen de la opción de matricularse en una institución que requiera de una mayor inversión monetaria. En primera instancia la Junta Directiva de la institución manifestó que planifican realizar la apertura de una sucursal en la ciudad de Santa Tecla, departamento de La Libertad. Motivos por los que el grupo de investigación decidió realizar el estudio con los objetivos siguientes:

El objetivo general: Elaborar un diagnóstico de la situación actual que permita conocer los beneficios y limitantes que presenta la apertura de la sucursal de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. en el municipio de Santa Tecla, Departamento de La Libertad.

Y sus objetivos específicos son:

- Identificar la existencia de demanda insatisfecha que cumpla con los requisitos para considerarse como segmento de mercado.
- Indagar sobre la operatividad de las instituciones enfocadas a la enseñanza del idioma inglés en la localidad bajo estudio, a fin de evaluar si se acepta o se rechaza la apertura de la sucursal.
- Realizar un estudio que muestre la necesidad de recursos humanos, monetarios, ubicación y tamaño de la infraestructura física, mobiliario y equipo, entre otros, que justifiquen la formulación del proyecto de inversión a proponer.

Para el proyecto se utilizó la siguiente metodología: Se empleó el método científico por medio del análisis para separar y examinar los diversos componentes del estudio y la síntesis como una herramienta para relacionar los diferentes componentes y así identificar cuáles son los beneficios y limitantes del mismo; El tipo de investigación es correlacional y el diseño es no experimental ya que no se manipulan las variables del presente estudio.

Las fuentes de investigación fueron: las primarias, la Población Ocupada, mayor de 18 años de edad, perteneciente al sector económico de clase media, residente del municipio de Santa Tecla y

que devengue como mínimo un salario de \$350.00 dólares mensuales en adelante, los administradores de los centros de enseñanza del idioma inglés ubicados en la zona geográfica mencionada y la Vice-Presidenta de la Junta Directiva de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V., y las secundarias son los datos recopilados en publicaciones de instituciones especializadas, libros, páginas web, leyes, entre otros, concernientes a la evaluación y formulación de proyectos de inversión

Entre las técnicas e instrumentos utilizados están: la observación directa para obtener conocimientos sobre las instalaciones, la forma en que ellos brindan sus servicios a los clientes y como estos últimos lo perciben, la encuesta que estaba elaborada con un cuestionario de preguntas abiertas y cerradas, la entrevista que se llevó a cabo con la Gerente Comercial de un centro de enseñanza de idioma inglés en la localidad mencionada y la Vice-Presidenta de la Junta Directiva de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V.

Por último, se concluyó en el desarrollo de la investigación que la mayoría de las personas que han recibido o no una preparación en el Idioma Inglés, están motivadas a continuar o iniciar con sus estudios en dicho lenguaje y además, manifestaron estar interesados en la apertura de una academia especializada en Santa Tecla; es por esta razón, que se recomienda diseñar programas publicitarios y servicios educativos que se distingan de los ofertados por la competencia a fin de motivar a las personas que han recibido formación previa como los que no la han efectuado.

INTRODUCCIÓN

El inglés representa en El Salvador, una herramienta esencial para los que buscan mejorar su calidad de vida por medio de una carrera profesional. En consecuencia, las personas se esfuerzan por acceder a centros de enseñanza donde se les proporcione la facilidad de comprender, escribir y hablar un segundo idioma además del español. Por dicha razón, Pro-Lingua Asociados S.A de C.V. planifica operar una sucursal en el municipio de Santa Tecla, departamento de La Libertad. Pero, para tomar la decisión de iniciar el proyecto, el presidente de la Junta Directiva manifestó que necesita de especialistas para que desarrollen un estudio de factibilidad con la finalidad de conocer los beneficios y limitantes que aportaría su realización. El presente estudio se desarrolló en tres capítulos.

En el primer capítulo se define los aspectos relevantes sobre el municipio de Santa Tecla, el sistema educativo en El Salvador con su marco legal y constitucional, datos sobre Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V y la información necesaria sobre estudios de factibilidad y sus elementos principales.

El segundo capítulo comprende la metodología de la investigación, formulación del problema de investigación y el diagnóstico de la situación actual, esto mediante la investigación de mercado, en el que se analizaron tres tipos de población: la población ocupada mayor de 18 años que devengue un salario de \$350.00 dólares mensuales en adelante, los administradores de los centros de enseñanza del idioma inglés ubicados en la zona geográfica mencionada y la Vice-Presidenta de la institución descrita.

En el tercer capítulo se detalla la propuesta para la apertura de una sucursal en el municipio de Santa Tecla. Como primera parte se presenta la estructura organizacional donde especifica los puestos de trabajo necesarios para su funcionamiento, después se desarrolla el estudio de mercado por medio del análisis de la demanda, de la oferta y mezcla de comercialización la cual explica sobre la metodología de enseñanza, el nivel de precio, la forma de venta y promociones que contendrá el servicio; luego se muestra el estudio técnico por medio de la capacidad instalada, la localización optima y la

distribución de la planta. Posteriormente se procede a ponderar la rentabilidad del proyecto por medio del estudio financiero, en donde se obtiene el capital de trabajo, financiamiento, ingresos proyectados, determinación del costo de capital, cálculo de valor de salvamento, flujos de efectivo del proyecto y accionista, evaluación financiera, entre otro; y como última parte, se presenta el plan de capacitación e implementación necesario para poner en marcha el proyecto.

CAPITULO I: “GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE SANTA TECLA; DEL SISTEMA EDUCATIVO DE EL SALVADOR; DE PRO-LINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V. Y DE ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD”.

I. GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE SANTA TECLA

A. ANTECEDENTES

Es la ciudad cabecera del departamento de La Libertad, con una extensión territorial de 112.20 km² y una población de 136,945 habitantes según la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM) para el año 2014 realizada por la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC). Limita con los siguientes municipios: al norte con Colón, Quezaltepeque y Nejapa; al este con Antiguo Cuscatlán y Nuevo Cuscatlán y al oeste con Comasagua.

B. DESARROLLO DEL MUNICIPIO

Desde sus inicios se ha considerado como una de las ciudades con una economía en ascenso a causa de la extensa variedad de centros comerciales, restaurantes y hoteles, lo que atrae una gran cantidad de viajeros nacionales y extranjeros. Además, cuenta con un alto número de escuelas y colegios de enseñanza básica, media y superior en el cual asisten niños de diversas edades y niveles sociales que pertenecen a diferentes zonas del país o son residentes del lugar.

C. POBLACIÓN OCUPADA

Para la presente investigación es de rigor conocer la cantidad de la “Población Ocupada”¹, es decir la “Población Económicamente Activa (PEA)”² que cuenta con un empleo y que resida en el municipio de Santa Tecla. Por medio de la Información brindada por la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM) realizada en el año

¹ “Población Económicamente Activa que cuenta actualmente con un empleo del cual obtiene una remuneración o trabajan sin pago de dinero en un establecimiento de tipo familiar”. Dirección General de Estadísticas y Censos de El Salvador (2014). *Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples*. Pág. 24.

² “Parte de la Población con Edad para Trabajar, que realiza una actividad económica u ofrece su fuerza de trabajo al mercado laboral”. Dirección General de Estadísticas y Censos de El Salvador (2014). *Ibíd.* Pág. 26.

2014 se pudo calcular que un aproximado de “59,179 personas” (Ver Anexo N° 1) se encuentran dentro de esta categoría; dato que demuestra, de forma preliminar, que en este municipio a nivel general, residen personas con capacidad financiera para costearse los servicios educativos complementarios de aprendizaje de un segundo idioma como lo es el inglés; y que además, por la calidad de tener un empleo experimentan la necesidad de una mayor formación profesional a fin de poder acceder a mejores oportunidades de trabajo.

II. SISTEMA EDUCATIVO EN EL SALVADOR

A. CONCEPTO

Se refiere a “La estructura general mediante la cual se organiza la enseñanza en un país, donde normalmente se rige por una ley general que define y desarrolla todos los elementos que intervienen en el ámbito académico”³.

En El Salvador, “El Ministerio de Educación es el ente que establece las normas y mecanismos necesarios para que el sistema educativo coordine y armonice sus modalidades y niveles, así mismo norma lo pertinente para asegurar la calidad, eficiencia y cobertura de la educación. Coordinará con otras instituciones, el proceso permanente de planificación e investigación educativa”⁴.

De acuerdo a las definiciones anteriores, se puede decir que es la estructura organizada por la sociedad, la cual establece la enseñanza de un país a través de una ley general que desarrolla y explica todos los elementos que intervienen en el ámbito académico, para que sus miembros adquieran en forma gradual valores culturales y conocimientos sistemáticos.

³*Definición de Sistema Educativo*. Recuperado de <http://definicion.mx/sistema-educativo/>

⁴*Ley General de Educación*. Decreto Legislativo N°917 (1996)– Reformado según Publicación en D.O. No. 218 de 26 de noviembre de 2015. *TÍTULO II SISTEMA EDUCATIVO, NIVELES Y MODALIDADES. CAPÍTULO I - SISTEMA EDUCATIVO*. Artículo N° 12.

B. CARACTERÍSTICAS

Para formularlas se fundamentan en aspectos como la zona en que se desarrollan, la calidad, acceso y participación social. Entre las más trascendentales se presentan en los Cuadros N° 1 y 2:

CUADRO N°1. CARACTERÍSTICAS SISTEMA EDUCATIVO ZONA URBANA

ÁREAS	CARACTERÍSTICAS
Calidad	<ul style="list-style-type: none"> • La innovación escolar se da de forma consolidada pero sigue presentando carencias sobre cualificación, gestión escolar y metodologías actualizadas. • Se cuenta con mayor acceso a los servicios básicos vinculados a un mejor proceso de aprendizaje para los niños y las niñas. • Docentes con mayores oportunidades de actualización y cualificación.
Acceso	<ul style="list-style-type: none"> • Aunque existen brechas entre géneros, hay más posibilidades para que las mujeres estudien. • Mayor oferta educativa.
Participación Social	<ul style="list-style-type: none"> • Hay mayor sensibilización de los padres y las madres de familia en participar en los procesos educativos de sus hijos e hijas. • Da como resultado menor tasa de analfabetismo.

Fuente: Fundación para el Desarrollo Educativo Morazán en Acción (FUNDEMAC)

CUADRO N°2. CARACTERÍSTICAS SISTEMA EDUCATIVO ZONA RURAL

ÁREAS	CARACTERÍSTICAS
Calidad	<ul style="list-style-type: none"> • La innovación escolar se da de forma menos consolidada y sigue presentando carencias sobre cualificación, gestión escolar y metodologías actualizadas. • Los y las estudiantes no tienen acceso adecuado a los servicios básicos que fortalezcan su proceso de aprendizaje. • Docentes con menores oportunidades de actualización y cualificación.
Acceso	<ul style="list-style-type: none"> • Desventaja de las mujeres para ir a la escuela (trabajo doméstico y otras tareas). • Menor oferta educativa.
Participación Social	<ul style="list-style-type: none"> • La participación social se ve limitada en función de patrones a través de los que se visualiza la educación sin la importancia debida. • Mayor tasa de analfabetismo.

Fuente: Fundación para el Desarrollo Educativo Morazán en Acción (FUNDEMAC)

C. TIPOS DE EDUCACIÓN

Según el Ministerio de Educación (MINED) existen tres diversos tipos de educación en El Salvador, los cuales son:

i. FORMAL

Es la que se imparte en establecimientos educativos autorizados, en una secuencia regular de años o ciclos lectivos, con sujeción a pautas curriculares progresivas y conducentes a grados y títulos entre las cuales están principalmente las escuelas públicas y privadas. Le corresponden los niveles de estudio inicial, parvulario, básico, medio y superior.

ii. NO FORMAL

Es la que se ofrece con el objeto de completar, actualizar, suplir conocimientos y formar en aspectos académicos o laborales, sin sujeción al sistema de categorías y grados de la Educación Formal. Es sistemática y responde a necesidades de corto plazo de las personas y la sociedad, como ejemplo se puede mencionar Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V., que se dedica a la enseñanza del idioma Inglés, entre otras entidades.

iii. INFORMAL

Es la que se adquiere libre y espontáneamente, proveniente de personas, entidades, medios masivos de comunicación, tradiciones, y costumbres.

D. EDUCACIÓN NO FORMAL

i. CONCEPTO

La Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) afirma que es “toda actividad organizada y duradera que no se sitúa exactamente en el marco de los sistemas educativos formales integrados por las escuelas primarias, los centros de secundaria, las universidades y otras instituciones educativas formalmente establecidas”⁵.

⁵UNESCO (2005). *Educación No Formal*. Recuperado de http://www.unesco.org/bpi/pdf/memobpi55_NFE_es.pdf

Otra definición la establece como “toda actividad organizada, sistemática y educativa, realizada fuera del marco del sistema oficial, para facilitar determinadas clases de aprendizaje a subgrupos particulares de la población, tanto de adultos como niños”⁶.

Integrando lo que dice el Ministerio de Educación, se puede afirmar que Educación No Formal es el conjunto de procesos e instituciones específicas con el propósito de impartir determinado tipo de aprendizaje que no se encuentra dentro de los niveles educacionales establecidos.

ii. REQUISITOS

Según el Ministerio de Educación de El Salvador “No estará sujeta a controles estatales pero deberá enmarcarse dentro de los principios de beneficio, de orden público y de respeto a los intereses de los usuarios”⁷.

iii. CLASES DE INSTITUCIONES NO FORMALES EN EL SALVADOR

En el país, existen diversas categorías de organizaciones que desarrollan este tipo de enseñanza, ya sean con o sin fines de lucro, recibiendo por parte de los alumnos inscritos una remuneración económica por los servicios de enseñanza otorgados o de forma gratuita, respectivamente. En términos generales se pueden citar las siguientes:

⁶Luján Ferrer, Manuel Enrique (2010) *La Administración de la Educación No Formal Aplicada a las Organizaciones Sociales: Aproximaciones Teórico-prácticas*. Revista EDUCACIÓN. Vol. 34, Pág. 102. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44013961006>

⁷Ley General de Educación. Op. Cit. TÍTULO II SISTEMA EDUCATIVO, NIVELES Y MODALIDADES. CAPÍTULO XI EDUCACIÓN NO FORMAL. Artículo N° 45.

**CUADRO N° 3. INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN NO FORMAL CON Y SIN
FINES DE LUCRO.**

CON FINES DE LUCRO	SIN FINES DE LUCRO
<ul style="list-style-type: none"> • Asociaciones de desarrollo comunal • Gimnasios y centros de recreación • <i>Institutos de enseñanza de idiomas</i> • Centros de capacitación y formación laboral • Escuelas de manejo 	<ul style="list-style-type: none"> • Movimiento Scout • Bibliotecas. • Institutos de alfabetización • Museos y centros culturales • Organizaciones de Voluntarios(as)

Fuente: Luján Ferrer, Manuel Enrique (2010) *La Administración de la Educación No Formal Aplicada a las Organizaciones Sociales: Aproximaciones Teórico-prácticas*. Pág. 103 y 104.

iv. MARCO LEGAL

Todo ente en El Salvador, debe operar y estar constituido bajo un contexto legal, por lo que debe guiarse por estatutos, reglamentos y normas vigentes. A continuación se presentan las leyes más relevantes que rigen a nivel general las Instituciones que imparten la Enseñanza No Formal en el país.

- **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DE EL SALVADOR**

De acuerdo con esta normativa, el Estado debe emplear todos los recursos y mecanismos que estén a su alcance para proporcionar a la población en general una ocupación remunerada y los medios para su respectiva formación profesional, de esta forma asegurar a cada grupo familiar las condiciones económicas de una existencia digna.

(Decreto Constituyente N° 38, de diciembre 15 de 1983, publicado en el Diario Oficial N° 234, Tomo 381, Arts. 38, 42, 43,44, 47, 50, 52, 65. Reforma: Decreto Legislativo N° 707 de 12 de junio de 2014, publicado en el Diario Oficial N° 112, Tomo 403 de fecha 19 de junio de 2014)

- **LEY GENERAL DE EDUCACIÓN**

Determina los objetivos generales de la educación aplicados a los diferentes niveles y modalidades de estudio en las instituciones oficiales y privadas. Tal como se mencionó en el apartado de REQUISITOS, este tipo de enseñanza no estará sujetos a controles estatales solo deberá enmarcarse dentro de los principios de beneficio, de orden público, entre otros.

(Decreto Legislativo N° 917, fecha 21 de diciembre de 1996, publicado en el Diario Oficial N° 242 Tomo N° 333. Reforma: Decreto Legislativo N° 278, Art. 45, fecha 5 de noviembre de 2015, publicado en Diario Oficial N° 218, Tomo N° 409, 26 de noviembre de 2015)

- **LEY DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA Y SU REGLAMENTO**

Implementa disposiciones en las que establece que toda persona natural o jurídica que realiza actividades económicas, están sujetas al pago del impuesto sobre las ganancias recibidas porque son generadoras de ingresos, que son obtenidos como resultado de los diferentes servicios según la escala a la que pertenezcan de acuerdo al monto de las ventas anuales que efectúen.

(Decreto Legislativo N° 117, del 21 de diciembre de 1991, publicado en el Diario Oficial N° 242 Tomo 313, Art.41 del 11 de diciembre de 2001, Reformas: Decreto Legislativo N° 762 de fecha 31 de julio de 2014, publicado en el Diario Oficial N° 142, Tomo 404 de fecha 31 de julio de 2014).

- **LEY DEL IMPUESTO A LA TRANSFERENCIA DE BIENES MUEBLES Y A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS**

Establece que toda entidad o institución que proporcione bienes o servicios de cualquier índole con fines de lucro debe aportar una tasa del 13% sobre las ventas o ingresos que perciban debido a las operaciones que realizan.

(Decreto Legislativo N° 296, fecha 31 de julio de 1992, publicado en el Diario Oficial N° 143, Tomo 316, Art 1, Reformas: Decreto Legislativo N° 71, del 29 de julio de 2015, publicado en el Diario Oficial N° 146, Tomo 408, del 14 de agosto de 2015).

- **LEY DE REGISTRO DE COMERCIO**

Exige que las personas naturales y jurídicas dedicadas a cualquier actividad económica registren sus matrículas de comercio, contratos mercantiles, escrituras de constitución, entre otros documentos, que estén sujetos a formalidad de registro conforme a lo que establece esta normativa.

(Decreto Legislativo N° 271 de fecha 5 de marzo de 1973 publicado en el Diario Oficial N°44, tomo 238, Art, 13. Reformas: Decreto Legislativo N° 642 de fecha 12 de junio de 2008, publicado en el Diario Oficial N°120, Tomo 379 de fecha 27 de junio de 2008).

- **CÓDIGO DE COMERCIO**

Comprende las regulaciones que deberán cumplir los comerciantes frente a todo acto mercantil; inclusive la constitución, organización, administración, liquidación, transformación de todo tipo de negocios. Establece las disposiciones y obligaciones de las empresas conforme a títulos valores.

(Decreto Legislativo N° 671 de fecha 8 de Mayo de 1970 publicado en el Diario Oficial N°140, Tomo 228, Art, 1 y 6. Reformas: Decreto Legislativo N° 642 de fecha 12 de junio de 2008, publicado en el Diario Oficial N°120, Tomo 379 de fecha 27 de junio de 2008).

- **CÓDIGO DE TRABAJO**

Armoniza las relaciones entre patronos y trabajadores, estableciendo los derechos y obligaciones que les corresponden mediante un contrato, ya sea temporal o permanente, con la finalidad que exista un ambiente laboral que cumpla con las condiciones para desarrollar las operaciones de la entidad.

(Decreto Legislativo N° 15 de fecha 31 de julio de 1972 publicado en el Diario Oficial N° 142, Tomo 236, Art 1. Reformas: Decreto Legislativo N° 227 del 16 de diciembre de 2015, publicado en el Diario Oficial N° 10, Tomo 410, del 15 de enero de 2016).

- **LEY DEL SEGURO SOCIAL**

Establece las obligaciones patronales con respecto al recurso humano bajo su responsabilidad; determina los niveles de cobertura contra los riesgos que afectan al personal, tales como: enfermedades de trabajo, maternidad, invalidez, vejez y cesantía involuntaria; además de proporcionar prestaciones a las personas que dependen económicamente del afiliado.

(Decreto de Ley N° 1263 de fecha 11 de diciembre de 1953 publicado en el Diario Oficial N°226, Tomo 161, Art. N° 3, Reformas: Decreto Legislativo N°82 del 17 de agosto de 2012, publicado en el Diario Oficial N°154, Tomo 396 del 22 de agosto de 2012).

- **LEY DEL SISTEMA DE AHORRO PARA PENSIONES**

Estipula que durante la vigencia de la relación laboral deberán efectuarse cotizaciones obligatorias por parte de la clase trabajadora y patronal sean estos públicos, privados o municipales, con la finalidad de posibilitar a los salvadoreños los mecanismos necesarios que brinden la seguridad económica para enfrentar las contingencias de invalidez, vejez y muerte.

(Decreto Legislativo N° 927 de fecha 23 de diciembre de 1996 publicado en el Diario Oficial N° 243, Tomo 333, Art 1 y 13, Reformas: Decreto Legislativo N° 1036, del 29 de marzo de 2012, publicado en el Diario Oficial N° 192, Tomo 341, del 30 de marzo de 2012).

- **LEY CONTRA EL LAVADO DE DINERO Y DE ACTIVOS**

Tiene como finalidad prevenir, detectar, sancionar y erradicar el delito de lavado de dinero y de activos, así como el de encubrimiento. Este decreto será aplicado a cualquier persona natural o jurídica aun cuando esta última no se encuentre constituida legalmente.

(Decreto Legislativo N° 498 de fecha 23 de diciembre de 1998 publicado en el Diario Oficial N° 240, Tomo 341, Art 1 y 2, Reformas: Decreto Legislativo N° 104, del 3 de septiembre de 2015, publicado en el Diario Oficial N° 173, Tomo 408, del 23 de septiembre de 2015).

- **CÓDIGO MUNICIPAL**

Desarrolla aspectos referentes a la organización y funcionamiento de los municipios; lo que acredita a las alcaldías para establecer un impuesto el cual debe ser cobrado a todas las entidades con fines de lucro que operan en la localidad, incluyendo en este caso a las dedicadas a la Educación No Formal como Pro-Lingua Asociados S.A. de C. V.

(Decreto Legislativo N° 274 de fecha 5 de febrero de 1986 publicado en el Diario Oficial N° 23, Tomo 290, Art 1. Reformas: Decreto Legislativo N° 935 del 28 de enero de 2015, publicado en el Diario Oficial N° 30, Tomo 406, del 13 de febrero de 2015).

- **LEY DE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR**

Protege los derechos de los clientes a fin de fomentar el equilibrio, la certeza y la seguridad legal en las relaciones con los proveedores; quedando sometido a esta normativa, todo ente que realice actos concernientes a la distribución, depósito, venta, arrendamiento o cualquier otra forma de comercialización de bienes o de servicios.

(Decreto Legislativo N° 776 de fecha 8 de septiembre de 2005 publicado en el Diario Oficial N° 166, Tomo 368, Art 1, Reformas: Decreto Legislativo N° 286, del 31 de enero de 2013, publicado en el Diario Oficial N° 88, Tomo 371, del 19 de febrero de 2013)

- **LEY DE MEDIO AMBIENTE**

Obliga a la sociedad en general, al estado y a toda persona natural o jurídica, a la reposición o compensación de los recursos naturales que se utilizan para asegurar la propia existencia, satisfacción de las necesidades básicas, crecimiento y desarrollo del mismo; por consiguiente Pro-Lingua Asociados S.A. DE C.V. debe buscar alternativas de construcción para la sucursal en el cual no provoque algún deterioro del entorno ecológico.

(Decreto Legislativo N° 776 de fecha 4 de mayo de 1998 publicado en el Diario Oficial N° 79, Tomo 339, Art 2, literal e. Reformas: Decreto Legislativo N° 158, del 11 de octubre de 2012, publicado en el Diario Oficial N° 211, Tomo 397, del 12 de noviembre de 2012)

v. MARCO INSTITUCIONAL

De acuerdo a las anteriores normas, leyes y reglamentos, los centros de Enseñanza No Formal están relacionados con las siguientes entidades:

- **MINISTERIO DE EDUCACIÓN**

La Ley General de Educación solo establece como requisito para la operatividad de los entes de educación no formal con fines de lucro la capacidad de aprendizaje de las personas y que además no estarán bajo controles estatales, en este caso del Ministerio de Educación.

- **MINISTERIO DE HACIENDA**

Le corresponde dirigir y administrar las finanzas del país equilibrando el gasto público del junto con el manejo de los ingresos, asegurando la sostenibilidad del Estado en el largo plazo, por medio del cumplimiento tributario, reduciendo la evasión y elusión fiscal.

- **CENTRO NACIONAL DE REGISTRO**

Se encarga de proporcionar seguridad jurídica a las actividades de comercio y de servicios, por lo que realiza a tal efecto el registro de la propiedad intelectual de las empresas (nombre, patentes, matrículas, entre otros); además de documentos financieros (balance general, estados de resultado y de cambios en el patrimonio), contratos mercantiles y otros documentos de la misma naturaleza que demande la Ley.

- **MINISTERIO DE TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL**

Instancia rectora garante de los derechos laborales, sustentados en el diálogo, y la concertación social en un marco de equidad y justicia social, de tal forma que permita fortalecer las relaciones entre patronos y trabajadores, un empleo digno e inclusión social.

- **INSTITUTO SALVADOREÑO DEL SEGURO SOCIAL (ISSS)**

Es una entidad gubernamental autónoma encargada de brindar atención a la salud y prestaciones económicas a sus derechohabientes, constituye un servicio público de carácter obligatorio, y mantiene su operatividad con las contribuciones de los patronos, los trabajadores y el Estado en la forma y cuantía determinada por la ley.

- **ADMINISTRADORAS DE FONDOS DE PENSIONES**

Tienen como objetivo único y exclusivo la administración de las cotizaciones de los trabajadores y patronos, otorgando prestaciones por vejez, invalidez a sus afiliados entre otros beneficios.

- **ALCALDÍA MUNICIPAL**

Promueven el desarrollo social y económico del municipio al que pertenecen. Su funcionamiento es a través de la creación de tasas o impuestos que recolectan de personas naturales o jurídicas en el desempeño de las actividades económicas que realizan, fondos que utilizan para la implementación de proyectos y obras públicas que promuevan la sostenibilidad de la localidad a la que pertenecen.

- **MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE**

Su objetivo es la protección y conservación del entorno ecológico salvadoreño y disminución de los riesgos socio-ambientales por medio de las leyes y decretos que coordinan la gestión ambiental pública.

- **DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR**

Es la entidad encargada de aplicar la Ley de Protección al Consumidor y de coordinar la acción conjunta de las instituciones de la administración pública para el cumplimiento de la misma.

III. GENERALIDADES DE PRO-LINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V.

A. FILOSOFÍA EMPRESARIAL ACTUAL⁸

i. MISIÓN

Proveer servicios profesionales de enseñanza del idioma inglés a la sociedad salvadoreña, garantizando calidad y excelencia académica.

ii. VISIÓN

Ser una institución líder en la enseñanza del idioma inglés con el propósito de responder a las necesidades empresariales y educativas del país.

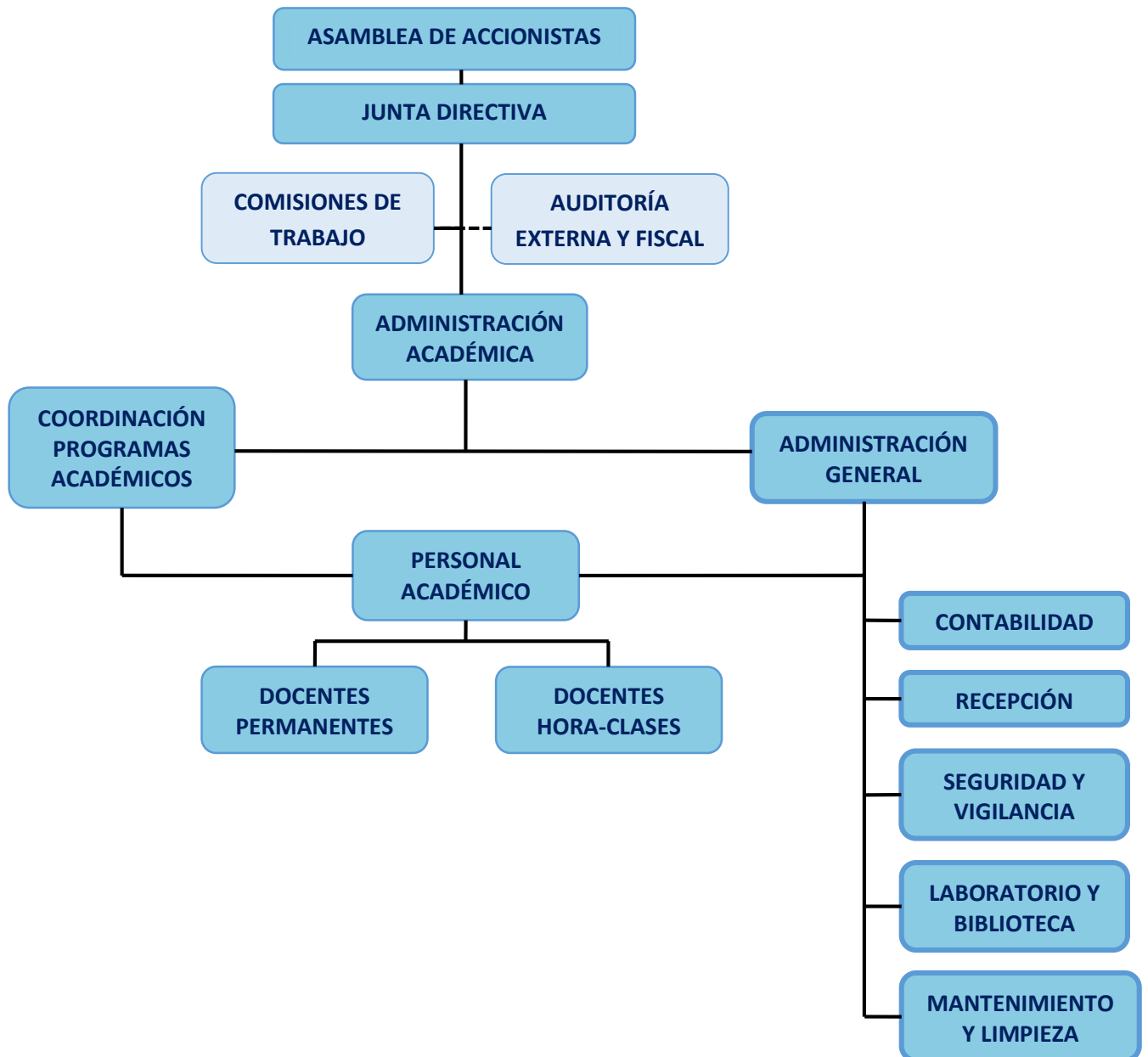
iii. VALORES

- **Compromiso:** Actuar con responsabilidad ofreciendo apoyo a los estudiantes para que logren sus objetivos en el campo profesional.
- **Entusiasmo:** Demostrar mediante el trabajo que se realiza una convicción y actitud positiva como expresión del máximo esfuerzo efectuado.
- **Innovación:** Introducir cambios en programas que se adapten a las exigencias del entorno empresarial.
- **Calidad:** Ofrecer servicios que aporten valor a los clientes por medio de programas educativos que cubran sus necesidades.
- **Excelencia académica:** Implementar métodos de enseñanza del idioma Inglés que posibiliten la formación de profesionales sobresalientes en el ámbito laboral en que se desempeñen.

⁸ Fuente proporcionado por el Administrador Académico.

B. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA ACTUAL.

FIGURA N° 1 ORGANIGRAMA DE PRO-LINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V.



Fuente: Memoria de Labores Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. (2015) pág. 4

C. CLASIFICACIÓN

La Cámara de Comercio de El Salvador clasifica a las empresas por su tamaño basándose en los criterios aportados por el Ministerio de Economía, entre los cuales se puede mencionar el del número de trabajadores contratados; definiendo entonces como pequeña empresa a “aquellas que ocupan desde 11 hasta 50 empleados”⁹. Por lo que Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. es considerada bajo esta categoría porque cuenta con una cantidad de veinticinco trabajado de manera conjunta entre su personal docente, operativo y administrativo.

D. MÓDULOS DE ESTUDIO OFERTADO

Tienen una duración de dos meses cada uno, a excepción del Intensivo para adultos que es para un lapso de treinta días; sin embargo, la inversión a realizar sin importar el programa es de una matrícula anual de \$10.00 y \$49.75 por módulo. Al finalizar el último correspondiente al programa en el que está inscrito el alumno deberá elaborar un proyecto de graduación, el cual consistirá en la representación de un drama, una conversación u otro acto por medio del cual demuestre el dominio adquirido del idioma Inglés durante el transcurso de los periodos estudiados.

i. PROGRAMA REGULAR DE NIÑOS

Destinado a infantes que comprendan entre las edades de 7 a 11 años y que hayan cursado y aprobado como mínimo el primer grado de Educación Básica. Consta de 16 módulos, impartidos durante los días sábados por medio de una jornada matutina de 8:00 a 11:50 a.m.

ii. PROGRAMA REGULAR DE ADOLESCENTES

Conformado para jóvenes que se encuentren entre los 12 a 17 años de edad. Comprende una duración de veinte módulos, impartidos durante los días sábados por medio de una jornada vespertina de 2:00 a 5.50 p.m. Al finalizar el programa, el alumno recibe un certificado de graduación; y en forma adicional, tiene el derecho y la opción de realizar

⁹ Clasificación de las empresas. Recuperado de: <http://www.camarasal.com/pymes.php>

el examen que lo certifique según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER) como FCE (por su siglas en Inglés): First Certificate in English.

iii. PROGRAMA REGULAR DE ADULTOS

Los participantes deben tener la mayoría de edad (18 años en adelante). Consta de veinte y cuatro módulos, de los cuales, los dos últimos el matriculado recibe clases con vocabulario especializado en áreas de Call Center o trabajos afines. Los cursos son impartidos durante los días sábados por medio de una jornada matutina de 8:00 a 11:50 a.m. y una vespertina de 2:00 a 5:50 p.m. Además, el programa cuenta con una certificación que se brinda al culminar cada 6 módulos, la cual equivale al reconocimiento de un determinado nivel en el idioma.

iv. PROGRAMA INTENSIVO PARA ADULTOS

Se conceden los mismos beneficios antes descritos en el “Programa Regular Adultos”, a diferencia que cada módulo posee una duración de un mes impartido de Lunes a Jueves durante dos horas clases diarias, las cuales se sirven desde las 6:15 a.m. hasta las 7:50 p.m. como máximo.

E. PROGRAMAS ADICIONALES

Los nuevos programas y proyectos implementados por la institución se originaron de la búsqueda de soluciones a las necesidades de la población que demanda servicios educativos innovadores para complementar su formación profesional. Entre estos encuentran:

i. ASESORÍAS

Se imparten refuerzos de manera gratuita a los estudiantes inscritos en cualesquiera de los programas y que requieren de mayor atención o que presentan dificultades para dominar algún tema de los impartidos por el maestro en el transcurso de la clase respectiva; la asesoría se desarrolla durante 45 minutos con un máximo tres estudiantes por grupo. A parte de ello se les brinda la accesibilidad para el uso del centro de

computación para practicar por medio de programas especializados en la escritura o el vocabulario en inglés.

ii. CLUB DE CONVERSACIÓN

Es un proyecto que surgió a causa de la necesidad de algunos estudiantes y personas no inscritas en la institución que deseaban reforzar y/o practicar la parte lingüística. Dado que los interesados pueden pertenecer a diferentes niveles se abrieron el básico y avanzado. Las sesiones se llevan a cabo durante tres viernes con un costo para ambas modalidades de \$6.00 para los alumnos inscritos en cualquiera de los programas institucionales y \$8.00 para los particulares.

iii. CURSOS DE VERANO

Se imparte para niños (7 a 11 años de edad) y adolescentes (12 a 17 años de edad), los cuales tienen una duración de cuatro horas de Lunes a Jueves durante cinco semanas comprendidas entre los meses de Noviembre a Diciembre, con un costo de \$50.00 dólares por alumno. Se desarrolla para dar a conocer tanto el método de enseñanza de la institución como la de fomentar el aprendizaje del idioma Inglés, como un incentivo para que las personas que asistan tengan la opción de continuar en cualquiera de los programas una vez finalizado el curso, colocando a los estudiantes en los niveles correspondientes dependiendo de su dominio y comprensión del idioma. Además, se imparten de forma adicional para los infantes clases de pintura, danza moderna y artes marciales; y para los jóvenes diseño gráfico en el centro de cómputo.

iv. PROGRAMA DE SERVICIO DE INSTITUTO SALVADOREÑO DE FORMACIÓN PROFESIONAL (INSAFORP)

Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. participa en el Programa Nacional de Inglés para el Trabajo (PNIT) desarrollado por el Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP) para los trabajadores de las empresas salvadoreñas que se encuentran inscritos en los cursos de esta última entidad, el cual tiene por finalidad ofrecer formación a los empleados en un segundo idioma para aplicarlo en función de sus áreas

laborales como en servicio al cliente, ventas, relaciones comerciales, entre otros. La metodología está basada para que se adapte a los requerimientos del ambiente empresarial según el cargo que desempeñen. El programa está constituido por dieciocho módulos agrupados en tres periodos de seis niveles cada uno, los cuales se denominan de la siguiente manera: principiantes, intermedios y avanzados; distribuidos el primer periodo en cuarenta horas y los dos últimos en cincuenta horas respectivamente.

F. NUEVOS PROYECTOS

Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. ha evidenciado la necesidad que tiene la población de hablar y escribir un segundo idioma, como una herramienta para el desarrollo de nuevas competencias que le permita obtener una mejor calidad de vida en el país; lo que ha visto reflejado en una mayor cantidad de personas de diferentes edades que demandan los servicios que brinda la institución. Debido a lo expresado anteriormente, su junta directiva planifica expandir sus operaciones con la creación de una sucursal en el municipio de Santa Tecla, Departamento de La Libertad, para proporcionar una mayor cobertura de los servicios en la enseñanza del idioma inglés a personas de dicha ubicación geográfica con cuotas al alcance de sus respectivos niveles de ingreso, es decir que no disponen de los recursos financieros que les permitan la opción de matricularse en una institución que requiera de una mayor inversión monetaria.

Con la apertura de la sucursal, planifica impartir los programas que desarrolla actualmente: niños, adolescentes, adultos e intensivos; además de implementar los contenidos planteados en el apartado de *PROYECTOS ADICIONALES*: Asesorías, clubs de conversación, cursos de verano y los impartidos en conjunto con el Instituto Salvadoreño de Formación Profesional.

IV. GENERALIDADES DE ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD

Para realizar un proyecto de inversión es importante que cumpla con requerimientos o pruebas que demuestren la probabilidad de éxito o fracaso al momento de su ejecución.

La factibilidad, en términos generales, es “la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados”¹⁰.

A. CONCEPTO

El estudio de factibilidad es “el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y contribuya con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales”¹¹.

Otra definición explica que “parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad dependen de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran”¹².

De acuerdo a las definiciones anteriores se puede decir que es la propuesta de un proyecto a realizar, donde se detalla el posible beneficio que aportará a la institución y a la sociedad, lo que se ha presupuestado a través de sus componentes de mercado, técnicos, financieros, económicos, sociales, legales y ambientales.

Los estudios de factibilidad se complementan con los de viabilidad que “consisten en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa que conlleve riesgos económicos”¹³. Es decir, se puede conocer si establecer o ampliar un negocio a partir del rendimiento económico que se obtendría reduciendo el riesgo asociado a tomar una decisión de inversión.

¹⁰Alegsa, Leandro (2010). *Definición de Factibilidad*. Recuperado de <http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>

¹¹ Ramírez Almaguer y Otros. (2009). *Etapas del Análisis de Factibilidad*. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>

¹²Santos Santos, Tania (2010). *Estudio de Factibilidad de un Proyecto de Inversión: Etapas en su Estudio*. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>

¹³ José Vega (2006). *Estudios de viabilidad para los negocios*. Recuperado de http://www.uprm.edu/cde/public_main/Informes_Articulos/articulos/ArticuloViabilidad.pdf

B. IMPORTANCIA

Los resultados obtenidos son utilizados como base para determinar si la puesta en marcha de la alternativa de inversión es realizable y a la vez rentable, permitiendo de esta manera usar los recursos de la empresa eficientemente como el efectivo, los activos fijos, entre otros; evitando así los altos costos en cuanto al requerimiento de los materiales y el capital humano que estén implicados en su ejecución. Además, los análisis y estimaciones efectuados deben reflejar un impacto social favorable porque deben aportar elementos sustanciales que permitan identificarla contribución a la conservación, protección y restauración de los recursos naturales y ambientales.

C. PROCESO DE PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS

i. PRE INVERSIÓN

“Consiste en la transformación de ideas de proyectos en estudios técnicos, financieros y económicos que son utilizados como referencia para la ejecución o no de una alternativa de inversión”¹⁴. Esta se compone de diferentes etapas consecutivas detalladas a continuación:

a. IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA

Es un proceso mental que se fundamenta en la información existente, en donde se “define el proyecto, objetivo general y específico, justificación, descripción, estimaciones monetarias y posibles fuentes de financiamiento propias o externas”¹⁵. Recopilada la información se evalúa la factibilidad de ejecución, tomando en cuenta que todo el análisis efectuado en esta etapa es de carácter preliminar.

¹⁴Fornos Gómez, Manuel de Jesús. Administración Financiera II. Segunda Edición. Editorial Ediciones Contables. El Salvador. 2015. Pág. 429

¹⁵ *Etapas de un Proyecto: Idea e Identificación del proyecto*. Recuperado de <http://www.aulafacil.com/cursos/119687/empresa/organizacion/gestion-de-proyectos/etapas-de-un-proyecto-idea-identificacion-del-proyecto>

b. DISEÑO DEL PERFIL

Se abordan los principales aspectos de la etapa anterior, considerando que para proseguir con la siguiente fase debe contener estudios preliminares de mercado, localización, ingeniería, administración, legalización, ingresos y costos de operación y financiamiento. A partir de estos resultados, se agrupan aquellas que puedan realizarse y requieran de un estudio más profundo.

c. ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD

“Consiste en el análisis de las alternativas identificadas en la etapa preliminar, profundizando los estudios de mercado, técnico, legal, administrativos y financieros”¹⁶; con el objetivo de verificar la probabilidad de éxito o fracaso en su ejecución. En este apartado se desarrollan los siguientes elementos:

- Diagnóstico de la situación actual.
- Análisis técnico de la ingeniería del proyecto.
- Tamaño y Localización.
- Análisis de la legislación vigente aplicable al proyecto
- Evaluación socioeconómica
- Evaluación financiera privada
- Análisis de sensibilidad del riesgo

d. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Es la fase donde se realiza una investigación específica y sistemática sobre las alternativas que se consideran como viables en la etapa anterior a través de la utilización de fuentes primarias de información. Este tipo de estudio está formado por los siguientes aspectos:

¹⁶Fornos Gómez, Manuel de Jesús. Administración Financiera II. Op. Cit. Pág. 430

1. ESTUDIO DE MERCADO

1.1.DEFINICIÓN

Es la “investigación que consta de la determinación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización; cuyo objetivo general es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado tomando en cuenta el riesgo”¹⁷. En otras palabras es una indagación de tipo descriptiva con la finalidad de ayudar a la empresa a tomar las decisiones más acertadas, para el éxito de la introducción del bien o servicio que planifica comercializar.

1.2. ESTRUCTURA

1.2.1. ESTUDIO DE LA DEMANDA

"Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, cuyo uso puede satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares y tenga acceso a la utilidad intrínseca"¹⁸.

En relación a su oportunidad se presentan de dos formas:

- **Demanda Satisfecha:** lo que se ofrece en el mercado es exactamente lo que requieren los clientes.
- **Demanda Insatisfecha:** lo producido y ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.

El propósito de la indagación conlleva la finalidad de reconocer los factores que ejercen influencia en los probables adquirientes; además de detectar a los actuales y futuros clientes potenciales que deseen comprar el bien o servicio, para el caso de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. supone identificar de forma estimada la cuantía de individuos que expresen su interés en el aprendizaje de un segundo idioma, como es el Inglés, además que dispongan de los medios financieros que le permitan hacer frente a los costos de este tipo de educación.

¹⁷ Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de proyectos. Séptima Edición. Editorial McGraw-Hill. México. 2013 Pág. 5

¹⁸ Andrade Simón. Diccionario de Economía. Tercera Edición, Editorial Andrade. 2008 Pág.215

1.2.2. ESTUDIO DE LA OFERTA

Se entiende como “la cantidad de productos que los diversos fabricantes, productores o prestadores de servicios ponen en los mercados a disposición de los consumidores para satisfacer sus necesidades”¹⁹.

Para llevar a cabo un análisis más confiable, se deben tener en cuenta los siguientes factores:

- La existencia de vendedores.
- La cantidad de un producto/servicios abastecidos en el mercado.
- La disposición para vender.
- La capacidad de vender.
- La ubicación geográfica.
- El lapso en el que el producto o servicio está disponible para la venta, a un precio determinado.
- Las necesidades y deseos de los consumidores.

1.2.3. MERCADO POTENCIAL INSATISFECHO

“Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado absorba en los años futuros y que actualmente ningún productor satisface si prevalecen las condiciones existentes”²⁰. Esto indica que prevalece un número aproximado de clientes que aún no han sido cubiertos o totalmente satisfechos, y se cuenta con la posibilidad de proveerlos, considerando diversos factores que aseguren al oferente que habrá oportunidades reales para la introducción del bien o servicio.

¹⁹Morales Castro, José Arturo y otros. Proyectos de Inversión: Evaluación y Formulación. Primera Edición, Editorial McGraw Hill, México 2009. Pág. 69

²⁰Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de proyectos. Op. Cit. Pág. 46.

1.2.3.1. MERCADO META

"Consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir"²¹. Elemento considerado de vital importancia que para obtener resultados óptimos es necesario que sea seleccionado minuciosamente; además los consumidores deben tener interés, acceso, ingresos y cualidades que concuerdan con la oferta del mercado en particular.

1.2.3.2. SEGMENTO DE MERCADO

“Es el que está compuesto por variables específicas que permiten diferenciarlos de otros. A medida que se considera una mayor cantidad de criterios para definir las características de los consumidores, el tamaño se reduce y son más homogéneos”²². El surgimiento de estos grupos resulta un ahorro significativo de tiempo, esfuerzo y recursos.

1.2.3.3. MEZCLA DE COMERCIALIZACIÓN

Es un conjunto integrado de cuatro herramientas estratégicas, que una vez combinadas pueden satisfacer a los consumidores con un bien que cumpla con sus expectativas y de esta forma influir positivamente en la demanda, generando ventas, entre otros aspectos.

1.2.3.3.1 PRODUCTO

“Es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad, presentándose como un bien físico, servicios, experiencias, eventos, lugares, organizaciones, información, ideas entre otros”²³. Según sus características, se dividen en dos categorías principales:

- **Bienes Tangibles:** son los que tienen forma y ocupan un lugar en el espacio, es decir que pueden ser percibidos por los cinco sentidos, siendo estos Muebles

²¹Gary Armstrong, Philip Kotler. Fundamentos de Marketing. Décimo primera edición. Pearson Educación de México S.A. de C.V. 2013 Pág. 255

²²Patricio Bonta y Otros. 199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad. Primera Edición. Norma Editorial. España. 2003 pág. 30

²³Morales Castro, José Arturo y otros. Proyectos de Inversión: Evaluación y Formulación. Op. Cit. Pág. 53

(fácilmente trasladables. Ejemplo: un vehículo, un escritorio, etc.) o Inmuebles (no pueden ser trasladados. Ejemplo: Terrenos, Casas, etc.)

- **Bienes Intangibles:** son aquellos que no cuentan con una forma física y solo pueden ser percibidos por la razón o por el intelecto. Por ejemplo servicios médicos, de entretenimiento y educativos, entre otros. Además, presenta rasgos distintivos que lo diferencian de los bienes tangibles entre los cuales se pueden destacar:
 - ✓ **Intangibilidad:** no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse; por lo tanto no pueden almacenarse, ni ser llevados por el comprador.
 - ✓ **Inseparabilidad:** la producción y consumo son actividades unidas en el lugar donde se desarrollan, consumen y venden al mismo tiempo.
 - ✓ **Heterogeneidad:** se encuentran menos estandarizados y uniformados provocando que sea difícil pronosticar la calidad antes del consumo.
 - ✓ **Carácter perecedero:** son imperdurables ya que no poseen forma física.
 - ✓ **Personalizado:** por lo general solo puede ser disfrutado por la persona que lo adquiere.

1.2.3.3.2. PRECIO

"Es la cantidad de dinero o suma de todos los valores a los que renuncian los clientes para obtener los beneficios de tener o utilizar un producto o servicio en específico"²⁴. Es el mecanismo mediante el cual la empresa recupera las inversiones operativas y capitalizables en que incurrió para poner el servicio o bien elaborado a disposición del interesado; además, incluye el margen de rentabilidad que será distribuido entre los accionistas.

1.2.3.3.3. PROMOCIÓN

"Uno de los instrumentos fundamentales de la mercadotecnia con el que la compañía pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que éstos se vean

²⁴ Gary Armstrong, Philip Kotler. Fundamentos de Marketing. Op. Cit. Pág. 257

impulsados a adquirirlo"²⁵. Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V., de forma tradicional, ha dado a conocer su modelo de enseñanza a través de una plataforma virtual, la comunicación verbal entre los estudiantes y diversas promociones publicitarias a través de periódicos y afiches.

1.2.3.3.4. PLAZA (CANAL DE DISTRIBUCIÓN)

“Es la ruta que toma un producto para pasar del fabricante a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria”²⁶. Está compuesta por diversos intermediarios que van desde mayoristas a detallistas; pero cuando la venta es directa, o sea de manufacturador a cliente, se utilizan agencias y sucursales, entre otros.

2. ESTUDIO TÉCNICO

“Comprende aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos (en este caso equipo, maquinaria, instalaciones, terrenos, edificios etc.) que son necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de determinado bien o servicio”²⁷.

Para procesar una determinada cantidad de bienes u ofrecer servicios que solicite una población, se debe contar con instalaciones, equipo o maquinaria. Por lo tanto, en esta fase se analiza el tamaño y localización óptima de la planta, con el objetivo de obtener una relación entre el funcionamiento y operatividad del proyecto, y se compone de los siguientes apartados:

2.1.LOCALIZACIÓN

“Determina el sitio donde se instalará la planta y que contribuirá a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo”²⁸. El sitio que seleccionado es determinante en el éxito o fracaso en el negocio a emprender y será el que posibilite maximizar el logro de la rentabilidad planificada. Las opciones en cuanto

²⁵ Gary Armstrong, Philip Kotler. Fundamentos de Marketing. Op. Cit. Pág. 257

²⁶Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Séptima Edición Op. Cit. Pág. 65

²⁷ Morales Castro, José Arturo y otros. Proyectos de Inversión: Evaluación y Formulación. Op. Cit. Pág. 83

²⁸ Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Editorial McGraw-Hill/INTERAMERICA, Sexta Edición 2010. México, D.F. Pág. 86

a la ubicación pueden ser diversas, pero en la realidad puede reducirse las alternativas debido a restricciones y exigencias que demanda el proyecto; por lo tanto se debe tomar en cuenta:

- Concentración geográfica de la población demandante.
- Regulaciones urbanas para ubicación de comercios.
- Características de los suelos.
- Estudio de impacto ambiental.
- Necesidades e intereses de la comunidad.
- La planta a operar quede próxima a clientes y de los abastecimientos de materia prima.

En forma adicional, la localización puede ser determinada a través de diversos métodos, siendo uno de los más relevantes el que se describe a continuación:

Método cualitativo por puntos: Consiste en asignar valores numéricos de acuerdo a la experiencia del investigador y a una serie de criterios que se evalúan como trascendentales. Para desarrollar el proceso se hace una lista con todos los factores asignándoles una ponderación que en su conjunto no debe ser mayor al 100%. También se elige un rango común con la finalidad de calificar a los factores que debe estar comprendido entre 1.0 y 10.0 como máximo, multiplicándose ambos valores establecidos de acuerdo a los criterios identificados, y por último, se suma cada una de las alternativas aceptándose la opción de ubicación de planta que obtenga la mayor puntuación. A manera de ilustración se presenta un ejemplo en el cuadro N° 4:

CUADRO N° 4. MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

		A		B	
Factor Relevante	Peso asignado	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Materia prima disponible	33%	5.0	1.65	4.0	1.32
Mano de obra disponible	25%	7.0	1.75	7.5	1.875
Costo de los insumos	20%	5.5	1.10	7.0	1.40
Costo de la vida	7%	8.0	0.56	5.0	0.35
Cercanía del mercado	15%	8.0	1.2	9.0	1.35
SUMA TOTAL	100%		6.26		6.295

Fuente: Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Editorial McGraw-Hill/INTERAMÉRICA, Séptima Edición 2010. México, D.F. Pág. 110

Para este caso, la ubicación sugerida del establecimiento de la planta dadas las características evaluadas, será el punto “B” debido que reúne las condiciones óptimas para operar.

2.2.TAMAÑO DEL PROYECTO

“Está definido por la cantidad a producir en función de la fracción de mercado que se desea satisfacer y del período en que se realizarán las operaciones”²⁹. La dimensión de la planta es fundamental para determinar el monto de la inversión y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Algunos de los factores que lo condicionan son:

- Localización de la planta.
- Tamaño de la demanda.
- Lapso para desarrollar el proyecto.

²⁹ Fernández Espinoza, Saúl. Los Proyectos de Inversión. Primera Edición, Editorial Tecnológica, Costa Rica, 2007. Pág. 43

- Financiamiento propio o externo.
- Impacto ambiental.

2.3.INGENIERÍA DEL PROYECTO

“Es la fase que da solución a todo lo relacionado con la producción e instalación; desde la descripción del proceso, adquisición de maquinaria y equipo, hasta la distribución de planta y los diagramas de recorrido”³⁰. Para lograr un funcionamiento adecuado debe cumplirse una serie de factores y características específicas en el diseño de las instalaciones que permitan optimizar y desarrollar de una forma más eficiente el trabajo, por lo que se deben considerar aspectos como:

- Descripción de los procesos de producción, de venta y administración.
- Mobiliario y equipo requerido.
- Distribución de las instalaciones.
- Estimación del terreno o edificación.

3. ESTUDIO FINANCIERO

“Es la etapa dónde se determina, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de la inversión inicial y de operación del mismo”³¹.

Los aspectos técnicos sustentan la base para la elaboración de esta etapa, la cual consiste en la determinación mediante valores monetarios de la maquinaria, equipo, instalaciones físicas, los activos corrientes, las unidades fabricadas y demás recursos físicos e intangibles necesarios a fin de poner en marcha todo lo planificado en el proyecto. Este estudio financiero consta de diversos componentes los cuales se detallan a continuación:

³⁰Sanclémente Daza, Martha Lucía. Formulación y Evaluación de Proyectos: Más que un Proyecto, Un Plan de Negocio. Primera Edición. Editorial Universidad del Cauca 2009, Colombia. Pág. 42.

³¹ Fernández Espinoza, Saúl. Los Proyectos de Inversión. Primera Edición. Editorial Tecnológica. Costa Rica. 2007. Pág. 45.

3.1.CAPITAL DE TRABAJO

“Está compuesto por inversiones que se deben mantener en activos corrientes para financiar el ciclo productivo del negocio”³². Lo que significa que son las erogaciones que en forma adicional a los activos fijos, se destinan para darle crédito a los clientes, acumular materia prima y productos terminados en bodega así como el efectivo mínimo requerido, que en conjunto son determinantes para que la actividad económica estimada pueda ejecutarse.

3.2.PERFIL DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

3.2.1. INVERSIÓN INICIAL

“Se refiere a las salidas iniciales de efectivo necesarias para emprender una inversión de capital”³³. Se refiere al monto que se deberá estimar para la adquisición de activos fijos, como mobiliario, equipo, terrenos y herramientas; además de los intangibles necesarios para el funcionamiento de la empresa como: patentes, marcas, gastos operativos y de instalación, contratos de servicios, nombres comerciales, capacitación, entre otros.

CUADRO N°5. INVERSIÓN INICIAL

COSTO DEL ACTIVO PROPUESTO
(+) Costo de Instalación
=Costo Instalado Total de Máquina Propuesta
(-) GANANCIA DESPUÉS DE IMPUESTOS POR VENTA DE MÁQUINARIA ACTUAL (SI LA HUBIERE Y SE PROCEDE A SU COMERCIALIZACIÓN)
(+/-) Variación Capital de Trabajo Neto
=INVERSIÓN INICIAL

Fuente: Gitman, Lawrence. Principios de la Administración Financiera. Decimosegunda Edición 2012, México. Pág. 405

³²Lira Briceño, Paul. Evaluación de Proyectos de Inversión. Primera Edición. Editorial Universidad Peruana Ciencias Aplicadas 2013, Perú. Pág. 29.

³³Gitman, Lawrence. Principios de la Administración Financiera. Pearson, Decimosegunda Edición 2012, México. Pág. 400.

3.2.2. INVERSIÓN POSTERIOR

Supone todas aquellas erogaciones efectuadas una vez realizada la inversión inicial, en donde se compra mobiliario y equipo, además se realizan gastos de mantenimiento, contratación de personal y recursos materiales, todo esto para prolongar la vida útil del activo originalmente adquirido.

3.2.3. FLUJOS DE EFECTIVO

Representan las entradas y salidas de dinero que ocurren cuando una empresa pone en marcha un proyecto, flujos que al ser evaluados por los usuarios o accionistas, les permiten conocer las expectativas sobre los beneficios a obtener. Se diseñan a través de dos perspectivas esenciales:

- **Flujo de Efectivo del Proyecto**

Se utiliza para evaluar la inversión desde el punto de vista de la gerencia, quienes determinarán el criterio de decisión para la ejecución del proyecto. Consta de los siguientes elementos:

CUADRO N° 6. FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO

INGRESOS
(-) Gastos Monetarios
(-) Gastos No Monetarios
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS
(-) Impuesto sobre la renta
= UTILIDAD NETA
(+) Gastos No Monetarios Depreciación, amortizaciones
= FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO (FEE)

- **Flujo de Efectivo del Accionista**

Resume los fondos obtenidos por la empresa para sus accionistas después de atender las necesidades de inversión y las asociadas a la financiación por deuda, es decir, se utiliza

para evaluar el proyecto desde el punto de vista de quienes aportan el capital. A través de este enfoque se conoce las fortalezas o debilidades de una compañía y su capacidad para generar ingresos sostenibles. Se estructura según el Cuadro N° 7:

CUADRO N° 7 FLUJO DE EFECTIVO DEL ACCIONISTA

INGRESOS
(-) Gastos Monetarios
(-) Gastos No Monetarios
=UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS
(-) Impuesto sobre la renta
= UTILIDAD NETA
(+) Gastos No Monetarios
= FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO (FEE)
(-) Cuota Amortización Préstamos
(-) Gastos Financieros Después del Escudo Fiscal
= Flujo de Efectivo del Accionista (FEA)

3.2.4. COSTO DE CAPITAL

“Representa la tasa de rendimiento requerida en la inversión realizada para compensar el costo de oportunidad de los recursos destinados al proyecto y el riesgo que deberá asumir”³⁴. Refleja y actúa como el vínculo principal entre las decisiones de inversión a largo plazo. Representado por “k”, constituye el retorno exigido por quienes aportan el capital y que se utilizará primordialmente para descontar los flujos de efectivo futuros proyectados con la finalidad de establecer criterios de aceptación o rechazo por parte de los accionistas. Entre los métodos utilizados para computarlo está el Costo de Capital Promedio Ponderado (WACC por sus siglas en inglés, que significa Weighted Average Cost of Capital):

³⁴ Sapag Chain, Nassir. Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación, Segunda Edición, Pearson Educación, Chile 2011 .Pág. 372

- **Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)**

Se forma de la combinación de los costos individuales de cada una de las fuentes del financiamiento ya sean de recursos propios o ajenos.

Para establecerla, se empleará la siguiente expresión:

$$CPPC = \left(\frac{D}{D + PN} \right) k_d (1 - T) + \left(\frac{PN}{D + PN} \right) * k_e$$

Dónde:

CPPC = Costo promedio ponderado de capital.

D = deuda bancaria

PN = patrimonio neto.

T = Tasa de impuestos sobre la renta

Kd= Tasa de interés por préstamo bancario

ke = Costo del capital común externo

3.2.5. HORIZONTE DE LA INVERSIÓN

“Es el lapso por el cual se extienden las proyecciones financieras asociadas a una inversión; entendido como la vida útil del proyecto”³⁵.

Debe establecerse un período lo suficientemente amplio como para recuperar la inversión inicial mediante el descuento de flujos de efectivos positivos; pero de manera general se debe tomar en consideración que entre más extenso sea el tiempo señalado, implica que los valores presentes de estas corrientes de dinero serán menores no importando el costo de capital establecido.

3.2.6. VALOR TERMINAL

“Es el flujo de efectivo que resulta de la conclusión y liquidación de un proyecto al final de su vida útil”³⁶. Llamado también valor de salvamento, se computa una vez alcanzado

³⁵Fornos Gómez, Manuel de Jesús, Administración Financiera II. Op. Cit. Pág. N°463

el final del horizonte de la inversión. Consiste en determinar el valor futuro que tendrán los activos fijos adquiridos al inicio de operaciones, tomando en cuenta aspectos como si el proyecto seguirá trabajando, si se procederá a su respectiva venta o se suspenderán de manera definitiva las actividades económicas. Para el presente estudio se utilizará la primera alternativa, mediante la fórmula de la perpetuidad o sea que se continuará operando de manera indefinida.

- **Continuidad del proyecto**

$$VT = \frac{FE_n}{k}$$

Dónde:

VT = Valor terminal

FE_n = Flujo de efectivo en el período “n”

K = Costo Promedio Ponderado de Capital

La cifra calculada se suma al flujo de efectivo del año final.

3.3.EVALUACIÓN FINANCIERA

En este apartado se procede a ponderar la rentabilidad a obtener en el caso que se ejecute el proyecto, de eso dependerá su aceptación o rechazo. Los principales métodos utilizados a tal fin son los siguientes:

3.3.1. VALOR ACTUAL NETO

“Mide el excedente resultante después de recuperada toda la inversión inicial”³⁷.

Se expresa de la manera siguiente:

$$VAN = \sum_{n=1}^t \frac{FE_n}{(1+k)^n} - I_0$$

Dónde:

³⁶Gitman, Lawrence (2012). Op. Cit., Pág. 410

³⁷Sapag Chain, Nassir. Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación. Op. Cit. Pág. 300

VAN= Valor Actual Neto

FE_n = Flujos de Efectivo en cada período n .

I_0 = Valor de la inversión inicial.

n = Número de años.

k = Costo Promedio Ponderado de Capital

Criterios de decisión con respecto a la inversión a realizar:

- Si el VAN es mayor que \$0 dólares, se acepta.
- Si el VAN es menor que \$0 dólares, se rechaza.
- Si el VAN es igual que \$0 dólares, indica que es indiferente la respectiva ejecución.

Un Valor Actual Neto positivo significa que el proyecto obtendrá un rendimiento mayor con respecto a su costo de capital; por lo tanto, será factible y generará excedentes o utilidad para los accionistas. En cambio, si es negativo expresa que los desembolsos realizados no lograrán cubrir la inversión y no cumplirán las expectativas de los inversionistas.

3.3.2. TASA INTERNA DE RETORNO

“Es la tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos de efectivo (positivos) sea igual al de la inversión (negativos)”³⁸; es decir que al descontar todas las entradas de dinero hasta el momento cero, tendrán un monto equivalente al desembolso inicial. La fórmula que permite calcularla es la siguiente:

$$\sum_{t=1}^n \frac{FE_n}{(1+t)^n} = I_0$$

Dónde:

³⁸ Marín, Nicolás y Otros. Evaluación de Inversiones Estratégicas. Primera Edición. Editorial LID 2014, Colombia. Pág. 35.

t= Tasa Interna de Retorno

FEn= Flujos de efectivo al año n

Io= Inversión inicial

n= Número de años

Criterios de decisión con respecto a la inversión:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital exigido, se acepta.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza.

El fundamento de este método se basa en que solamente interesa realizar aquellos proyectos cuya Tasa Interna de Retorno sea mayor que la tasa de costo de oportunidad o de capital, debido que el valor resultante supone un sobrante o excedente después de recuperar los fondos invertidos los cuales se acumulan para los aportadores del dinero.

ii. INVERSIÓN

Concluida la evaluación y análisis en la fase de pre-factibilidad, se procede a diseñar y materializar físicamente el proyecto que, hasta ese momento se encuentra a nivel de documento. En consecuencia se procede a la adquisición de los activos fijos, a la construcción de la infraestructura física y a incorporar los demás requerimientos que se establecieron en lo planificado.

iii. OPERACIÓN

Se compone de la realización de la unidad productiva instalada, es decir, la puesta en marcha del proyecto, donde se cuentan con las condiciones para iniciar la etapa de producción del bien o servicio y se concretan los objetivos para los que fue estimada la inversión.

CAPÍTULO II: “DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE PROLINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V. PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL EN EL MUNICIPIO DE SANTA TECLA, DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD.”

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A. ANTECEDENTES

Pro-Lingua Asociados S.A de C.V. fue fundada en el año 2000, con la finalidad de brindarle a la población salvadoreña de la zona central del país la enseñanza del idioma inglés, garantizando calidad y excelencia académica, con el objetivo principal de formar estudiantes mediante una preparación académica complementaria a fin de que se adapten a las nuevas exigencias empresariales y educativas, además de brindar a los clientes la ventaja de acceder a un sistema de cancelación de cuotas por módulo de estudio. Su mezcla de servicios desde el inicio de operaciones ha estado compuesta por cuatro programas diferentes: el día sábado para infantes de 7 a 11 años de edad, adolescentes de 12 a 17 y adultos de 18 en adelante, y de forma adicional el intensivo (para adultos) impartido de lunes a jueves.

Los niveles de matrícula de Pro-Lingua Asociados S.A de C.V. se han visto favorecidos porque en El Salvador el poseer conocimientos de un segundo idioma como lo es el inglés, se ha vuelto una herramienta vital para las competencias profesionales, principalmente para los que buscan superación con puestos de trabajos en los cuales obtener una mayor remuneración económica; por lo que tradicionalmente esta empresa ha enfocado sus programas hacia sectores económicos de la población de clase media como una alternativa para clientes que no tienen acceso a centros de enseñanza que requieren y demandan un alto nivel de inversión monetaria o sea que sus servicios han estado orientados a personas que cuentan con “ingresos entre \$10 a \$50 diarios”³⁹.

³⁹ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2016. Perfil de Estratos Sociales en América Latina: Pobres, Vulnerables y Clases Medias. Recuperado de http://www.sv.undp.org/content/el_salvador/es/home/library/poverty/perfil-de-estratos-sociales-en-america-latina--pobres--vulnerabl

Tomando en cuenta lo anterior, la institución planea incrementar la ampliación de sus servicios, con la construcción de una sucursal de veinte aulas con una capacidad de atender a un aproximado de quince a veinte estudiantes por cada grupo de clase. El proyecto de inversión lo planifica llevar a cabo en la ciudad de Santa Tecla, departamento de La Libertad. Por esta razón, el presidente de la Junta Directiva de dicha institución educativa manifestó que necesita de especialistas para que desarrollen el estudio de factibilidad que permita la creación de la sucursal descrita, mediante la cual se atienda a la población que tradicionalmente se ha cubierto y que a la vez contribuya al crecimiento y expansión de la empresa, que dicho estudio aporte diversos escenarios de operación para que se adapte a las situaciones cambiantes del entorno económico, político y social del país facilitando la identificación de las variables trascendentales que tiendan a impactar negativa o positivamente en los resultados planificados.

B. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿En qué medida un estudio de factibilidad, contribuirá a la apertura de una sucursal para Pro-Lingua Asociados S.A de C.V. en el municipio de Santa Tecla departamento de La Libertad?

C. IMPORTANCIA

El inglés representa una herramienta esencial para los que buscan mejorar la calidad de vida por medio de su carrera profesional. Por dicha razón, la demanda por el aprendizaje de una segunda lengua se ha acrecentado en El Salvador, dando como resultado que las personas se esfuercen por acceder a centros de enseñanza donde se les proporcione la facilidad de comprender, escribir y hablar un segundo idioma además del español. En consecuencia a esta situación, Pro-Lingua Asociados S.A de C.V. planifica operar una sucursal en el municipio antes mencionado con la finalidad de dar cobertura a la población demandante del servicio descrito, que sea accesible por la ubicación geográfica a personas con problemas de transporte y que además dispongan de la alternativa de un centro de enseñanza de idioma inglés con cuotas al alcance de sus respectivos niveles de ingreso o sea que no disponen de la opción de matricularse en una institución que requiera de una mayor inversión monetaria.

D. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

i. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un diagnóstico de la situación actual que permita conocer los beneficios y limitantes que presenta la apertura de la sucursal de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. en el municipio de Santa Tecla, Departamento de La Libertad.

ii. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la existencia de demanda insatisfecha que cumpla con los requisitos para considerarse como segmento de mercado.
- Indagar sobre la operatividad de las instituciones enfocadas a la enseñanza del idioma inglés en la localidad bajo estudio, a fin de evaluar si se acepta o se rechaza la apertura de la sucursal.
- Realizar un estudio que muestre la necesidad de recursos humanos, monetarios, ubicación y tamaño de la infraestructura física, mobiliario y equipo, entre otros, que justifiquen la formulación del proyecto de inversión a proponer.

II. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

A. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la indagación se empleó el método científico, el cual se define como “una herramienta de investigación cuyo objetivo es resolver las preguntas formuladas mediante un trabajo sistemático y, en este sentido, comprobar la veracidad o falsedad de un estudio”⁴⁰.

⁴⁰ *Significado de Método Científico: Qué es un Método Científico.* Recuperado de <http://www.significados.com/metodo-cientifico/>

Para explicar la naturaleza y fenómeno del proyecto de inversión se desarrollaron los siguientes tipos de métodos auxiliares científicos:

i. ANÁLISIS

“Es un procedimiento mental mediante el cual un todo complejo se descompone en sus diversas partes y cualidades. Permite la división del todo en sus múltiples relaciones y componentes”⁴¹.

Por lo que se procedió a la separación y al examen de los diversos componentes del proyecto como lo es el estudio de mercado, donde se identificaron tanto la competencia como las personas que demandan el servicio que se planifica proporcionar; el técnico, donde se establecieron los planes de operación, la ubicación estratégica de la sucursal y la capacidad a instalar, y el económico donde se incluyeron las proyecciones de los flujos de efectivo, el financiamiento con sus respectivos costos y la inversión inicial, que en su conjunto conformaron elementos claves para la determinación y evaluación de la respectiva rentabilidad a obtener

ii. SÍNTESIS

“Establece mentalmente la unión entre las partes previamente separadas y posibilita descubrir las relaciones esenciales y características generales entre ellas”⁴². Se utilizó la síntesis porque se procedió a relacionar los diferentes componentes detallados en el análisis y de esta forma se identificaron los beneficios y limitantes de la apertura de la sucursal de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. y como resultado se obtuvieron las herramientas financieras necesarias que sirvieron de base para tomar la decisión sobre la ejecución o rechazo del proyecto a proponer.

⁴¹ Hernández Meléndrez, Edelsys. *Metodología de la Investigación: Cómo Escribir una Tesis*, 2006. Pág. 34. Recuperado de http://biblioteca.ucv.cl/site/servicios/documentos/como_escribir_tesis.pdf

⁴² Hernández Meléndrez, Edelsys, Op. Cit. Pág. 34.

B. TIPO DE INVESTIGACIÓN

i. CORRELACIONAL

“Tipo de investigación social que mide el grado de relación que existe entre dos o más variables, en un contexto en particular”⁴³; es decir que este tipo de estudio mide el accionar de un elemento debido al efecto que le ocasiona el comportamiento de otro.

Lo anteriormente expresado indica que se determinó cómo un estudio de factibilidad facilitaría la apertura de una sucursal de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. en el municipio de Santa Tecla, Departamento de La Libertad.

C. TIPOS DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

i. NO EXPERIMENTAL

Se definen como los “estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”⁴⁴. Es decir, que los instrumentos a utilizar no modifican la variable independiente; ni mucho menos en los cambios que sufra la dependiente.

Mediante este tipo de diseño se evaluó si la propuesta de un estudio de factibilidad contribuirá a la apertura de una sucursal de un centro de enseñanza de idioma inglés para Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V., que se planifica ubicarla en el municipio de Santa Tecla, Departamento de La Libertad, proyecto que beneficiará a personas que debido a sus respectivos niveles de ingreso no disponen de la opción de matricularse en una institución que requiera una mayor inversión.

⁴³ Sampieri Hernández, Roberto. Metodología de la Investigación, Editorial McGraw-Hill, Sexta Edición, México. 2014. Página 93

⁴⁴ Sampieri Hernández, Roberto, Op. Cit. Pág. 92

D. FUENTES DE INFORMACIÓN

i. FUENTES PRIMARIAS

Se obtuvieron los datos a partir de encuestas aplicadas a los individuos involucrados y beneficiados directamente con el proyecto de inversión. En primer lugar, “la Población Ocupada, mayor de 18 años de edad, perteneciente al sector económico de clase media, residente en el Municipio de Santa Tecla y que devengue como mínimo un salario de \$350.00 dólares mensuales en adelante”⁴⁵, ya que se parte del supuesto de que las personas con ese nivel salarial pueden costearse estudios complementarios de especialización en un segundo idioma. En segundo lugar, a los administradores de los centros de enseñanza del idioma inglés ubicados en el municipio de Santa Tecla. Por último, se realizó una entrevista a la Vice-Presidenta de la Junta Directiva de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. para conocer las expectativas acerca del manejo de la institución y sus respectivos planes de ampliación de operaciones

ii. FUENTES SECUNDARIAS

Se recopiló información por medio de publicaciones de instituciones especializadas, libros, páginas web, leyes, entre otros, referentes a la evaluación y formulación de proyectos de inversión.

E. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

i. OBSERVACIÓN DIRECTA

Se llevó a cabo con la finalidad de recolectar información sobre las diferentes Instituciones que representan una posible competencia a la sucursal que se planifica operar, de esta manera se pudo obtener un conocimiento sobre las instalaciones, la forma en que ellos brindan sus servicios a los clientes y como estos últimos lo perciben.

⁴⁵ Según el PNUD “La población de Clase Media en América Latina es la que tiene un ingreso de \$10 a \$50 dólares diarios, es decir de \$300 a \$1500 dólares mensuales”. Recuperado de http://www.sv.undp.org/content/el_salvador/es/home/library/poverty/perfil-de-estratos-sociales-en-america-latina--pobres--vulnerabl.html

ii. ENTREVISTA

Realizada a la Vice-Presidenta de la Junta Directiva de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. con la finalidad de conocer datos relevantes sobre la situación actual, así como su experiencia en función del manejo de centros de enseñanza de idioma inglés y las expectativas que poseen con respecto a la elaboración del proyecto. Se llevó a cabo por medio de un instrumento llamado guía de entrevista de tipo estructurada, que contenía una serie de preguntas abiertas.

iii. ENCUESTA

Se aplicaron a dos tipos diferentes de universos, el primero compuesto por la población ocupada mayor de 18 años de edad, que devenga un salario mínimo de \$350 dólares mensuales y que cumpliera también las características mencionadas en el apartado de “Fuentes Primarias” de información. El segundo integrado por los administradores de los Centros de Estudios del idioma inglés que se encuentran ubicados en el municipio de Santa Tecla. En cada uno de los universos mencionados se implementaron como instrumento de recolección de datos un cuestionario que incluyeron preguntas abiertas, cerradas y de opción múltiple.+

|||

F. UNIDADES DE ANÁLISIS

Estuvo conformada primeramente, por la Población Ocupada de Clase Media que reside en el Municipio de Santa Tecla y que reuniera los requisitos mencionados en el apartado de FUENTES PRIMARIAS, y en segundo término por los administradores de Instituciones de enseñanza del idioma Ingles en el área geográfica objeto de estudio.

G. ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN

El desarrollo de la indagación se realizó en la Población Ocupada, mayor de 18 años de edad, perteneciente al sector económico de clase media y a los directores de las Instituciones de enseñanza del Idioma Ingles, ambos segmentos ubicados en el municipio de Santa Tecla, Departamento de La Libertad.

H. DETERMINACIÓN DE UNIVERSO

UNIVERSO No. 1: Población Ocupada de Clase Media en el Municipio de Santa Tecla

Estuvo compuesto por la población ocupada que según los datos proporcionados por la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples, se estimó para el año 2014 un promedio de 8,731 personas (Ver Anexo N° 2) dentro de la localidad en indagación, que se categorizan como clientes potenciales de este tipo de servicios, ya que su nivel de ingresos no les permite matricularse en una institución que requiere de una mayor inversión monetaria.

UNIVERSO No. 2: Administradores de Instituciones de enseñanza del idioma Ingles en el Municipio de Santa Tecla

Estuvo conformado por las tres únicas Instituciones que brindan servicios de enseñanza del idioma ingles en el municipio de Santa Tecla, las cuales son descritas en el cuadro No. 8:

CUADRO N°8. INSTITUCIONES DE ENSEÑANZA DE IDIOMA INGLÉS EN EL MUNICIPIO DE SANTA TECLA

Nombre Comercial	Dirección	Municipio
ASK ACADEMY	Colonia. Quezaltepec Pasaje 7 No 16	Santa Tecla
CENTRO DE IDIOMAS	Colonia Quezaltepec Calle Real No 28	Santa Tecla
EDUCLASE	Residencial Jardines de Merliot Calle Libertad No 17	Santa Tecla

Fuente: Obtenido de *directorio de empresas Dirección General de Estadísticas y Censos (Digestyc) 2012.*

I. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

UNIVERSO No. 1: POBLACIÓN OCUPADA CLASE MEDIA EN EL MUNICIPIO DE SANTA TECLA

Para la determinación de la muestra se utilizó la fórmula de la población finita debido que los elementos a estudiar no sobrepasan a los diez mil; es decir que en el municipio de Santa Tecla habita un aproximado de Población Ocupada, según las características del presente estudio, que no sobrepasa las 8,731 personas (Ver Anexo N°2), cálculo que se presenta a continuación:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{e^2(N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

Z= es una constante que depende del nivel de confianza que se asigna. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean ciertos.

e= Error muestra deseado. Es la diferencia entre el resultado de la muestra y el que se obtendría del total de la población y suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

P= es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio.

Q= es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es 1-p.

DESARROLLO DEL CÁLCULO:

Para obtener la muestra en la fórmula anteriormente descrita, se procedió de la manera siguiente:

$$Z = 1.96$$

$$N = 8,731$$

$$e = 9\%$$

$$P = 60\%$$

$$Q = 40\%$$

El valor que se le dio a la probabilidad de éxito (P) y a la probabilidad de fracaso (Q) se debió que como se mencionó en apartados anteriores, el municipio de Santa Tecla es una de las ciudades con mayor auge económico donde se encuentran centros comerciales, restaurantes y hoteles entre otros, además de un alto número de escuelas de enseñanza básica, media y superior, ósea que tiene una población que vive la necesidad de aprender un segundo idioma para obtener mejores oportunidades laborales; todo lo anterior lo confirma el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2015-2018 desarrollado por la alcaldía municipal de Santa Tecla, que expresa en el apartado “Resultados del Índice de Desarrollo Humano (IDH): en el informe del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo de 2015, que declara que Santa Tecla se encuentra en la posición número 4 de las ciudades más desarrolladas de toda la República de El Salvador”⁴⁶.

$$n = \frac{(1.96)^2(8731)(0.6)(0.4)}{(0.09)^2(8731) + (1.96)^2(0.6)(0.4)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(8731)(0.6)(0.4)}{(0.0081)(8730) + (3.8416)(0.6)(0.4)}$$

$$n = \frac{8,049.84}{71.548584}$$

$$n = 113 \text{ Personas}$$

⁴⁶ Plan Estratégico Institucional (PEI) 2015-2018 en el municipio de Santa Tecla. Pág. 20 Recuperada de <http://santatecla.gob.sv/transparencia/documentos/PEI2015-2018-AMST1919.pdf>

UNIVERSO No. 2: MUESTRA DE ADMINISTRADORES DE INSTITUCIONES DE ENSEÑANZA DEL IDIOMA INGLÉS EN EL MUNICIPIO DE SANTA TECLA

Para el presente universo, debido al limitado número de sus integrantes, que en total son tres negocios no se procedió al cálculo de una muestra, sino que se realizó un censo.

J. TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

El procedimiento a seguir una vez recopilada la información de las encuestas fue la de agrupar los datos obtenidos de forma sistematizada a través de medios informáticos como Excel del paquete de Microsoft Office, representando los resultados en tablas de frecuencia absolutas y relativas, incluyendo el objetivo de la pregunta y el respectivo análisis de las respuestas con su gráfica. Con los datos obtenidos de la entrevista se presentó un resumen donde se detalló cada pregunta realizada con el resultado logrado. Todo lo anterior permitió formular conclusiones y recomendaciones que sustentaron el diagnóstico que sirvió de fundamento para realizar el estudio de factibilidad de la apertura de la sucursal de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. en el Municipio de Santa Tecla, Departamento de La Libertad.

K. ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN

- La realización de la investigación permitirá elaborar un estudio de factibilidad para la apertura de un centro de enseñanza del idioma inglés con el cual Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. identificará los beneficios y limitantes en la ejecución del proyecto de inversión.
- La indagación permitirá conocer el nivel de aceptación o rechazo por parte de los posibles usuarios con respecto a la apertura del centro de enseñanza de idioma inglés que se planifica operar.
- Se determinarán los aspectos relevantes que los usuarios esperan que brinde una academia de inglés para tener interés en matricularse.
- Se proporcionará una alternativa de aprendizaje del idioma inglés a las personas que disponen de un nivel de ingreso que no les permite matricularse en

instituciones que requieren de una mayor inversión monetaria y que necesitan mejorar sus competencias profesionales para acceder a mejores oportunidades laborales.

L. LIMITANTES DE LA INVESTIGACIÓN

- Durante la visita a las academias de inglés detalladas en el Directorio de Empresas de la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC) 2011 – 2012, se encontró que dos de estas ya no operan dentro del municipio de Santa Tecla; por lo tanto ya no se realizó una encuesta a las tres que habían sido identificadas, sino una entrevista a la única institución que ha quedado operando la cual es EDUCLASE.
- Se tuvo la necesidad de desplazarse a diferentes puntos considerados como los más visitados del municipio, pero no todos los habitantes estaban dispuestos a brindar información debido al tiempo limitado que disponían.

III. DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

ANEXO 3: Encuesta dirigida a la Población Ocupada Clase Media de Santa Tecla.

ANEXO 4: Entrevista dirigida a Gerente Comercial de EDUCLASE.

ANEXO 5: Entrevista dirigida a Vicepresidenta de Junta Directiva de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V.

A. SEGMENTO DE MERCADO

i. ASPECTOS GENERALES

Del total de los encuestados, el 32% se encuentran entre los 30 a 41 años de edad, el 30% de 42 a 53, el 23% de 18 a 29, el 14% de 54 a 65 y el 1% con 66 o más, población que se ha tomado en consideración para el presente estudio, ya que se parte del supuesto que entre esos rangos de edades, por lo general, las personas están desempeñando una

actividad laboral en diversas actividades económicas, y que por lo tanto experimentan la necesidad de aprender un segundo idioma como lo es el inglés para el desarrollo de las competencias laborales y aprovechar mejores oportunidades de trabajo; y de los cuales el 56% pertenecen al género masculino y un 44% al femenino, datos que reflejan que los clientes potenciales están constituidos por personas de ambos sexos y que experimentan la necesidad de una superación personal mediante el aprendizaje de dicha lengua (Ver Anexo 3 Pregunta N°1 y N°2).

ii. NIVEL DE INGRESO

Del total de los consultados, el 53% devenga un promedio de ingresos mensuales de \$350.00 a \$599.00 dólares, un 24% es mayor a los \$850.00 y un 23% de \$600.00 a \$849.00. Esta información confirma que en el municipio de Santa Tecla existe una población ocupada categorizada como de clase media; que según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) es aquella que percibe ingresos superiores a \$300.00 dólares mensuales, pero que para el presente estudio se ha enfocado a los que obtienen un salario mayor a los \$350.00 dólares, es decir, que por devengar un nivel de sueldo mayor al mínimo establecido por el gobierno, desempeñan un tipo de labores donde con mayor frecuencia experimentan la necesidad de aprender un segundo idioma como lo es el inglés para desarrollar mejores competencias profesionales. El criterio descrito se fundamentó en que ambas instituciones consideran que el perfil que los estudiantes deben reunir para asistir a la institución además de ser mayores a los 18 años es que cuenten con un trabajo fijo en el cual devenguen un salario mayor al mínimo (Anexo 3 Pregunta N° 3, Anexo 4 Pregunta 2, Anexo 5 Pregunta 2).

iii. NECESIDAD DEL IDIOMA INGLÉS

El 100% de los encuestados afirmaron que tener conocimientos sobre un segundo idioma es de gran importancia, y al mencionar la razón de la relevancia, el 64% dijo que por fines laborales, el 19% indicó que el ser bilingüe es una herramienta de vital importancia para conformar las competencias profesionales y un 10% les resulta conveniente porque así pueden mantener una buena comunicación con proveedores y clientes extranjeros; finalmente los porcentajes restantes y que son menores declararon

que son otras causas las que les motivan tal aprendizaje, de esta forma el 4% aclaró que aprenderlo contribuye a conocer más sobre otras culturas; un 3% porque le facilita la comunicación con otras personas cuando deciden realizar turismo y el 2% considera que sería de utilidad para obtener becas de estudio en el extranjero. Lo mencionado corrobora primordialmente que la población que devenga un salario mayor de \$350.00 dólares mensuales percibe la necesidad de aprender un segundo idioma para obtener una plaza de trabajo con mejores oportunidades de ingreso. Dicha opinión fue compartida por la Gerente Comercial de EDUCLASE y por la Vicepresidenta de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. quienes expresaron también que las personas se ven motivadas a aprender el Inglés porque les permite estar mejor calificadas en las áreas de trabajo que desempeñan, lo que confirma la existencia de clientes potenciales que la institución objeto de estudio puede atender con la sucursal que planifica operar en el municipio de Santa Tecla (Ver Anexo 3 Pregunta N° 4, Anexo 4 Pregunta 1, Anexo 5 Pregunta 1).

iv. SEGMENTO MENORES DE EDAD

El 69% de los indagados afirmaron que tienen hijos mayores de siete años de edad y un 31% que carecen de ellos. En forma adicional, de los primeros mencionados, el 87% respondió que están interesados que dichos infantes aprendan el idioma inglés. Mediante esta información se identificó que el Municipio de Santa Tecla además de poseer población adulta interesada en instruirse en dicha lengua para incrementar sus competencias profesionales y con la capacidad económica para costearlo, existe otro segmento de mercado a considerar, el cual Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. puede cubrir por medio de la oferta educativa de sus programas tanto para niños mayores de siete años de edad como para adolescentes, además de promover servicios adicionales como Cursos de Verano donde se dé a conocer la metodología de enseñanza de la institución. Para tal situación, tanto la Gerente de EDUCLASE como la Vicepresidenta de Pro-Lingua comentaron que para considerarse el perfil de un menor de edad este debe previamente poder leer y escribir, además que sus padres deben contar con un nivel salarial mayor al mínimo para costear los servicios de enseñanza del Idioma Inglés (Anexo 3 Pregunta N°22 y N°23; Anexo 4 Pregunta N°3; Anexo 5 Pregunta N°3).

B. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

i. FORMACIÓN DE LA POBLACIÓN EN EL IDIOMA INGLÉS

Del total de los interrogados, el 53% afirmó que no tienen alguna formación en el idioma inglés, dato que representa a la población que se considera como un mercado potencial de la nueva sucursal que Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. planifica operar y que puede cubrir con sus programas de nivel Básico a fin de introducirlos al aprendizaje de dicho lenguaje para posteriormente aplicarlos al Intermedio y finalmente al Avanzado. Por otra parte un 47% aseguró haber recibido cursos en una academia especializada, mercado que se puede cubrir identificando el nivel de formación que poseen para ubicarlos en la categoría superior que les correspondan (Anexo 3 Pregunta N° 5).

ii. PERSONAS CON ESPECIALIZACIÓN PREVIA EN EL IDIOMA INGLÉS

Con base a lo anterior, el 76% de los que dijeron que tienen conocimientos previos en el Idioma Inglés afirmaron que no lo dominan completamente, ya que el 36% de estos declaró que han cursado el nivel básico y un 40% el intermedio; situación que permite conocer la existencia de una población que presenta la necesidad de dar continuidad y seguimiento a los niveles superiores respectivos; y por último, el 24% restante describió que cuentan con un grado avanzado en dicha formación, dato que servirá de fundamento para diseñarles una oferta educativa por medio de servicios adicionales como el Club de Conversación, Tutorías, Acceso a Centros de Computación, todo con la finalidad de que el proyecto de operar una agencia en Santa Tecla sea rentable (Anexo 3 Pregunta N° 6).

En el mismo sentido, de las personas que respondieron recibir una formación previa en el Idioma Inglés, el 53% manifestó que han realizado cursos en la modalidad de adultos, el 22% en el programa intensivo, el 19% en la etapa de adolescentes, el 4% hizo mención que sus estudios habían sido realizados como carrera universitaria y el 2% restantes en el área infantil. Datos que fueron corroborados por la vicepresidenta de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. quien declaró que el programa que contiene una mayor

cantidad de número de estudiantes es el intensivo por la cantidad de días que se cubren; mientras que la Gerente Comercial de EDUCLASE expresó que los programas más demandados son los de niños y adolescentes los días sábado. Información que servirá de base para que la sucursal que Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. planifica operar pueda enfocarse principalmente en los niveles para adultos e intensivos debido que son las categorías que presentan una mayor demanda; así también realizar un plan promocional para hacer énfasis en los programas destinados a los menores de edad, que según opinión de los clientes son los que mantienen una baja demanda, situación que se verá reflejada en el estudio de mercado del proyecto de inversión a diseñar (Anexo 3 Pregunta N° 7, Anexo 4 Pregunta N° 5, Anexo 5 Pregunta N° 4).

De los que dijeron que han recibido formación en una academia especializada, el 26% consideraron que necesitan dominar la parte verbal porque presentan dificultad en la pronunciación, el 25% indicaron que la forma escrita es una de las áreas que necesitan mejorar para formar una correcta estructura gramatical, el 21% determinó que su limitante principal consiste en la comprensión del idioma porque existe una interferencia debido a la forma en cómo se estructuran las frases y los párrafos de un lenguaje con respecto al otro, y finalmente el 34% restante, aseguró que necesitan desarrollar todos los aspectos esenciales detallados anteriormente, situación que se verá aprovechada para diseñar la oferta educativa a promover mediante el proyecto de inversión proponiendo programas de enseñanza de acuerdo al área que necesitan reforzar los investigados que ya cursaron un determinado nivel (Anexo 3 Pregunta N° 8).

De los interrogados que afirmaron que ya han asistido a una academia de enseñanza del Idioma Inglés, el 60% aseguró que no completaron sus estudios y el 40% confirmaron que finalizaron la modalidad en la que se encontraban inscritos. De las personas que no culminaron sus estudios, el 56% mencionó que la causa que ocasionó tal situación fueron los horarios inaccesibles que coincidían con sus jornadas de trabajo o estudios superiores; el 13% los altos costos de matrícula y escolaridad que tenían que incurrir, así como el elevado valor de los materiales didácticos que debían adquirir como apoyo al respectivo plan de estudios; el 6% debido a la dificultad de transporte personal, y el 25% restante declaró una serie de razones, siendo en su mayor parte los motivos

personales, falta de interés en aprenderlo y por la deficiencia del docente en la metodología a la hora de impartir las clases. Todo lo mencionado anteriormente indica que al establecer una sucursal, Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. debe aprovechar que la mayoría de los encuestados no finalizó la modalidad en que estaban inscritos, diseñando un plan promocional que motive a las personas a continuar con su aprendizaje en el idioma; además debe priorizar en abrir grupos de clase con horarios flexibles para los que trabajan, accesibilidad geográfica para los que tienen problemas de transporte y que en forma adicional, el centro de enseñanza debe ofrecer cuotas al alcance de acuerdo a los niveles de ingreso de los posibles estudiantes (Anexo 3 Pregunta N° 9 y N° 10).

iii. PERSONAS SIN ESPECIALIZACIÓN EN EL IDIOMA INGLÉS

El segundo grupo de personas, se conforma por aquellos que no han recibido formación especializada del idioma inglés, manifestando el 48%, que una de las razones principales han sido los altos costos de la matrícula y escolaridad que exigen en la duración del programa en el que se inscriben además de incurrir en la inversión adicional de libros requeridos en los diferentes módulos. Por otra parte, el 38%, expresó que los horarios que les han ofrecido son incompatibles con su respectivo tiempo disponible; no obstante, el 12%, diversificó sus motivos expresando que las razones fueron por falta de motivación e interés que han tenido en conocer sobre este idioma y el 8% declaró que se ha debido a las dificultades de transporte personal. Datos que se considerarán a fin de completar el diseño del estudio de mercado y el de ubicación geográfica del estudio de factibilidad que se planifican realizar (Anexo 3 Pregunta N° 12).

iv. POBLACIÓN INTERESADA EN RETOMAR O INICIAR EL APRENDIZAJE DEL IDIOMA INGLÉS

Del total de los consultados que han recibido cursos en el idioma inglés, el 96% declaró que están interesados en terminar o reforzar sus estudios y un 4% no pretende continuarlos; datos que demuestran que la mayoría de la población no se encuentra satisfecha con la formación que obtuvieron y por lo tanto respalda, que a pesar de haber realizado estudios previos en diferentes instituciones enfrentan la necesidad de reforzar las áreas en las que presentan deficiencias y están dispuestos a realizarlo. En el mismo

sentido, las personas que no han asistido a una institución especializada, el 87% aclaró que están dispuestos a formarse en dicha lengua debido que es un requisito primordial para aspirar a mayores oportunidades de trabajo, siendo además una herramienta fundamental para interactuar con otras personas; mientras que el 13% restante expresó que no están interesados por aprenderlo, situación que demuestra que existe un mercado potencial entre los que han recibido formación previa como los que no la han efectuado; por lo que en el estudio de mercado del proyecto a diseñar deberán enfocarse con un programa publicitario y servicios educativos que se distingan de los ofertados por la competencia a fin de motivarlos a tomar la decisión de inscribirse según la situación personal que les corresponda (Anexo 3 Pregunta N° 11 y N° 13).

C. ANÁLISIS DE LA OFERTA

i. INSTITUCIONES DE ENSEÑANZA DEL IDIOMA INGLÉS

De los encuestados, al interrogarlos sobre que instituciones identifican como centros especializados en la enseñanza del idioma inglés, el 86% aclaró que conocen la Academia Europea, el 73% al Instituto Tecnológico Centroamericano (ITCA), el 49% al Centro Cultural y un 25% a Pro-Lingua Institute; no obstante otros indagados (4%) afirmaron que desconocen la existencia en específico de alguna academia especializada en la enseñanza del idioma inglés, y en proporciones menores el resto de indagados afirmaron que entre los centros que conocen están en un 5% EDUCLASE, en un 3% SPEAK y un 2% PASSPORT. Esto refleja que la población posee un mayor conocimiento sobre la competencia que sobre Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V., debido a que no se ha realizado diversos tipos de incentivos para promover los servicios que se ofrecen, tanto para aquellas personas que deseen reforzar la práctica en el idioma inglés en las áreas que lo necesiten, como los que tengan interés en aprenderlo desde sus niveles básicos (Anexo 3 Pregunta N° 24).

ii. CARACTERÍSTICAS DE INSTITUCIONES DE ENSEÑANZA DE IDIOMA INGLÉS

El 59% de las personas encuestadas, esperan que las academias se distingan por mantener horarios que se adapten a sus necesidades, el 50% declaró que el material didáctico que se emplea sea una de las bases primordiales para su aprendizaje, el 46% que la matrícula y escolaridad sean de bajo costo, el 21% que los módulos ofertados cubran las expectativas individuales de cada alumno, el 17% la accesibilidad de transporte y finalmente el 12% opinaron que son diversos factores los que intervienen para que les resulte atractivo asistir a la institución elegida, entre los cuales mencionaron los métodos de enseñanza; la seguridad en las instalaciones y la ubicación geográfica. Los datos corroboran que las personas requieren horarios de clase flexibles, ya que por el tipo de labores que desempeñan se les dificulta en ciertas jornadas asistir a clases. Por otra parte, la Gerente Comercial de EDUCLASE opinó que las personas eligen a las academias con base a sus bajos precios, instalaciones adecuadas y la calidad de enseñanza aspectos que manifestó cumple la institución que dirige, y la Vicepresidenta de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. complementó que para lograr interés en el estudiante, se necesita de personal docente que posea formación especializada y pedagógica; es decir, que no solamente domine el idioma inglés, sino que tenga aspectos metodológicos para enseñarlo (Anexo 3 Pregunta N° 27, Anexo 4 Pregunta N° 13 y 14, Anexo 5 Pregunta N° 16 y 17).

Con respecto al número de estudiantes a matricular por módulo, la Gerente Comercial de EDUCLASE mencionó que se inscriben de 11 de a 15 alumnos por grupos de clase; en cambio la Vicepresidenta de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. comentó que el mínimo de personas por aula son de 15 a un máximo de 20 (Ver Anexo 4 Pregunta N° 8, Anexo 5 Pregunta N° 6).

Ninguna de las dos academias aplican una cuota diferencial a los estudiantes que lo solicitaran con base a resultados de un estudio socio-económico porque para EDUCLASE los precios son estandarizados y para Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V.

no lo ha considerado en su planificación (Ver Anexo 4 Pregunta N° 10 y Anexo 5 Pregunta N° 18 y 19).

D. MEZCLA DE MERCADO

i. PRODUCTO

a. ÁREAS DE IMPLEMENTACIÓN

De los encuestados que se encuentran interesados en retomar o dar inicio con su formación en la enseñanza del idioma inglés, el 76% manifestó que la causa que lo motiva es su propio desarrollo profesional a fin de acceder a nuevas plazas de trabajo donde se requiere de este tipo de conocimientos especializados, en tanto el 18% para comunicarse con otras personas, el 17% con fines académicos ya que teniendo el conocimiento y dominio de otro idioma pueden aspirar a becas de estudio en el extranjero y finalmente el 9% restante para adquirir nuevos conocimientos a nivel general, lo que confirma la existencia de clientes potenciales que la institución puede atender con la sucursal que planifica operar en el municipio de Santa Tecla (Anexo 3 Pregunta N° 14).

b. HORARIOS SOLICITADOS

Con relación al grupo anterior, el 48% consideró que el horario nocturno les resulta más factible para asistir a una institución de enseñanza de idioma inglés, debido que la mayoría cuentan con jornadas laborales que les imposibilita realizar otras actividades, mientras que el 31% prefirió optar por un horario matutino puesto que poseen tiempo disponible para asistir a clase y posteriormente realizar sus obligaciones; y el 21% restante, un horario vespertino. Según la academia EDUCLASE los horarios más solicitados por los estudiantes son los matutinos en Sábados y Domingos; por el contrario, la Vicepresidenta de Pro-Lingua afirmó que los cursos de mañana y la noche de Lunes a Jueves son más demandados. Es por ello que, Pro-Lingua Asociados S.A de C.V. deberá considerar que las personas requieren la oferta académica principalmente de horarios durante la mañana y la noche porque les permiten llevar a cabo de manera simultánea sus labores junto con los estudios especializados; además deberá promover la inscripción a los módulos ofertados en

jornadas de la tarde por medio de promociones o servicios adicionales, ya que son grupos que se observan con una baja demanda en comparación con los otros dos (Anexo 3 Pregunta N° 17, Anexo 4 Pregunta 6 y 7, Anexo 5 Pregunta 5).

c. SERVICIO ADICIONAL DE TRANSPORTE

El 56% de los usuarios interesados en retomar o iniciar con el estudio del idioma inglés afirmó que poseen un vehículo propio, es decir que no tendrían ningún problema para trasladarse desde su domicilio o lugar de trabajo hacia la institución; mientras que el 34% manifestó que utilizarían el transporte colectivo y el 10% la vía peatonal; aunque ninguna de las dos instituciones en estudio ofrecen servicios de transporte ya que EDUCLASE lo declaró innecesario porque la mayor parte de sus clientes poseen vehículo propio y la vicepresidenta de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V afirmó que anteriormente se consideró añadirlo, pero no funcionó debido a la inconsistencia en su utilización. En la misma temática, los usuarios interesados en retomar o iniciar el estudio del idioma inglés que utilizan transporte colectivo o peatonal, el 55% manifestó que les interesa un servicio de transporte proporcionado por la institución que le permita trasladarse después de las clases hacia áreas aledañas a su zona de residencia y un 45% aseveró que no lo usarían. Esto indica que existe una cantidad proporcional de personas que consideran necesario que la institución disponga de un medio de transporte privado que les facilite el traslado cobrando un cargo adicional a la cuota por módulo, por consiguiente Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. podría optar por brindar el servicio descrito bajo la modalidad mencionada, situación que se evaluará en el estudio de mercado del proyecto de inversión a elaborar (Anexo 3 Pregunta N° 19 y N° 20, Anexo 4 Pregunta N° 15 y Anexo 5 Pregunta N° 15).

d. SERVICIOS SIN COSTO ADICIONAL

Del total de los investigados, el 57% está interesado que se ofrezcan tutorías que les permita reforzar el aprendizaje del idioma inglés sin un costo adicional, en el mismo sentido el 49% solicita que se establezcan accesos a un centro de computación y el 11% restante que se dé la implementación de exámenes de ubicación según su nivel de dominio

del idioma. Para tal situación, la Gerente Comercial de EDUCLASE manifestó que actualmente, la institución no ofrece ningún tipo de servicio que no implique un costo adicional a la cuota de escolaridad. En cambio, la Vicepresidenta de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. comentó que la academia brinda tutorías con el objetivo de ayudar a los estudiantes que no aprenden al mismo ritmo que los demás. También se realizan tutorías virtuales por Skype, pero las personas prefieren realizarlo de forma presencial. Por otro lado, los estudiantes tienen derecho al uso del centro de cómputo para recibir de dos a tres sesiones fuera de clase. Además se programan tres veces por año charlas con personas contactadas a través de la embajada de Estados Unidos de América para los niveles más altos para que los estudiantes practiquen el inglés con nativos del idioma. Lo que representa una ventaja para la agencia que se planea operar en el municipio con respecto al de la competencia, ya que al ofrecer servicios sin ningún costo permitirá incentivar a los clientes a aprender el idioma (Anexo 3 Pregunta N°28, Anexo 4 Pregunta 17, Anexo 5 Pregunta 9).

e. SERVICIOS CON COSTO ADICIONAL

Del total de encuestados, el 60% está interesado que se le ofrezca club de conversación y el 49% restante la apertura de cursos de verano con un costo adicional a lo cobrado por cada módulo. Lo que indica que las personas están dispuestas a solicitar servicios adicionales aunque esto implique un desembolso agregado a lo cancelado por los módulos de estudio. Según la representante de EDUCLASE se ofrecen tutorías, clases privadas a domicilio y clases en línea vía Skype; mientras que Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. ha promovido el club de conversación dirigido tanto a los estudiantes de niveles básicos y el avanzado, como particulares fuera de la institución que no están inscritos, clases correspondientes a los días viernes, donde se planifican temas, videos y charlas de interés de los estudiantes con un costo de \$6.00 por cada tres sesiones, conformado por grupos matutinos y vespertinos. Se encuentran también los cursos de verano en noviembre para clientes potenciales, eventos en los cuales se dan a conocer los contenidos de los módulos y los programas de la institución para luego decidir si desean integrarse de manera permanente. Información que se utilizará para estimar los ingresos, elaborar el flujo de efectivo del proyecto y del accionista a fin de aplicar los coeficientes de evaluación para determinar la

aceptabilidad o rechazo de la propuesta (Ver Anexo 3 Pregunta N° 29, Anexo 4 Pregunta 16, Anexo 5 Pregunta 10).

f. NUEVOS SERVICIOS

Los representantes de ambas instituciones manifestaron que por el momento no planifican incluir dentro de sus programas educativos, servicios que involucren un costo adicional a lo cobrado por módulo de estudio, como aquellos que no impliquen un cargo extra para los estudiantes (Ver Anexo 4 Pregunta N° 18 y 19, Anexo 5 Pregunta N° 11 y 12).

ii. PRECIO

a. ACADEMIAS DE IDIOMA INGLÉS

Según lo manifestado por los directores de ambas instituciones, el cobro de la matrícula es de \$10 anuales, aunque el monto de sus cuotas se diferencie, ya que la gerente comercial de EDUCLASE expresó que los cursos intensivos que son impartidos de Lunes a Jueves tienen un costo de \$45.00 por módulo, el de los cursos Sabatinos en la jornada matutina \$40.00 y el Vespertino \$35.00; mientras que la Vice Presidenta de la Junta Directiva de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. manifestó que cobran una cuota estandarizada para todos los programas de \$49.75 dólares por módulo. Información que se corrobora pues al interrogar a las personas que se encuentran interesadas en continuar o iniciar con sus estudios en el idioma inglés el 60% manifestó que la cuota por módulo que están dispuestos a cancelar está entre los rangos de \$25.00 a \$34.00 dólares. El 25% seleccionó de \$35.00 a \$44.00 dólares porque suponen que esto exige la mayoría de las academias. El 13% eligió de \$45.00 a \$54.00 puesto que consideran que este es el costo mínimo que las instituciones de mayor inversión solicitan por este tipo de servicio y finalmente el 2% optó por una cuota mayor a \$55.00 ya que esperan recibir un servicio de mejor calidad con maestros especializados y métodos didácticos de aprendizaje equivalente a la cantidad pagada (Ver Anexo 3 Pregunta N° 18, Anexo 4 Pregunta N° 9).

b. SERVICIO ADICIONAL DE TRANSPORTE

En forma adicional del total de interrogados que utilizarían el servicio de transporte, el 96% estaría dispuesto a cancelar un aproximado de \$30.00 a \$50.00 dólares mensuales y el 4%

restante de \$50.00 a \$75.00 dólares. Dicha información refleja una opción para Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. de brindar servicios de transporte para aquellas personas que no disponen de vehículo propio y que están dispuestos a pagar un costo adicional para trasladarse desde las instalaciones de la institución hacia un punto cercano a su residencia, variable que se incluirá en los flujos de efectivo del accionista y de la empresa a fin de evaluar si el servicio propuesto genera un valor agregado al proyecto de inversión (Ver Anexo 3 Pregunta N° 21).

iii. PLAZA

a. APERTURA DE SUCURSAL

Del total de encuestados que indicaron que les interesaría dar inicio o retomar sus estudios en el idioma inglés, el 98% se mostró favorable con la apertura de una academia especializada en este idioma en el municipio de Santa Tecla y al 2% restante le es indiferente. Dato que demuestra la factibilidad de la ubicación geográfica de las instalaciones físicas de la sucursal que Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. planifica operar, ya que como se observa cuenta con la aceptación de las personas que ya han recibido enseñanza previa además de los que nunca han recibido educación de este tipo (Ver Anexo 3 Pregunta N° 15).

Al conocer los motivos de su actual establecimiento en el municipio de Santa Tecla, la gerente comercial de EDUCLASE mencionó que lo consideraban una buena ubicación geográfica y a su vez una zona segura; por otro lado la Vice Presidenta de la Junta Directiva de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. expresó que la localización actual de la institución se planificó con el objetivo de llevar el idioma a personas de la zona donde existan variedad de colegios y estudiantes universitarios, para que tengan una mayor accesibilidad y agregó que las intenciones de establecer operaciones dentro del municipio propuesto es para poder ofrecer los servicios a otra población que por dificultad de traslado no tienen la oportunidad de acceder a ellos, asimismo de ser un lugar donde convergen diferentes puntos de la zona accidental del país y donde se concentran además de la población del municipio, personas que provienen de Lourdes, Zaragoza y que pueden ser

clientes potenciales para la institución (Ver Anexo 4 Pregunta 11, Anexo 5 Pregunta 7, 20 y 21).

Según ambas instituciones, las variables que los clientes toman en cuenta al momento de seleccionar la ubicación y las instalaciones de una academia son principalmente la accesibilidad y la comodidad que ofrecen las instalaciones con respecto a la seguridad privada para los estudiantes y una estructura que cause una buena impresión (Ver Anexo 4 Pregunta 12, Ver Anexo 5 Pregunta 8).

b. UBICACIÓN

En forma adicional el 62% de los interrogados que expresaron que están dispuestos a continuar o reiniciar con sus estudios en el idioma inglés hicieron mención que la institución propuesta debería estar ubicada cerca de centros comerciales por ser lugares estratégicos que atraen grandes cantidades de personas residentes o no del municipio, el 22% considera que debe estar aledaño a residencias porque les sería más fácil desplazarse del domicilio al establecimiento, el 11% cerca de centros escolares, con una participación del 3% y 2% en zonas recreativas centrales del municipio, respectivamente. Dicha información es un indicador que sugiere la ubicación geográfica para la sucursal que Pro-Lingua debe considerar, debido que también el sitio mencionado con mayor énfasis o sea los centros comerciales, cuentan con la facilidad de acceso de diferentes rutas de transporte de pasajeros urbanos. (Ver Anexo 3 Pregunta N° 16)

iv. PROMOCIÓN

a. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El 50% de los encuestados afirmaron que conocieron sobre servicios de las academias de idiomas inglés a través de Internet, el 27% por comerciales televisivos, el 25% por anuncios en periódicos y el 22% por hojas volantes. Además el 20% mencionaron que se informaron por medio de diversos canales como recomendaciones de amigos o allegados y por anuncios radiales. Finalmente, un 18% se notificó a través de vallas publicitarias. Información corroborada con los datos brindados por la gerente comercial de EDUCLASE que contestó que hacen uso de Internet, radio y correos electrónicos; mientras la

Vicepresidenta de Junta Directiva de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V., aseveró que se ha utilizado la prensa escrita, pero se observó que esta no ha tenido el impacto esperado, que la institución generalmente ha sido conocida por la recomendación de otros estudiantes; sin embargo se está trabajando más en redes sociales donde se ha contratado una persona encargada para dar a conocer los servicios que se ofrecen y también se entregan volantes en diferentes zonas durante épocas específicas del año (Ver Anexo 3 Pregunta 25, Anexo 4 Pregunta 20, Anexo 5 Pregunta 13).

Realizada una indagación sobre los medios de comunicación en los que el total de encuestados espera obtener información sobre los servicios de aprendizaje de idioma inglés, el 65% prefiere conocerlos más a través de Internet, un 34% en la televisión, el 16% en hojas volantes, finalmente de los porcentajes restantes le corresponde el 13% en vallas publicitarias, el 12% en periódicos y el 2% faltante por otros medios. Datos que confirman lo mencionado en el comentario anterior sobre que las redes de la web son frecuentemente visitadas para obtener más información sobre los productos y servicios que en forma específica que cada quien demanda (Ver Anexo 3 Pregunta N° 26).

b. PROMOCIONES

Al conocer si se realizan de manera frecuente promociones para captar la atención del mercado potencial, la gerente comercial de EDUCLASE mencionó que efectúan diversos tipos como cero matrícula, dos por uno, descuentos especiales, entre otros; mientras Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. mantiene principalmente el llamado “Recomendados”, en el cual se hace un descuento a la persona que se matricula por haber contribuido que otra se inscribiera, y a los que se inscriben en franjas de la tarde se les aplica un mayor descuento para cubrir los cupos en dichos horarios. También en casos especiales se tiene la potestad de ofrecer un 15% de descuento por 2 meses para el módulo, el cual puede ser extensivo según se considere necesario; además se dan becas o medias becas si la persona muestra el interés por aprender. Sin embargo, al iniciar operaciones en la sucursal se espera hacer uso de promociones especiales como: ofrecer descuentos en cuotas, anular el pago de matrícula o incluir el juego de libros a las primeras personas que se inscriban (Ver Anexo 4 Pregunta 21, Anexo 5 Pregunta 14 y 22).

IV. CONCLUSIONES

1. De acuerdo con los resultados obtenidos, la mayor parte de personas encuestadas en el Municipio de Santa Tecla objeto del presente estudio son de ambos sexos, mayores de 18 años de edad, que debido primordialmente a las actividades laborales que desempeñan requieren de servicios de aprendizaje del idioma inglés.
2. La totalidad de los consultados, debido a las funciones que desempeñan devengan ingresos mensuales superiores a \$350.00, lo que les proporciona la capacidad financiera para pagar por el aprendizaje del Idioma Inglés en instituciones como Pro-Lingua Institute, que ofrece cuotas accesibles a un mercado que no puede costearse una mayor inversión.
3. Se identificó que una alta proporción de los encuestados tienen hijos mayores de 7 años de edad y que además están interesados en que aprendan el Idioma Inglés, lo que demuestra la existencia de un segmento adicional de mercado al que se puede dar cobertura por medio de la oferta educativa de la sucursal que se planifica operar.
4. Se identificó que la mayoría de los indagados no tienen formación en el Idioma Inglés, dato que representa junto con los que han recibido una preparación al respecto, a la población que puede considerarse como un mercado potencial a la cual se puede cubrir con los programas educativos de la inversión a realizar.
5. Según datos proporcionados, existe una mayor demanda de los programas educativos para adultos e intensivos, a los cuales la sucursal de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. puede enfocarse principalmente sin descuidar los de infantes y adolescentes que son los de menor cuantía.

6. De acuerdo a las personas que han asistido a una academia especializada en el idioma inglés, en su mayoría manifestaron su interés por reforzar sus conocimientos en el aspecto verbal, escrito y comprensivo, por lo que debe aprovecharse esta oportunidad para diseñar programas de retroalimentación como un servicio extra con un cargo adicional.
7. Se comprobó que la mayoría de la población que ha realizado una formación en idioma Inglés y no la culminaron, así como los que nunca la han recibido, en conjunto declararon que las causas que motivaron tales situaciones fueron los altos costos de escolaridad, horarios inaccesibles y dificultad de transporte, entre otros; variables que se deberán considerar para diseñar la propuesta a elaborar.
8. Se determinó que una alta proporción de la población que ha recibido clases en una institución de enseñanza de idioma inglés como la que no lo ha hecho, están interesados en reforzar o iniciar el aprendizaje en dicha lengua; datos que contribuyen a sustentar la realización del proyecto de inversión en el municipio de Santa Tecla.
9. Existe un alto porcentaje de la población en el municipio de Santa Tecla que desconoce acerca de la existencia de Pro-Lingua Institute como centro de enseñanza del idioma inglés lo que representa una desventaja para la agencia planificada con respecto a la competencia que se encuentra establecida en la localidad.
10. Se confirmó lo mencionado anteriormente, ya que la mayoría de los encuestados manifestaron que las características más significativas que se consideran a nivel personal al momento de seleccionar una academia de idiomas son los horarios accesibles a sus necesidades, material didáctico de aprendizaje y bajo costo de la matrícula y escolaridad.

11. Se determinó que las personas que trabajan y que tienen interés de reforzar o iniciar con el aprendizaje del idioma inglés demandan en mayor cantidad los horarios matutinos y nocturnos, porque la mayoría cuentan con jornadas laborales que les imposibilita realizar otras actividades.
12. De acuerdo a las personas que están interesados en reforzar o iniciar el estudio del idioma inglés existe una cantidad proporcional que está en la posibilidad de trasladarse en vehículo propio a la sucursal propuesta, por lo que el proyecto a diseñar debe incluir servicio de parqueo para este segmento de mercado.
13. Conforme a los resultados obtenidos, las personas que utilizan transporte colectivo se mostraron interesados en adquirir un servicio de transporte privado con un costo extra para que les facilite el desplazamiento desde el centro de estudio hasta la cercanías de su lugar de residencia.
14. Se identificó que los usuarios están interesados que la academia brinde servicios adicionales sin cargo extra como Tutorías y Acceso a Centro de Computación que le ayude a complementar el aprendizaje del idioma inglés. Dato que se considerará para la inversión inicial y el diseño de la planta.
15. De acuerdo a la información obtenida, las personas están dispuestas a solicitar servicios adicionales con un costo extra a lo cancelado por módulo como los Clubes de Conversación y Cursos de Verano, por mencionar algunos; variables que se deben aprovechar para aumentar la cobertura de mercado y en consecuencia los flujos de efectivo.
16. Las personas que están motivadas en continuar o iniciar con sus estudios en idioma inglés manifestaron que están interesadas en la apertura en Santa Tecla de una academia especializada en dicho lenguaje, y que además se encuentre ubicada cerca de centros comerciales para aprovechar los diversos medios de transporte colectivo.

17. Se determinó que los medios de comunicación en los cuales las personas se notifican con mayor frecuencia sobre Instituciones de la enseñanza del idioma inglés y han obtenido un mejor resultado son el Internet, comerciales televisivos y hojas volantes datos que servirán a la sucursal para que realice estrategias para promocionar sus servicios.
18. Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. cuenta con una variedad de promociones que se pueden aprovechar para incrementar el interés de los clientes potenciales para aprender el idioma inglés en la agencia a operar.

V. RECOMENDACIONES

1. Se propone que la sucursal que se planifica establecer en el municipio de Santa Tecla otorgue mayor prioridad en los programas de estudios a los mayores de 18 años de edad, de ambos sexos, ya que se parte del supuesto que las personas en este rango de edades están desempeñando diversas actividades económicas, por lo que experimentan la necesidad de aprender un segundo idioma.
2. Se sugiere que se establezcan en la inversión a realizar cuotas de escolaridad que se ajusten a los usuarios que debido a su nivel de ingresos no pueden costearse sus estudios de idioma Inglés en instituciones que requieren una mayor erogación monetaria, que a la vez permita cubrir los costos operativos y generar rentabilidad en la sucursal que se planifica implementar.
3. Se propone que en la sucursal a operar se incluyan programas de enseñanza del Idioma Inglés enfocados a los infantes mayores de 7 años y adolescentes además de cursos de verano a fin de captar la atención de los clientes para que puedan conocer la metodología de enseñanza y la diversidad de servicios que se ofrecerán.

4. Se recomienda que implementen las estrategias mercadológicas propuestas en el capítulo N° 3 para incentivar la matrícula de personas tanto las que han recibido una preparación en el aprendizaje del Idioma Inglés como las que no, con la finalidad de generar flujos de efectivo y en consecuencia la recuperación del capital a aportar.
5. Se sugiere que la agencia ofrezca más grupos en las categorías para adultos e intensivos debido que son las más solicitadas, pero también enfocarse en los cursos para adolescentes y niños que representan una oportunidad para diversificar y cubrir otra clase de clientes, programas que puede dar a conocer mediante campañas promocionales.
6. Se recomienda diseñar una oferta educativa con programas académicos de refuerzo para las áreas verbal, escrita y comprensiva según las necesidades expresadas por los clientes, oportunidad que se puede aprovechar a través de los Clubes de Conversación, tutorías, por mencionar algunos; con un cargo adicional a la cuota normal por módulo.
7. Se sugiere que para la sucursal se priorice la apertura de grupos de clase con horarios flexibles para los que trabajan, además que sea accesible geográficamente para los que tienen problemas de transporte; y que en forma adicional, el centro de enseñanza de idioma inglés debe ofrecer cuotas al alcance de acuerdo a los niveles de ingreso de los posibles estudiantes.
8. Se propone diseñar un programa publicitario y servicios educativos que se distingan de los ofertados por la competencia a fin de motivar a las personas que han recibido formación previa como los que no la han efectuado para tomar la decisión de inscribirse según la situación personal que les corresponda.

9. Se recomienda, tal como se mencionó en el numeral anterior que se realice una campaña publicitaria previa a la apertura de la sucursal, brindando promociones especiales de matrícula que resulten un incentivo para que la población tenga interés en iniciar con el aprendizaje del idioma inglés o reiniciar sus conocimientos en dicha lengua.
10. Se recomienda una vez más que la sucursal que Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. planifica operar en el municipio de Santa Tecla deberá enfocarse en las necesidades expresadas por los clientes a fin que tenga el éxito comercial que toda empresa espera obtener.
11. Se propone a la sucursal brindar una mayor oferta académica principalmente en horarios matutinos y nocturnos que les permita a los estudiantes llevar a cabo de manera simultánea sus labores junto con los estudios; además de realizar un plan promocional para incentivar la inscripción a los módulos ofertados en jornadas de la tarde ya que son grupos que se observan con una baja demanda.
12. Se recomienda que se considere en el diseño de las instalaciones físicas la integración de un área donde los alumnos puedan estacionar su vehículo mientras reciben sus respectivas clases, aspecto que contribuirá a una mayor seguridad de los automotores y por consecuencia aumentará el número de matriculados.
13. Se sugiere a Pro-Lingua S.A de C.V que incluya en el estudio financiero del proyecto a elaborar el servicio de transporte de alumnos desde la institución hacia áreas aledañas a su zona de residencia a fin de determinar si es rentable o no para su respectiva decisión de aceptación o rechazo según sea el caso.
14. Se recomienda aprovechar el uso de los servicios sin ningún costo adicional en la oferta educativa que se diseñe para incentivar a los clientes a aprender el idioma inglés; lo que representará una ventaja para la agencia que se planea operar en el municipio de Santa Tecla con respecto a la competencia.

15. Se sugiere que se incluya en el proyecto la gama de servicios que los clientes aceptan con un costo adicional a lo cancelado por módulo de estudio con los cuales se podrá incrementar los ingresos y en consecuencia aumentar los flujos de efectivos para lograr una mayor rentabilidad de la inversión.
16. Se propone ubicar la agencia en zonas geográficas cercanas a centros comerciales, porque son lugares en los cuales se percibe una mayor afluencia de personas tanto residentes como de municipios aledaños a Santa Tecla; además de contar con facilidad de acceso de diferentes rutas de transporte de pasajeros urbanos.
17. Se propone diseñar un programa de publicidad con mayor énfasis en páginas web y redes sociales en las cuales se notifique diariamente sobre las promociones y programas que ofrece Pro-Lingua Institute; ya que es un medio masivo que da mayor cobertura y requiere un menor costo en comparación a la radio y televisión.
18. Se sugiere diseñar planes promocionales para la apertura de la sucursal con el fin de atraer personas que estén interesadas en iniciar o reforzar los estudios en el idioma inglés.

CAPÍTULO III: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PROPUESTO PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL PARA PROLINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V. EN EL MUNICIPIO DE SANTA TECLA, DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD.”

I. OBJETIVOS

A. GENERAL

Diseñar un estudio de factibilidad que contribuya a la toma de decisiones en la apertura de una sucursal para Pro-Lingua Asociados S.A de C.V. en el municipio de Santa Tecla.

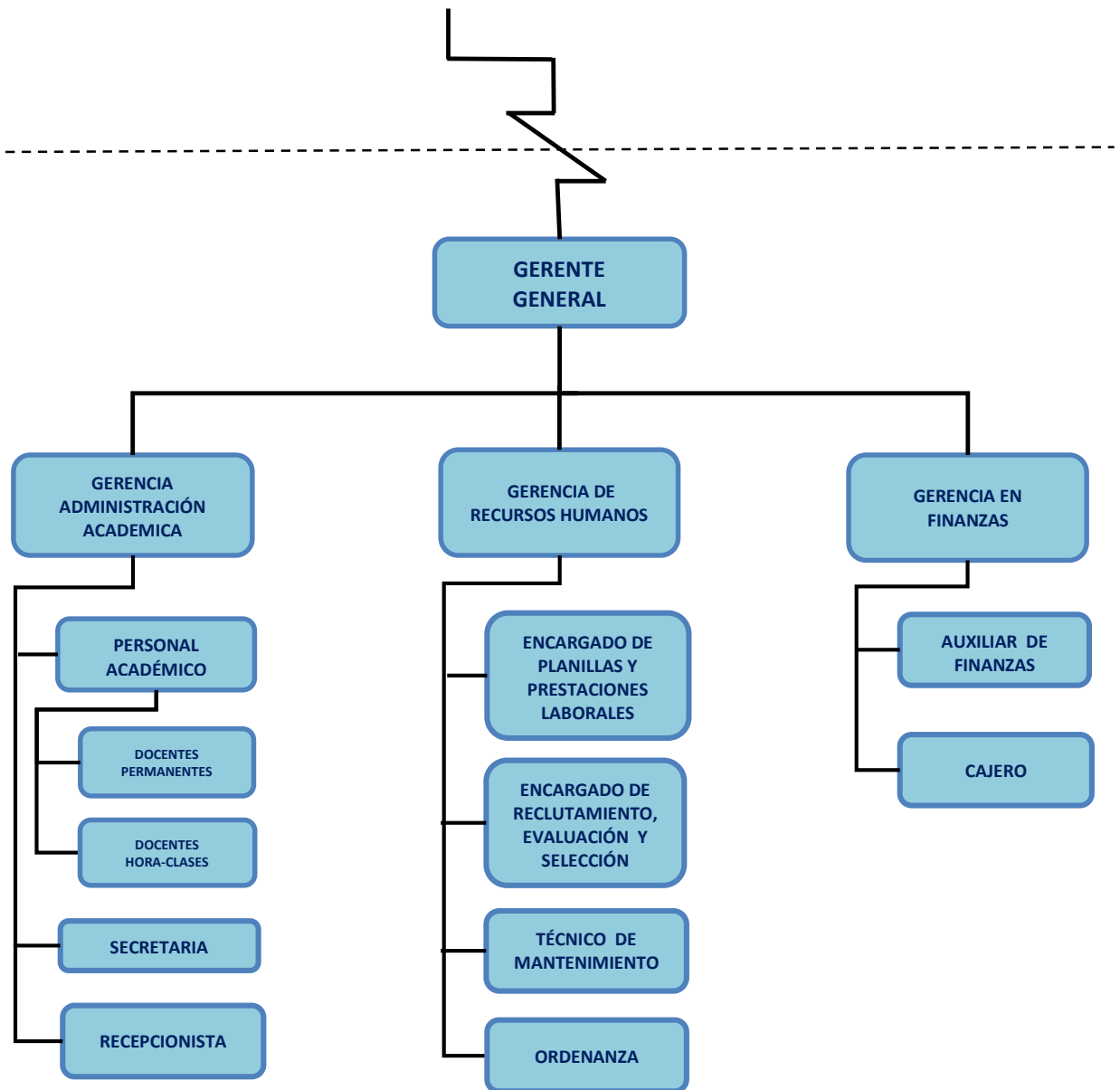
B. ESPECÍFICOS

- Proponer la estructura organizativa de la agencia que permita efectuar el funcionamiento administrativo y operativo.
- Desarrollar un estudio de mercado que facilite el diseño de la oferta educativa a proponer conforme a los requerimientos de los clientes potenciales.
- Determinar la localización óptima y distribución de la planta que permita a la filial cumplir con los requisitos de accesibilidad en la ubicación geográfica y comodidad en la infraestructura.
- Elaborar un perfil que detalle el monto de la inversión inicial, los costos totales de operación, el financiamiento requerido y la respectiva rentabilidad, para tomar la decisión de aceptar o rechazar el proyecto.

II. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

A. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PROPUESTA

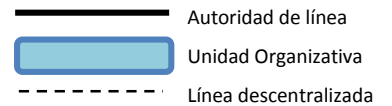
FIGURA N° 2 - ORGANIGRAMA PROPUESTO PARA LA SUCURSAL DE PRO-LINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V. EN EL MUNICIPIO DE SANTA TECLA



Elaborado por: Grupo de Trabajo de Investigación

Autorizado por: Vice presidenta de Junta directiva de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V.

Fecha de Elaboración: Julio 2016



B. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES DE LOS PRINCIPALES PUESTOS DE LA ESTRUCTURA JERÁRQUICA PROPUESTA

i. GERENTE GENERAL

- Elaborará en conjunto con el Administrador Académico los objetivos generales y específicos institucionales de corto y largo plazo.
- Verificará la ejecución de las actividades planificadas.
- Informará a la Junta Directiva sobre los resultados financieros y académicos obtenidos en la sucursal.
- Analizará con el Gerente de Recursos Humanos los resultados de la selección y evaluación de los nuevos empleados administrativos y/o docentes.
- Someterá a la aprobación del Administrador General a los candidatos tanto docentes como administrativos que aprueben el proceso de selección y evaluación.
- Recibirá y discutirá con el Gerente de Recursos Humanos sobre los resultados de la evaluación del desempeño aplicado a todos los empleados de la sucursal, dato que remitirá al Administrador General.
- Evaluará con el Gerente de Recursos Humanos sobre los incentivos económicos de los empleados que sobresalgan en la evaluación del desempeño.
- Autorizará órdenes de compra de insumos para el funcionamiento de la sucursal.
- Autorizará despidos en forma conjunta con el Gerente de Recursos Humanos lo que comunicará previamente al Administrador General de la casa matriz.
- Mantendrá constante comunicación con el Administrador General a fin de conocer nuevas disposiciones o transmitir a la sede principal logros o problemas extraordinarios que se hayan presentado.

- Proponer al Administrador General campañas promocionales y de publicidad, como la elaboración de vallas publicitarias y visitas a escuelas que incentiven a las personas a aprender inglés.
- Aprobará y firmará la emisión de cheques o pagos en efectivo para la adquisición de bienes y servicios por un monto máximo de \$300.00.
- Discutirá con el Gerente Financiero sobre los presupuestos operativos para luego someterlos a la revisión del Administrador General.
- Firmará la autorización de pago de los cheques correspondientes a los pagos de sueldos mensuales del recurso humano.

ii. ADMINISTRADOR ACADÉMICO.

- Planificará, organizará y supervisará las actividades académicas inherentes a la formación y desarrollo de los estudiantes inscritos.
- Establecerá los criterios de evaluación académica según el módulo inscrito y en concordancia a la normativa recibida de la casa matriz.
- Asignará a los maestros tanto permanentes como hora-clase a los diferentes grupos teóricos existentes.
- Avalará la base de datos de las calificaciones proporcionadas por los docentes.
- Controlará la admisión y registro académico de los estudiantes en cada módulo de estudio.
- Revisará constantemente los nuevos métodos pedagógicos para mejorar el proceso de enseñanza y aprendizaje del idioma inglés.

iii. GERENTE DE RECURSOS HUMANOS

- Supervisará el proceso de selección y evaluación del nuevo personal administrativo y docente.
- Entregará y discutirá con el Gerente General los resultados de la selección y evaluación de los nuevos empleados administrativos y/o docentes.

- Aplicará métodos de evaluación de desempeño para el personal de la institución.
- Entregará y discutirá con el Gerente General sobre los resultados de la evaluación del desempeño aplicado a todos los empleados de la sucursal.
- Propondrá al Gerente General, el nivel de incentivos económicos para los empleados que sobresalgan en la evaluación del desempeño.
- Administrará los sueldos, las prestaciones y beneficios laborales adicionales de los empleados.
- Elaborará programas de capacitación con base a las necesidades que surjan en la entidad para ser posteriormente aprobados por el Gerente General.
- Autorizará despidos en conjunto con la decisión del Gerente General.

iv. GERENTE FINANCIERO

- Revisará los cheques emitidos por diferentes conceptos, tales como: pagos a proveedores, servicios, cotizaciones laborales, alquileres, entre otros; y los someterá a firma del Gerente General de la sucursal si no son mayores de \$300.00 dólares, caso contrario lo remitirá a la casa matriz para su respectiva autorización de cancelación.
- Firmará las solvencias de pago de los alumnos emitidas por el auxiliar de finanzas.
- Elaborará y presentará al Gerente General para su respectiva aprobación los presupuestos estimados para el siguiente periodo de trabajo.

v. AUXILIAR DE FINANZAS

- Realizara inventarios semanalmente de los recursos pedagógicos destinados a la venta de los alumnos.
- Elaborará solvencias y constancias de pago según información proveniente de la base de datos del sistema informático de colecturía, los que remitirá al Gerente Financiero para su aprobación.

- Realizará los cheques emitidos por diferentes conceptos, tales como: pagos a proveedores, servicios, cotizaciones laborales, alquileres, entre otros.
- Elaborará los cheques de los sueldos mensuales de empleados administrativos y docentes.

vi. ENCARGADO DE PLANILLA Y PRESTACIONES LABORALES

- Procesará la información y elaborará las planillas de pago de sueldos, bonificaciones, aguinaldos, vacaciones anuales y tiempo extraordinarios del personal administrativo y docente.
- Realizará y verificará un reporte de llegadas tardías a la institución para efectuar los respectivos descuentos aplicables en la planilla de sueldos mensuales.
- Elaborará las planillas de cotizaciones obrero patronal correspondientes a las Administradoras de Fondo de Pensiones (AFP) y al Instituto Salvadoreño de Seguro Social (ISSS).
- Administrará la documentación que respalde las operaciones financieras efectuadas en la sucursal.

vii. ENCARGADO DE RECLUTAMIENTO, EVALUACIÓN Y SELECCIÓN

- Realizará la entrevista de preselección al igual que la aplicación de las pruebas de conocimiento, habilidades y destrezas específicas y psicológicas según los requisitos que exige el nuevo puesto de trabajo.
- Presentará los resultados obtenidos al Gente de Recursos Humanos.
- Efectuará el proceso de inducción al nuevo personal administrativo o docente.

viii. RECEPCIONISTA

- Atenderá el conmutador telefónico.
- Entregará los cheques de pago a los proveedores según la fecha establecida.
- Orientará a los estudiantes con respecto a los trámites que deben seguir para ingresar a los diferentes programas y módulos de estudio.
- Recibirá todo tipo de correspondencia y lo remitirá a la secretaria de la institución.

ix. SECRETARIA.

- Recibirá diariamente la correspondencia de la recepcionista tramitando y enviando la respuesta respectiva.
- Administrará el correo electrónico.
- Preparará y organizará la correspondencia y los documentos institucionales provenientes del Gerente General y demás jefaturas de las unidades administrativas.
- Administrará los archivos académicos estudiantiles.

x. PERSONAL ACADÉMICO.

- Realizarán el diagnóstico de las necesidades que requieren sus estudiantes para un mejor resultado del proceso enseñanza-aprendizaje.
- Registrarán en el sistema computarizado las calificaciones obtenidas por los estudiantes.
- Planificarán la realización de actividades didácticas para mejorar el aprendizaje individual y grupal.
- Desarrollarán las temáticas de acuerdo a los programas establecidos.
- Elaborarán los materiales de apoyo necesario para el aprendizaje.
- Aplicarán los criterios de evaluación proporcionados por el Administrador Académico.

- Evaluarán y calificarán a los estudiantes según los criterios técnicos institucionales.
- Elaborarán informes periódicos de las actividades realizadas.

xi. TÉCNICO EN MANTENIMIENTO

- Orientarán técnicamente a los usuarios del centro de cómputo en el uso de los recursos.
- Custodiarán los materiales, equipos y programas asignados al centro de cómputo durante el uso de los estudiantes y posterior a dichas actividades.
- Instalarán los equipos, programas y/o actualizaciones que sean autorizadas.
- Administrarán la red de internet de toda la institución.
- Reproducirán los materiales requeridos para la realización de las prácticas.
- Atenderán las fallas que puedan presentar los equipos y programas.

C. FILOSOFÍA

i. VISIÓN Y MISIÓN PROPUESTA

MISIÓN

“Proporcionar estudios del idioma inglés a personas que requieran desarrollar sus competencias profesionales y que además buscan tener acceso a mejores oportunidades laborales, con cuotas adaptables a sus ingresos monetarios, factor que no les permite costearse su preparación académica en instituciones que requieran mayores inversiones monetarias”.

VISIÓN

“Ser la institución líder de la zona occidental y del departamento de La Libertad en la enseñanza del idioma inglés con programas flexibles, creativos y actualizados; además de brindar comodidad en sus instalaciones y proporcionar servicios adicionales para desarrollar un mayor aprendizaje y así superar las expectativas de nuestros estudiantes”.

ii. OBJETIVOS INSTITUCIONALES

Objetivos de Mercado

- Ampliar la cobertura de mercado en la población residente del municipio de Santa Tecla y de zonas aledañas por medio de los programas académicos ofertados.
- Diseñar planes promocionales para la apertura de la sucursal con la finalidad de atraer personas que estén interesadas en iniciar o reforzar los estudios en el idioma inglés.
- Desarrollar un programa de publicidad destacando los servicios adicionales que brindará la institución para otorgar la mejor experiencia en aprendizaje.
- Aprovechar los medios de difusión masivos para dar a conocer los servicios que ofrecerá la institución.
- Elaborar diagnósticos de forma periódica para conocer la satisfacción de los clientes con respecto al servicio otorgado con la finalidad de efectuar cambios y así lograr que el producto se adapte a sus necesidades.
- Establecer cuotas de escolaridad con un bajo costo en comparación a otras instituciones, y que se ajuste a las capacidades económicas de los usuarios.

Objetivos financieros

- Elaborar presupuestos operativos y financieros para mantener el control de los ingresos y gastos, y que sirvan de fundamento para tomar decisiones que impulsen el uso óptimo de los recursos.

- Negociar la obtención de los fondos para financiar las actividades que permitan la ejecución del proyecto de inversión.
- Realizar de manera eficaz y oportuna el pago de sueldos y salarios de todo el personal que labora en la empresa.

Objetivos de infraestructura física

- Crear una infraestructura física innovadora que se enfoque en satisfacer las necesidades del proceso enseñanza aprendizaje y que además brinde comodidad a los estudiantes y empleados.
- Señalizar las áreas de acceso y salida de la institución, así como las diferentes oficinas y aulas que puedan dar mejor orientación a los estudiantes.
- Fomentar el buen uso del mobiliario y equipo que formará parte de las instalaciones, así como de su respectivo mantenimiento.
- Disponer de los materiales y equipo de primeros auxilios básicos para asistir al estudiantado o personal que así lo requieran.

Objetivos sociales y ambientales

- Generar fuentes de empleo para los habitantes del municipio de Santa Tecla.
- Permitir el desarrollo y crecimiento de la empresa en la zona geográfica descrita sin que esto provoque deterioros del entorno ecológico.
- Participar en campañas que conlleven la finalidad de proteger el medio ambiente.

Objetivos para el Recurso Humano

- Realizar capacitaciones que involucren el mejoramiento en la atención de los usuarios.
- Brindar oportunidades de superación y desarrollo profesional a los trabajadores para que contribuya a la satisfacción y eficiencia en sus respectivas áreas de trabajo.

- Cumplir con la normativa en materia de empleo e igualdad de oportunidades laborales justas.
- Elaborar manuales de descripción de puestos que se adapten a las necesidades de personal académico y administrativo en la sucursal.
- Realizar evaluaciones del desempeño que permitan identificar las fortalezas y debilidades del recurso humano.

iii. POLÍTICAS

Políticas de inscripción

- Para inscribir a los menores de edad en los cursos infantiles este deberá ser mayor a los siete años de edad y saber leer como requisito.
- El pago de matrícula se efectuará por cada año lectivo.
- El monto de matrícula será el mismo para cualquier tipo de programa que se ofrezca.
- Si un estudiante por cualquier motivo abandona sus estudios y decide reingresar, la matrícula seguirá siendo válida mientras aún sea el mismo año lectivo.
- Si el alumno quiere reingresar después de retrasar sus estudios por un lapso mínimo de seis meses, deberá presentar un comprobante que ya ha cursado el nivel anterior o realizar el examen de ubicación.
- A los usuarios provenientes de otras instituciones de enseñanza del idioma inglés se les realizara el examen de ubicación para indicarles el nivel correspondiente al cual deben registrarse.
- Los pagos por matrículas y cuotas por módulos realizado durante la vigencia de una promoción de descuentos serán válidos por un lapso determinado porque una vez terminado el periodo correspondiente los precios respectivos serán cobrados de manera normal.
- Si un usuario se encuentra interesado en ingresar a un curso que ya dio inicio, podrá hacerlo, solo si ha tenido como máximo dos sesiones de ausencia, caso contrario se

negará la petición ya que se comprometería el nivel de aprendizaje de dicho estudiante.

Políticas de gestión de talento humano

- Fomentar entre el personal una actitud transparente y amable como elemento fundamental de cultura comunicativa hacia los clientes teniendo como referente la dignidad de las personas.
- La institución brindará formación y/o capacitación a sus empleados, para promover la actualización y el perfeccionamiento de conocimientos y habilidades en la función que desempeña incrementando la productividad y mejorando sus competencias.
- Todo el personal debe participar en los eventos de capacitación y desarrollo que le sean programados asistiendo con puntualidad salvo caso fortuito o fuerza mayor.
- Se elaborarán un programa motivacional con el propósito de incentivar al recurso humano para que tengan una actitud positiva con su trabajo y una identificación hacia la academia creando un ambiente agradable que contribuya a que se sientan parte importante de la institución.
- Cualquiera de los docentes que de manera imprevista y con causa justificada le sea imposible presentarse a sus labores deberá dar aviso a la administración académica vía telefónica por lo menos con cuatro horas de anticipación para conseguir un reemplazo.

Políticas financieras

- Se mantendrá como saldo mínimo de efectivo la cantidad de \$300.00 dólares.
- El auditor interno realizará una reunión mensual con el responsable de caja y el gerente general para conocer acerca de los movimientos económicos que se realizan.

- Todo pago mayor a \$300.00 ya sea en efectivo o por medio de cheque deberá ser aprobado por decisión de Junta Directiva.
- Se Mantendrá un nivel de endeudamiento de mediano y largo plazo en proporción al crecimiento de las operaciones.
- Cada mes de Septiembre, la gerencia general preparará los presupuestos operativos y financieros de la agencia para el próximo año, los cuales serán remitidos a la casa matriz para su debida aprobación.

Políticas de seguridad

- La información personal de los estudiantes que sea solicitada para su inscripción será única y exclusivamente utilizada para funciones administrativas.
- Se prohíbe a los estudiantes o acompañantes la portación de armas, drogas o cualquier objeto peligroso dentro de las instalaciones institucionales.
- Al detectar cualquier actividad fuera de lo normal el personal de vigilancia tiene la potestad de interrogar al presunto sospechoso y reportarlo inmediatamente a la Gerencia General.

Políticas de gestión integral de riesgos

- Minimizar peligros y riesgos con sistemas de trabajo seguro que incluyan disposiciones administrativas de control.
- Cada responsable de área estará encargado de crear las normas de seguridad pertinentes para evitar en la medida de lo posible cualquier tipo de accidente y someterlas a la aprobación de la Gerencia General.
- La administración académica fomentará una cultura de prevención de riesgos entre el personal y los usuarios, indicando si existiere un área de peligro dentro de la sucursal.

- Se implementarán normas de evaluación y mejora permanente de las instalaciones de acuerdo a códigos y estándares de gestión de riesgo según la legislación nacional vigente.

Políticas ambientales

- Se promoverá la participación y compromiso de toda la comunidad educativa de la agencia en el mejoramiento continuo de las condiciones ambientales a través de programas de formación y sensibilización que conduzcan a una mejor actuación frente a la sociedad.
- La gerencia general deberá encargarse de que los objetivos ambientales queden integrados dentro de la planificación estratégica de la sucursal y asegurarse de que los mismos sean compatibles con el resto de los objetivos empresariales.
- Se fomentará en las instalaciones de la institución actividades orientadas a la cultura de reciclaje ubicando recipientes recolectores de basura especializados.

iv. ESTRATEGIAS

Estrategias de Desarrollo de Mercado

- Implementar programas promocionales que incentiven a las personas a estudiar inglés.
- Diversificar los servicios que ofrece la institución que los diferencie de la competencia para motivar a las personas a aprender el idioma.

Alianzas estratégicas

- Asociarse con una empresa de transporte de pasajeros para trasladar a sus respectivos domicilios en el municipio de Santa Tecla a los estudiantes que así lo acuerden, con un 20% de comisión por lo cobrado.
- Negociar con el Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP) para ofrecer servicios de enseñanza del idioma inglés a los trabajadores de compañías

salvadoreñas de la zona Occidental del país, a fin de ofrecer una metodología que se adapte a los requerimientos del ambiente empresarial al que pertenezcan los empleados.

- Establecer convenios con Call Centers del municipio de Santa Tecla y de las principales ciudades de la zona Occidental del país para llevar a cabo ferias de trabajo donde los estudiantes tengan la posibilidad de obtener un empleo a partir de su formación en el idioma inglés.

v. VALORES PROPUESTOS

- **Compromiso:** Contribuir al desarrollo profesional de los estudiantes para que logren sus objetivos en el campo laboral.
- **Integridad:** Generar confianza, honradez y respeto a través del recurso humano para que establezcan buenas relaciones interpersonales con los clientes.
- **Excelencia Académica:** Establecer métodos de enseñanza de calidad que permitan desarrollar competencias profesionales
- **Originalidad:** Ofrecer servicios innovadores en el aprendizaje del idioma inglés que se adapten a las exigencias del entorno.

Nota: Los valores anteriormente detallados se agregarán a los ya existentes en la Institución.

III. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

A. ESTUDIO DE MERCADO

i. DEMANDA

Para el cálculo de la demanda se ha tomado en consideración información proporcionada por Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V., referente al nivel de matrícula de estudiantes en la institución para el período de 2011 a 2015 según se muestra en el cuadro N° 9.

**CUADRO N° 9 NIVEL DE MATRÍCULA DE ESTUDIANTES
EN PRO-LINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V.**

AÑO	NIÑOS	ADOLESCENTES	SABATINO	INTENSIVO	TOTAL	CRECIMIENTO ANUAL
2011	548	1,842	1,031	8,199	11,620	
2012	831	1,889	1,317	11,319	15,356	0.3215
2013	892	1,859	1,402	12,326	16,479	0.0731
2014	919	1,928	1,557	11,894	16,298	-0.0109
2015	958	2,329	1,848	11,776	16,911	0.0376

Fuente por: Administradora académica de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V.

Tasa de crecimiento promedio de nivel de matrícula en Pro-Lingua Asociados S.A. DE C.V. 2011 – 2015	10.53%
---	---------------

Para determinar la tasa de crecimiento anual para 2012 restamos el año presente menos el año anterior (2011) ($15,356 - 11,620 = 3,736$) resultado que se dividió entre la cantidad de alumnos inscritos del año 2011 ($3,736 / 11,620 = 0.3215$) obteniendo así el valor del crecimiento anual que hubo entre 2011 y 2012, y de la misma forma se procedió para obtener las tasas de crecimiento anuales subsiguientes. Finalmente, se sumaron cada uno los resultados del crecimiento anual ($0.3215 + 0.0731 - 0.0109 + 0.0376 = 0.4213$) valor que fue dividido entre cuatro ($0.4213 / 4 = 0.1053$) y luego multiplicado por 100 ($0.1053 \times 100 = 10.53\%$), por lo que se puede decir que 10.53% equivale a la tasa de crecimiento promedio de nivel de matrícula en Pro-Lingua Asociados S.A. DE C.V. correspondientes a los años 2011 – 2015.

Como es de observarse, si se toma por el lado de los valores absolutos, el número de alumnos del año 2015 con respecto al 2011 se ha incrementado en 5291; y si se considera en términos relativos, el nivel de matrícula ha crecido un promedio anual del 10.53%, siempre en el mismo lapso. Por lo cual se puede determinar que hay mercado donde explotar el proyecto que se propone para el municipio de Santa Tecla. La anterior afirmación se fundamenta en que en la investigación realizada, prácticamente el 100%

de los habitantes encuestados en esta área geográfica declararon que consideran el aprender un segundo idioma, como lo es el inglés, como algo muy trascendental para el desarrollo de las competencias laborales y aprovechar mejores oportunidades de trabajo, y además en la misma cuantía dijeron que no solo experimentan dicha necesidad sino que también están dispuestos a adquirir esa especialización. Es de recordar que la capacidad del centro de enseñanza estará limitado a veinte aulas con un nivel de ocupación específico de acuerdo a la tendencia de mercado, por lo que la demanda a atender se verá restringida por el espacio físico disponible de las instalaciones y el monto de efectivo que requiere la inversión, tanto de recursos propios de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. como del financiamiento bancario disponible para realizar la inversión, por lo que en el presente documento se muestran los diferentes niveles de matrícula que se proyectan obtener y los respectivos resultados una vez deducidos los costos, lo cual se detalla en el Estudio y Evaluación Financiera.

ii. OFERTA

En el municipio de Santa Tecla existe una institución de enseñanza del idioma inglés según la Dirección General de Estadísticas y Censos, la cual ofrece sus servicios por medio de programas educativos para adultos, adolescentes e infantes. Además, incluyen servicios adicionales como tutorías, clases privadas a domicilio y en línea vía Skype con un costo extra a lo cancelado por módulo, el resto de personas que aplican al aprendizaje de dicho idioma tiene que desplazarse hacia otras localidades del Área Metropolitana de San Salvador. De modo que, para lograr una participación importante en el mercado, la sucursal que planea operar en Santa Tecla Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V., debe realizar promociones introductorias además de dar a conocer la oferta académica y los servicios adicionales a través de medios de comunicación tal como se detalla en la sección de PROMOCIONES.

Por otra parte, no se tomó en cuenta a la Escuela Especializada en Ingeniería ITCA-FEPADE, antes conocida como Instituto Tecnológico Centro Americano; debido que este mantiene un convenio con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Fundación Empresarial para el Desarrollo Educativo (FEPADE) y el Gobierno de El Salvador, es decir

que este se encuentra regido por las leyes del Ministerio de Educación, lo que lo categoriza como institución de Educación Formal.

iii. SEGMENTO DE MERCADO

Estará comprendido por las personas de 18 años de edad o más, de ambos sexos, que devenguen un salario mayor a \$350.00 dólares mensuales y que desempeñen un tipo de labores donde con mayor frecuencia experimentan la necesidad de aprender el idioma inglés para desarrollar sus respectivas competencias profesionales y de esa forma aprovechar mejores ofertas laborales. Además, se incluyen los infantes mayores de 7 años de edad que puedan leer y escribir, cuyos padres o madres de familia cuenten con un nivel salarial equivalente al mencionado anteriormente.

iv. MEZCLA DE MERCADOTECNIA

a. PRODUCTO

1. SALONES DE CLASES

Las instalaciones contarán con un total de 20 salones de clases, los cuales tendrán una capacidad para albergar a 20 estudiantes como máximo en cada una de ellas, las cuales estarán diseñadas para promover un proceso de enseñanza aprendizaje beneficioso. Además, cada aula contendrá un aire acondicionado que permitirá una mayor comodidad. El mobiliario que contendrán se presenta en el cuadro No. 10:

CUADRO N° 10 MOBILIARIO DE VEINTE SALONES DE CLASES

ARTÍCULO	COSTO	UNIDADES	INVERSIÓN TOTAL POR AULA	UNIDADES TOTALES	INVERSIÓN TOTAL
Pupitres dobles	\$ 80.00	1	\$ 80.00	200	\$ 16,000.00
Pizarrones	\$ 86.00	1	\$ 86.00	20	\$ 1,720.00
Grabadoras	\$ 100.00	1	\$ 100.00	20	\$ 2,000.00
Aire Acondicionado	\$ 600.00	1	\$ 600.00	20	\$ 12,000.00
TOTAL			\$ 866.00		\$ 31,720.00

Fuente: Elaborado por grupo investigador

2. PROGRAMA DE ESTUDIO

Se ofertaran un total de 80 grupos de clases, datos que es proporcional a como se trabaja en la casa matriz, donde hay 138 grupos de clase para 35 aulas. Todos los programas tendrán un precio estándar de \$49.75 a excepción de los servicios adicionales, valor por modulo que cobra la institución en sus instalaciones en San Salvador.

2.1.PROGRAMA INTENSIVO

Tendrá una duración de un mes y se desarrollará de lunes a jueves, impartándose en siete horarios distintos, siendo el primero de 6:15 a.m. a 8:00 a.m. e iniciando el último a las 6:00 p.m. para finalizarlo a las 7:50 p.m. Se ofertarán 46 grupos para cada módulo de estudio, los cuales tendrán a disposición el total de aulas ya que será el único programa que se impartirá durante la semana.

2.2.PROGRAMAS SABATINOS

2.2.1. INFANTIL

Se llevará a cabo solo los días sábados de 8:00 a 11:50 a.m. constituido por un total de 16 módulos de los cuales cada uno tendrá una duración de dos meses (8 sábados). Los alumnos de este programa (7 a 11 años) estarán en los dos salones del primer nivel que fueron específicamente diseñados para ello (VER CUADRO N° 11) y el resto serán ubicados en los salones del segundo piso. Se pondrán en servicio un total de ocho grupos de clase.

2.2.2. ADOLESCENTES

Se impartirá solo los días sábados de 2:00 a 5:50 p.m. constituido por un total de 20 módulos de los cuales cada uno tendrá una duración de dos meses (8 sábados). Para este se hará una apertura de 13 grupos los cuales serán distribuidos principalmente en el segundo nivel y los restantes en el tercero.

2.2.3. ADULTOS

Los participantes deben tener la mayoría de edad (18 años en adelante). Consta de veinte y cuatro módulos, de los cuales, los dos últimos recibe clases con vocabulario especializado en áreas de Call Center o trabajos afines. Los cursos son impartidos durante los días sábados por medio de una jornada matutina de 8:00 a 11:50 a.m. y una vespertina de 2:00 a 5:50 p.m. Además, el programa cuenta con una certificación que se brinda al culminar cada seis módulos que equivale al reconocimiento de una determinada categoría en el idioma. Se mantendrá una apertura de un total de 13 grupos, 8 en la mañana y 5 por la tarde los cuales serán distribuidos en las aulas del segundo y tercer nivel.

2.3.SERVICIOS ADICIONALES

2.3.1. CURSO DE VERANO

Se imparte a niños (7 a 11 años de edad) y adolescentes (12 a 17 años de edad), tienen una duración de cuatro horas de lunes a jueves durante cinco semanas comprendidas entre los meses de Noviembre a Diciembre, con un costo de \$50.00 dólares por alumno. Se impartirá mediante dos grupos para cada modalidad, haciendo uso de los salones del segundo nivel para adolescentes y para los niños se utilizarán los dos del primer nivel.

2.3.2. CLUB DE CONVERSACIÓN

Se llevará a cabo durante tres viernes y dado que los interesados pueden pertenecer a diferentes niveles se mantendrán dos modalidades el básico y el avanzado, ofreciendo cuatro grupos cada mes.

3. SALONES DE CLASES INFANTILES

Se contará con dos salones de clases específicos para infantes de 7 a 10 años en el primer nivel, los cuales de forma individual tendrán una capacidad para 20 estudiantes como máximo. Además, cada aula contendrá un aire acondicionado que permitirá una mayor comodidad. El equipo del que dispondrán se detalla en el cuadro N° 11:

CUADRO N° 11 MOBILIARIO DE CADA SALÓN DE CLASES INFANTILES

ARTÍCULO	COSTO	UNIDADES	INVERSIÓN TOTAL POR AULA	UNIDADES TOTALES	INVERSIÓN TOTAL
Pupitres	\$ 32.50	1	\$ 32.50	40	\$ 1,300.00
Pizarrones	\$ 86.00	1	\$ 86.00	2	\$ 172.00
Grabadoras	\$ 100.00	1	\$ 100.00	2	\$ 200.00
Aire Acondicionado	\$ 600.00	1	\$ 600.00	2	\$ 1,200.00
TOTAL			\$ 851.00		\$ 2,872.00

Fuente: Elaborado por grupo investigador

4. CENTRO DE CÓMPUTO

La sucursal tendrá para uso de los estudiantes inscritos un laboratorio informático con 20 computadoras que servirán como una herramienta de desarrollo en las diferentes áreas de enseñanza, en especial aquellas que tengan mayor dificultad, ya sea verbal o comprensiva. Por otra parte, se tendrá a disposición dos personas encargadas de administrar todo lo concerniente a dicha unidad. El equipo a ocupar por los alumnos y los encargados del laboratorio de computación se describe en el cuadro No. 12.

CUADRO N° 12 MOBILIARIO DEL CENTRO DE CÓMPUTO

ARTÍCULO	COSTO	UNIDADES	INVERSIÓN TOTAL
Computadoras	\$ 400.00	21	\$ 8,400.00
Pizarrones	\$ 86.00	1	\$ 86.00
Sillas	\$ 50.00	21	\$ 1,050.00
Muebles de computadora	\$ 70.00	21	\$ 1,470.00
Aire Acondicionado	\$ 600.00	1	\$ 600.00
TOTAL			\$ 11,606.00

Fuente: Elaborado por grupo investigador

5. COLECTURÍA

Contará con dos personas para cubrir los diferentes turnos de trabajo según las necesidades que presente la sucursal y será el área responsable de percibir los ingresos como el pago por la venta de recursos bibliográficos, de las matrículas y de las cuotas de los módulos y cursos complementarios a implementar, así mismo efectuará los desembolsos monetarios autorizados por el gerente general. Además, contará con una bodega anexa en la que se

almacenarán los libros de texto que serán adquiridos por los estudiantes inscritos. Los muebles que poseerá este espacio son los siguientes:

CUADRO N° 13 MOBILIARIO DE COLECTURÍA

ARTÍCULO	COSTO	UNIDADES	INVERSIÓN TOTAL
Escritorio	\$ 175.00	1	\$ 175.00
Silla de escritorio	\$ 80.00	2	\$ 160.00
Mueble de computadora	\$ 70.00	1	\$ 70.00
Computadora	\$ 600.00	1	\$ 600.00
Caja registradora	\$ 100.00	1	\$ 100.00
Impresora	\$ 200.00	1	\$ 200.00
Estantes metálicos	\$ 100.00	5	\$ 500.00
TOTAL			\$ 1,805.00

Fuente: Elaborado por grupo investigador

6. SALA DE ESPERA

La institución dispondrá de un área específica con mesas, las respectivas sillas y un lavamanos para que los estudiantes puedan comprar alimentos en los descansos de sus clases o al finalizarlas. Así mismo, será un espacio destinado para que los educandos puedan permanecer luego de sus respectivas clases (Ver cuadro No. 14).

CUADRO N° 14 MOBILIARIO DE SALA DE ESPERA

ARTÍCULO	COSTO	UNIDADES	INVERSIÓN TOTAL
Mesas de cafetería	\$ 180.00	15	\$ 2,700.00
Dispensador de agua	\$ 110.00	1	\$ 110.00
Bancas de Madera	\$ 150.00	4	\$ 600.00
TOTAL			\$ 3,410.00

Fuente: Elaborado por grupo investigador

7. PARQUEO

Será el espacio destinado para que los visitantes, estudiantes, personal administrativo y docente que posean vehículos los estacionen dentro de las instalaciones de la sucursal. Su uso no implicará un costo adicional y será exclusivamente para las personas que pertenezcan a la comunidad educativa de este centro de enseñanza.

8. SERVICIO DE TRANSPORTE

La academia pondrá a disposición de los alumnos matriculados que lo soliciten un servicio de transporte desde la institución hasta las áreas aledañas a su zona de residencia, con la cual se realizará una alianza estratégica con una empresa especializada en traslado de pasajeros a fin de prestar dicho servicio, percibiendo una comisión del 20% de los ingresos que cobren por educando atendido.

b. PRECIO

La capacidad por aula es de un máximo de veinte estudiantes, pero de acuerdo a especificaciones de la Vice presidenta de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. se hicieron las proyecciones respectivas con un promedio de quince alumnos por grupo de clase.

1. MATRÍCULA

El monto a cobrar por matrícula será el mismo independientemente del programa en el que se inscriba el estudiante, es decir de \$10.00 anuales. Para más detalles ver “Políticas de Inscripción”. Por tanto, el detalle de ingresos se expresa de la siguiente manera:

CUADRO N° 15 ALUMNOS ANUALES PARA PAGO DE MATRÍCULA

Programa	Grupos	Alumnos por grupo	N° veces Anual	Alumnos Anuales
Intensivos (Lunes a Jueves)	46	15	1	690
Niños	8	15	1	120
Adolescentes	13	15	1	195
Adultos (Matutino)	8	15	1	120
Adultos (Vespertino)	5	15	1	75

Fuente: Elaborado por grupo investigador

CUADRO N° 16 INGRESOS POR MATRÍCULA

Programas	Precio	Ingreso Módulo Anual
Intensivo	\$ 10.00	\$ 6,900.00
Infantes	\$ 10.00	\$ 1,200.00
Adolescentes	\$ 10.00	\$ 1,950.00
Adultos	\$ 10.00	\$ 1,950.00
Total		\$ 12,000.00

Fuente: Elaborado por grupo investigador

Procedimiento: Para los programas intensivos se multiplicó el estimado de los grupos que se tendrán a disponibilidad de los estudiantes por la cantidad de estudiantes a colocar por salón de clase y a su vez por el número de veces que se cancelará la matrícula en el año, es decir una vez ($46 \times 15 \times 1 = 690$). Finalmente se multiplico dicho resultado por el precio de matrícula ($690 \times \$10 = \6900); y así sucesivamente para las siguientes modalidades.

2. MÓDULO DE ESTUDIO

Todos los programas tendrán un precio estándar de \$49.75, monto que mantiene la casa matriz y que además es un valor el cual los residentes del municipio de Santa Tecla se encuentran dispuestos a cancelar según capítulo II del presente estudio. El proceso de cómputo para el total de ingresos anuales se detalla en los cuadros No. 17 y 18.

CUADRO N° 17 ALUMNOS ANUALES POR MÓDULO DE ESTUDIO

Programa	Grupos estimados	# Meses	Alumnos por grupo	Alumnos Anuales
Intensivos (Lunes a Jueves)	46	12	15	8,280
Niños	8	6	15	720
Adolescentes	13	6	15	1,170
Adultos (Matutino)	8	6	15	720
Adultos (Vespertino)	5	6	15	450

Fuente: Elaborado por grupo investigador

CUADRO N° 18 INGRESO ANUAL POR MÓDULO DE ESTUDIO

Programas	Precio	Ingreso Módulo Anual
Intensivo	\$ 49.75	\$ 411,930.00
Infantes	\$ 49.75	\$ 35,820.00
Adolescentes	\$ 49.75	\$ 58,207.50
Adultos	\$ 49.75	\$ 58,207.50
Total		\$ 564,165.00

Fuente: Elaborado por grupo investigador

Procedimiento: Para los programas intensivos se multiplicó la cantidad de grupos que se tendrán a disponibilidad por la cantidad de estudiantes estimados por salón de clase y a su vez por el número de veces que se cancelará la cuota mensual en el año ($46 \times 15 \times 12 = 8280$). Finalmente se multiplicó dicho resultado por el precio de módulo de estudio ($8280 \times \$49.75 = \$411,930.00$) y así sucesivamente para las demás modalidades.

3. LIBROS DE TEXTO

Para los infantes, los libros de texto tienen una duración de tres módulos cada uno con un precio de \$13.00 dólares. En cuanto al programa de adolescentes se deben comprar cada dos módulos situación que se describe de la siguiente manera: de los niveles uno al doce el precio es de \$12.00 dólares, del trece al dieciséis, \$17.10 dólares y del diecisiete al veinte, \$32.00 dólares. Para los adultos fin de semana, el paquete de libros es para dos módulos donde del nivel uno al veinte se cobra la cantidad de \$16.50 y del veintiuno al veinticuatro \$36.00 dólares. Finalmente, para adultos intensivos tendrán una duración de dos módulos de un mes cada uno, y el precio de ventas similar al de los adultos fin de semana.

3.1.INGRESOS ANUALES POR VENTAS LIBROS NIÑOS

CUADRO N° 19 INGRESOS ANUALES POR LIBROS DE TEXTO INFANTIL

INGRESOS ANUALES POR LIBROS DE TEXTO (Niños fin de semana)	
Con respecto a los libros de niños tienen un precio de	\$ 13.00
se cambia cada 3 módulos, es decir veces al año	2
Se estimará para lo niños la cantidad de grupos	8
Se tendrán por aulas la cantidad se estudiantes	15
Estimado por libros	\$ 3,120.00

Fuente: Elaborado por grupo investigador

Procedimiento: Para el caso de los libros de infantes, se multiplicó el número de grupos asignados (8) por la cantidad de estudiantes por aula ($8 \times 15 = 120$). El resultado anterior se multiplicó por el precio asignado de \$13.00 dólares y así mismo por el número de veces que se venderán, en este caso cada 3 módulos, es decir 2 veces al año ($120 \times \$13 \times 2 = \$3,120$).

3.2.INGRESOS ANUALES POR VENTAS LIBROS ADOLESCENTES

CUADRO N° 20 ADOLESCENTES A ATENDER

Niveles	Número de ventas al año	Estudiantes	% sugerido	Grupo	Total
1 al 12	3	15	70%	9	405
13 al 16	2	15	20%	3	90
17 al 20	2	15	10%	1	30

Fuente: Elaborado por grupo investigador

Nota: Los tantos por cientos sugeridos por cada nivel, se deben que en los primeros niveles existe una mayor matrícula la cual va disminuyendo a medida se avanza en los programas de enseñanza.

CUADRO N° 21 INGRESOS ANUALES POR LIBROS DE TEXTO PARA ADOLESCENTES

Niveles	Precios	Ventas Anuales
1 al 12	\$ 12.00	\$ 4,860.00
13 al 16	\$ 17.10	\$ 1,539.00
17 al 20	\$ 32.00	\$ 960.00
TOTAL		\$ 7,359.00

Fuente: Elaborado por grupo investigador

Procedimiento: Para los libros de adolescentes turno vespertino, en los niveles del 1 al 12, se multiplicó el número de veces que se venderán en el año por la cantidad de estudiantes por grupo de clase ($3 \times 15 = 45$), luego se multiplicó la cantidad de grupos designados para dichos niveles, en este caso 13 a un porcentaje sugerido (70%), es decir ($13 \times 70\% = 9$), y este resultado a su vez por la primera operación realizada ($45 \times 9 = 405$). Finalmente, el total obtenido se multiplicó por el precio designado en este caso $\$12 \times 405 = \$4,860.00$ dólares. Se procederá de la misma manera para los siguientes cálculos (para porcentajes sugeridos en los diferentes niveles de estudio ver Nota de Cuadro N°20).

3.3.INGRESOS ANUALES POR VENTAS LIBROS ADULTOS FIN DE SEMANA

CUADRO N° 22 ALUMNOS ANUALES POR NIVEL PARA PROGRAMA ADULTOS

INGRESO POR LIBROS DE TEXTO (Adultos Fin de semana)					
Niveles	Numero ventas al año	Estudiantes	% sugerido	Grupo	Total
1 al 20	3	15	85%	11	495
21 al 24	2	15	15%	2	60

CUADRO N° 23 INGRESOS ANUALES POR LIBROS DE TEXTO PARA ADULTOS

Niveles	Precios	Ventas Anuales
1 al 20	\$ 16.50	\$ 8,167.50
21 al 24	\$ 36.00	\$ 2,160.00
TOTAL		\$ 10,327.50

Fuente: Elaborado por grupo investigador

Procedimiento: en los niveles del 1 al 20, se multiplicó el número de veces que se venderán en el año por la cantidad de estudiantes ($3 \times 15 = 45$), luego se multiplicó la cantidad total de los grupos designados para dichos niveles, en este caso 13 a un porcentaje sugerido (85%), es decir ($13 \times 85\% = 11$), y este resultado a su vez por la primera operación realizada ($45 \times 11 = 495$ alumnos). Finalmente, el total obtenido se multiplicó por el precio designado en este caso $\$16.50 \times 495 = \$8,167.50$ dólares. Se procederá de la misma manera para los siguientes cálculos (para porcentajes sugeridos en los diferentes niveles de estudio ver Nota de Cuadro N°20).

3.4.INGRESOS ANUALES POR VENTAS LIBROS INTENSIVOS**CUADRO N° 24 ALUMNOS ANUALES POR NIVEL PARA PROGRAMA INTENSIVO****INGRESO POR LIBROS DE TEXTO (INTENSIVO)**

Niveles	Numero ventas al año	Estudiantes	% sugerido	Grupo	Total
1 al 20	6	15	85%	39	3510
21 al 24	2	15	15%	7	210

Fuente: Elaborado por grupo investigador

CUADRO N° 25 INGRESOS ANUALES POR LIBROS DE TEXTO DE PROGRAMA INTENSIVO

Niveles	Precios	Ventas Anuales
1 al 20	\$ 16.50	\$ 57,915.00
21 al 24	\$ 36.00	\$ 7,560.00
TOTAL		\$ 65,475.00

Fuente: Elaborado por grupo investigador

Procedimiento: Para los libros del programa intensivo de lunes a jueves, en los niveles del 1 al 20, se multiplicó el número de veces que se venderán en el año por la cantidad de estudiantes ($6 \times 15 = 90$), luego se multiplicó la cantidad total de los grupos designados para dichos niveles, en este caso 39 a un porcentaje sugerido (85%), es decir ($46 \times 85\% = 39$), y este resultado a su vez por la primera operación realizada ($90 \times 39 = 3510$). Finalmente, el total obtenido se multiplicó por el precio designado en este caso $\$16.50 \times 3510 = \$57,915.00$ dólares. Se procederá de la misma manera para los siguientes cálculos (Las diferencias en las operaciones se deben que el modelo financiero total es un archivo de Excel donde se efectuaron los cálculos respectivos; para porcentajes sugeridos en los diferentes niveles de estudio ver Nota de Cuadro N°20).

4. CURSO DE VERANO

El precio a cobrar será de \$50.00 dólares, tanto para adolescentes como infantes. Tendrá una duración de cuatro horas diarias de lunes a jueves durante un mes, de las cuales dos serán de inglés básico para cada categoría y el tiempo restante se ocupará en actividades que expandan su cultura además de la introducción a otras artes; para el caso de los adolescentes esta última actividad consistirá en clases de diseño gráfico y para los infantes estarán disponibles las opciones de pintura, danza moderna y artes marciales.

CUADRO N° 26 INGRESOS POR CURSOS DE VERANO

INGRESO POR CURSOS DE VERANO	
Se espera que las personas que matriculen a sus hijos para los Cursos de Verano cancelen un costo de	\$ 50.00
Lo que cubrirá el curso de mes	1
Se determinó que un porcentaje de de la población encuestada está interesada en dicho servicio	49%
La cantidad de estudiantes por aula son	20
Se ocupará una cantidad de aulas	4
Estimado Cursos de Verano	\$ 1,960.00

Fuente: Elaborado por grupo investigador

Procedimiento: Se multiplicó los \$50 por la cantidad de aulas disponibles para los cursos de verano. El resultado anterior se multiplico por los 20 estudiantes ($\$50 \times 4 \times 20 = \$4,000$). Finalmente se multiplicó por el porcentaje de la población encuestada está interesada en dicho servicio ($\$4000 \times 49\% = \1960)

5. CLUB DE CONVERSACIÓN

Su valor será de \$6.00 mensuales, ya sea para nivel básico o para el avanzado; y será impartido en uno de los salones de clases el cual mantendrá un máximo de 10 estudiantes por grupo para que la práctica en el habla del idioma sea más efectiva e incluirán la presentación de un video o la discusión de un tema designado.

CUADRO N° 27 INGRESOS ANUALES POR CLUB DE CONVERSACIÓN

INGRESO DE CLUB DE CONVERSACIÓN	
Se espera que las personas requieran Club de Conversación que tienen un costo de	\$ 6.00
Se determinó que un porcentaje de personas encuestadas están interesadas en este servicio	60%
En la cual se designan la cantidad de aulas	4
Conformados por grupos de personas que son	10
Estimado Club de Conversación	\$ 1,728.00

Fuente: Elaborado por grupo investigador

Procedimiento: Se multiplicó los \$6.00 del costo del servicio por las 4 aulas destinadas para llevarse a cabo ($\$6 \times 4 = \24). El resultado anterior se multiplicó por la cantidad de estudiantes por cada club que son 10 ($\$24 \times 10 = \240). Finalmente se multiplicó por la cantidad de personas interesadas en dicho servicio que fue 60%, es decir $\$240 \times 60\% = \144.00 mensuales. El valor anual es de $\$144 \times 12 = \1728 .

6. SERVICIOS DE TRANSPORTE

Se hará gestión con una empresa que ofrezca servicios de traslado de pasajeros a nivel urbano a fin de establecer una alianza estratégica para que ofrezca sus servicios a los estudiantes que lo requieran principalmente en los horarios nocturnos, devengando para la academia un 20% de lo cobrado a cada estudiante.

CUADRO N° 28 INGRESOS ANUALES POR SERVICIO DE TRANSPORTE

SERVICIO DE TRANPORTE	
Se determinó que las personas interesadas en recibir un servicio de transporte son un	55%
Número de estudiantes en el horario nocturno que estima solicitarán dicho servicio	300
Como se determinó en las estrategias se contratará una empresa de servicios de transporte donde se negociará el	20%
del precio promedio facturado fijado en	\$ 35.00
Estimado Servicio de Transporte	\$ 13,860.00

Fuente: Elaborado por grupo investigador

Procedimiento: Se multiplicó el 55% de las personas que dijeron que estarían dispuestos a solicitar el servicio de transporte por el número estimado de personas conforme a la capacidad de las aulas para el horario nocturno de 6.00 a 7:50 pm. ($300 \times 55\% = 165$). Se multiplicó el resultado anterior por los \$35.00 mensuales que se estima que costará el servicio ($165 \times \$35 = \5775). Finalmente se multiplicó por el porcentaje de 20% que se negociará con la empresa de transporte, $\$5775 \times 20\% = \$1,155$ dólares mensuales. El valor anual es de $\$1,155 \times 12 = \$13,860.00$ dólares.

7. SERVICIO ARRENDAMIENTO DE CAFETERÍA

Se contará con un área específica de cafetería la cual se dará en alquiler cobrando de forma estimada el monto de \$175 mensuales para que provean diferentes tipos de comidas rápidas y bebidas de consumo popular a los estudiantes.

CUADRO N° 29 INGRESOS ANUALES POR ARRENDAMIENTO DE CAFETERÍA

INGRESO ARRENDAMIENTO DE CAFETERÍA	
Se tendrá en arrendamiento una pequeña área de cafetería por	\$175
La cual tendrá funcionamiento durante los meses de año	12
Ingreso estimado por área de cafetería	\$2,100

Fuente: Elaborado por grupo investigador

Procedimiento: Se multiplicó el valor por el cual se alquilará el espacio destinado a cafetería por los meses del año, es decir $\$175 \times 12 = \2100.00 dólares anuales.

c. PLAZA

- La sucursal efectuará sus ventas de manera directa con las personas que lleguen a las instalaciones y soliciten el servicio; se pagará en colecturía la matrícula y cuota por el módulo a cursar. No se comercializarán los servicios educativos utilizando intermediarios.
- Se realizará una alianza estratégica con una empresa de transporte para efectuar el traslado de alumnos que lo soliciten desde la institución hasta zonas cercanas de sus respectivas residencias. Este servicio estará disponible primordialmente para los últimos grupos de clases que se impartan de lunes a jueves (horario nocturno) y de forma complementaria los fines de semana. Se acordará con la compañía contratada obtener una comisión del 20% de lo cobrado a cada estudiante.

d. PROMOCIÓN

Los detalles de este apartado han sido previamente considerados en las POLÍTICAS DE INSCRIPCIÓN, ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO, de DESARROLLO DE MERCADO y ALIANZAS ESTRATÉGICAS mencionada al inicio del presente capítulo.

e. UNIDADES ADMINISTRATIVAS AUXILIARES

1. SALA DE MAESTROS

La institución poseerá un salón exclusivo para los docentes permanentes y hora clase, con una capacidad máxima de 24 personas. Esta área se usará como un medio de descanso después de haber realizado las clases y para calificar los exámenes de los estudiantes pertenecientes al grupo asignado. El detalle de los activos fijos a incluir se presenta en el cuadro No. 30.

CUADRO N° 30 MOBILIARIO DE SALA DE MAESTROS

ARTÍCULO	COSTO	UNIDADES	INVERSIÓN TOTAL
Mesas sala de reunión	\$ 400.00	3	\$ 1,200.00
Sillas	\$ 50.00	24	\$ 1,200.00
Dispensador de agua	\$ 110.00	1	\$ 110.00
Cafetera	\$ 55.00	1	\$ 55.00
Dispensero	\$ 80.00	1	\$ 80.00
Casilleros	\$ 300.00	1	\$ 300.00
Aire Acondicionado	\$ 600.00	1	\$ 600.00
TOTAL			\$ 3,545.00

Fuente: Elaborado por grupo investigador

2. OFICINAS ADMINISTRATIVAS

Al iniciar las operaciones, se programa la compra de seis escritorios y sus respectivas sillas, archiveros y otros muebles requeridos para los empleados siguientes: Gerente General, De Recursos Humanos y Financiero, Encargados de elaboración de planillas y prestaciones laborales; además del de reclutamiento, selección y evaluación el personal. El detalle de los sueldos iniciales se puede ver en Gastos de Administración (Anexo 9, Cuadro N° 5) y el

monto del activo fijo descrito está en el cuadro N° 31 y este último dato incluido en inversión inicial total (Ver Anexo 9, Cuadro N° 1)

CUADRO N° 31 MOBILIARIO DE OFICINAS ADMINISTRATIVAS

ARTÍCULO	COSTO	UNIDADES	INVERSIÓN TOTAL
Escritorios	\$ 175.00	6	\$ 1,050.00
Sillas de escritorio	\$ 80.00	6	\$ 480.00
Sillas	\$ 50.00	10	\$ 500.00
Computadoras	\$ 600.00	6	\$ 3,600.00
Muebles de computadora	\$ 70.00	6	\$ 420.00
Impresora	\$ 175.00	6	\$ 1,050.00
Archiveros	\$ 150.00	10	\$ 1,500.00
Aire Acondicionado	\$ 600.00	6	\$ 3,600.00
TOTAL			\$ 12,200.00

Fuente: Elaborado por grupo investigador

3. ÁREA DE RECEPCIÓN

Este espacio estará ubicado frente a las oficinas administrativas, en el que se ubicarán la recepcionista y la secretaria administrativa; además contará con una pequeña sala de espera en la que los usuarios u otras personas que tengan cita con el personal administrativo puedan esperar cómodamente. El detalle del sueldo inicial se puede ver en Gastos de Administración (Anexo N° 9, Cuadro N° 5) y los muebles que poseerá estas oficinas serán:

CUADRO N° 32 MOBILIARIO DE RECEPCIÓN

ARTÍCULO	COSTO	UNIDADES	INVERSIÓN TOTAL
Escritorio	\$ 175.00	2	\$ 350.00
Silla de escritorio	\$ 80.00	2	\$ 160.00
Conmutador	\$ 73.50	1	\$ 73.50
Mueble de computadora	\$ 70.00	2	\$ 140.00
Computadora	\$ 600.00	2	\$ 1,200.00
Impresora	\$ 110.00	1	\$ 110.00
Juego de Sillones (1 grande y 2 individuales)	\$ 550.00	1	\$ 550.00
mesa de centro	\$ 180.00	1	\$ 180.00
Dispensador de agua	\$ 110.00	1	\$ 110.00
Aire Acondicionado	\$ 600.00	1	\$ 600.00
TOTAL			\$ 3,473.50

Fuente: Elaborado por grupo investigador

4. BODEGA DE MANTENIMIENTO

Esta habitación será para uso exclusivo de las personas encargadas del mantenimiento y limpieza de la sucursal, donde además de tener su sede principal podrán salvaguardar las herramientas, suministros de limpieza, entre otros (Ver detalle en cuadro No. 33 y en Anexo N° 9, Cuadro N° 1).

CUADRO N° 33 MOBILIARIO DE BODEGA DE MANTENIMIENTO

ARTÍCULO	COSTO	UNIDADES	INVERSIÓN TOTAL
Estante metálico	\$ 100.00	2	\$ 200.00
Sillas	\$ 50.00	2	\$ 100.00
mesa	\$ 70.00	1	\$ 70.00
TOTAL			\$ 370.00

Fuente: Elaborado por grupo investigador

B. ESTUDIO TÉCNICO

i. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO

a. CAPACIDAD INSTALADA

La sucursal de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. contará con una capacidad limitada ya que las instalaciones a construir han sido diseñadas con un número específico de salones de clase, y cuando se llegue a una ocupación total permanente, se verá en la situación de realizar inversiones de capital adicionales, en el caso que la institución quiera ampliar la extensión inicial que se encuentre edificada.

CUADRO N°34 CANTIDAD Y TIPOS DE SALONES

TIPO DE SALÓN	INVERSIÓN TOTAL
Normal	20
Infantil	2
TOTAL	22

Fuente: Elaborado por grupo de investigación

Bajo el entendido que el centro de enseñanza de idioma inglés ofertará sus grupos de forma mensual, multiplicando esto por quince estudiantes por cada salón de clase se tiene lo siguiente:

CUADRO N° 35 OCUPACIÓN POR GRUPO DE CLASE

GRUPOS OFERTADOS MENSUALMENTE	80
ESTUDIANTES POR GRUPO DE CLASE	15
OCUPACIÓN DE ESTUDIANTES POR SALÓN POR AÑO	1200

Fuente: Elaborado por grupo de investigación

Entonces el tamaño óptimo será de 80 grupos de clase con un mínimo de 15 alumnos cada uno haciendo un total de 1,200 estudiantes durante un año, atendidos en 22 aulas de las que contará el edificio construido.

ii. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

a. MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

Se localizaron dos terrenos que actualmente se encuentran a la venta en el municipio de Santa Tecla y con cercanía a centros comerciales y zonas residenciales:

OPCIÓN “A”



Cerca de Pirámide de CITI Bank, y cuenta con una extensión de 700 v2 a \$225/v2. El costo total del inmueble es de \$157,500.00 dólares.

OPCIÓN “B”



Ubicado en carretera Panamericana frente a la Academia Panamericana de Arte Culinario “APAC”. Tiene una extensión de 1650 v2 a \$290/v2; sin embargo, por la compra total del terreno solicitan \$437,250.00 dólares.

Para encontrar la localización óptima del terreno para el centro de enseñanza de idioma inglés se han tomado en cuenta las siguientes variables que son relevantes para la ejecución del proyecto y según la importancia se le asignará un porcentaje:

Recurso humano: Tendrá un porcentaje de 35% debido a que la entidad es de servicios y por lo tanto para desempeñar sus funciones se requieren de empleados administrativos con experiencia para coordinar el funcionamiento de la sucursal, además el personal académico debe contar con formación pedagógica en la enseñanza del idioma inglés que puedan ofrecer un servicio educativo eficiente como un valor agregado a los estudiantes inscritos en la institución.

Terreno: Se le asignará un porcentaje de un 30% considerando que en el municipio de Santa Tecla existe una alta concentración de centros comerciales, escolares, zonas residenciales; además de otros sectores aledaños de la zona occidental del país; sin embargo al colocar la calificación se considerara el tamaño del terreno y la visibilidad que tendrá la sucursal a las personas.

Vías de acceso: Contará con un 20%, manteniendo en cuenta que la institución debe contar con facilidad de acceso para las personas que requieren este tipo de servicio en zonas donde converjan diversas rutas de transporte urbano.

Servicios básicos: Tendrá un porcentaje de 15% ya que ambos terrenos se encuentran en zona urbana, entre ellos se considera el acceso a electricidad, agua, telefonía e internet, ya que son elementos imprescindibles para el funcionamiento de cualquier centro educativo.

CUADRO N° 36 PONDERACIÓN DE FACTORES

Factor Relevante	Peso asignado	Opción "A"		Opción "B"	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Recursos humanos	35%	9	3.15	9	3.15
Terreno	30%	8	2.40	10	3.00
Vías de acceso	20%	7	1.40	9	1.80
Servicios básicos	15%	9	1.35	9	1.35
SUMA TOTAL	100%		8.30		9.30

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

Por medio de los datos obtenidos en el Diagnóstico del Capítulo II, se confirmó que el municipio de Santa Tecla es un lugar estratégico para llevar a cabo la apertura de un centro de enseñanza de idioma inglés y al evaluar ambos terrenos la OPCION "B", resultó más sobresaliente con una calificación de 9.30 (nueve punto treinta) en una escala del uno al diez, motivo por el cual se utilizará el terreno ubicado en la carretera Panamericana (detalles del terreno en ANEXO N° 10) para realizar las proyecciones de la inversión además de diseñar la distribución en planta de la sucursal.

iii. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA SUCURSAL PROLINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V.

FIGURA N° 3 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA EN EL PRIMER NIVEL

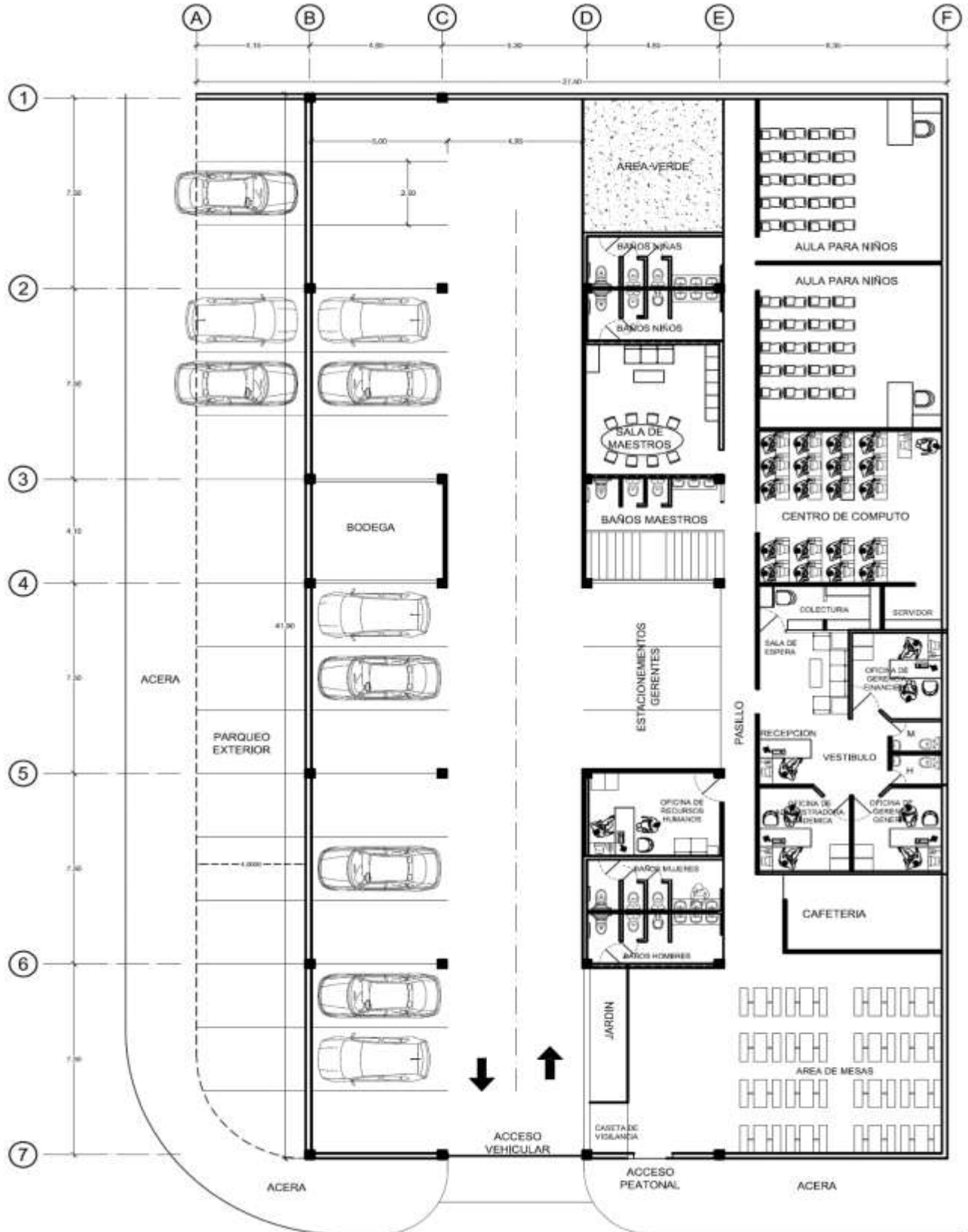


FIGURA N° 4 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA EN EL SEGUNDO Y TERCER

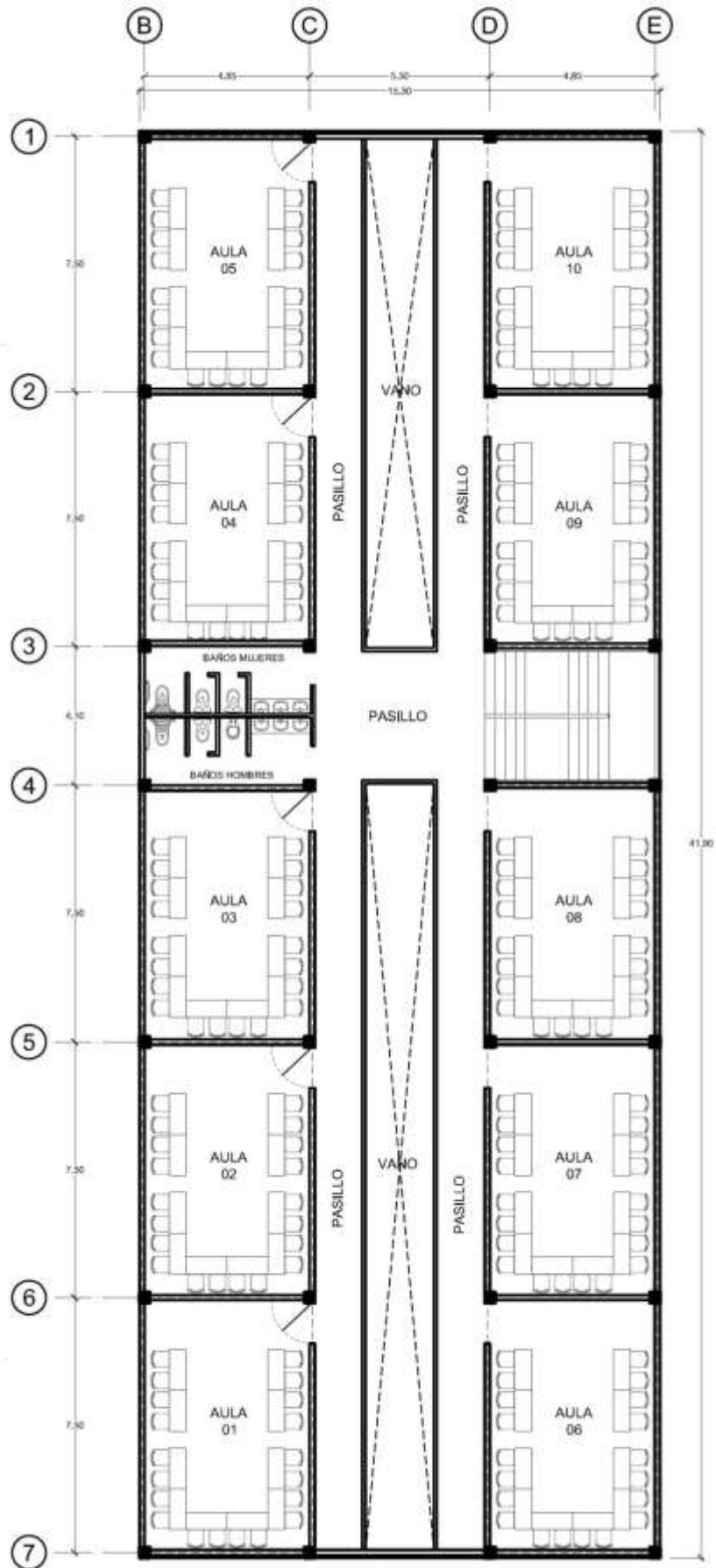
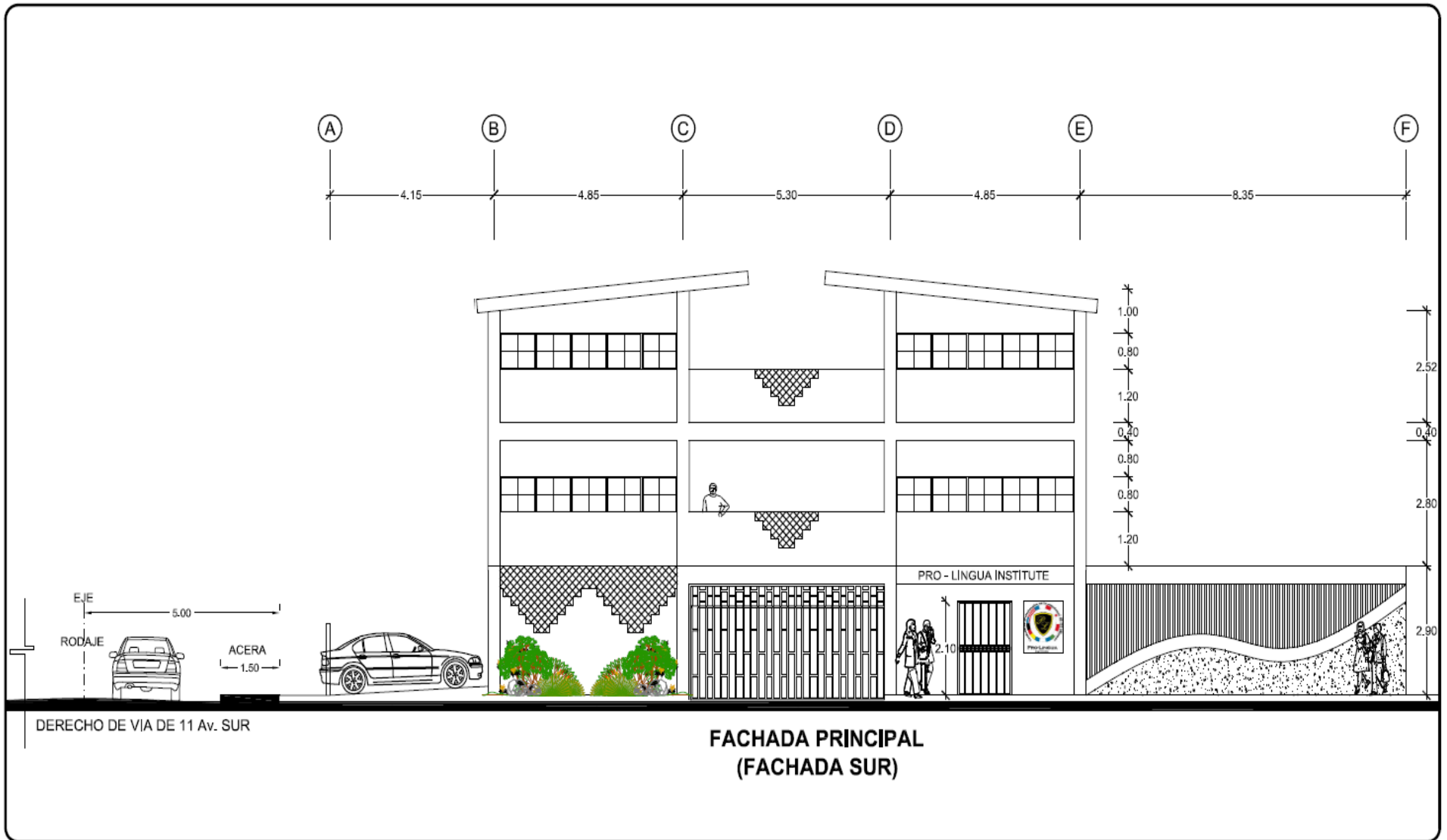


FIGURA N° 5 VISTA DE FACHADA PRINCIPAL DE LA SUCURSAL DE PRO-LINGUA ASOCIADOS EN EL MUNICIPIO DE SANTA TECLA



C. ESTUDIO FINANCIERO

i. INVERSIÓN INICIAL

Para determinar el monto total se tomaron en cuenta los siguientes rubros:

- Inversión Mobiliario, Equipo y papelería (Anexo N° 9, Cuadro N°1)
- Terreno propuesto (Anexo N° 10)
- Construcción de la obra (Anexo N° 9, Cuadro N° 2)

CUADRO N° 37 RESUMEN INVERSIÓN INICIAL

INVERSIÓN INICIAL	
COSTO COMPRA TERRENO	\$ 437,250.00
COSTO CONSTRUCCIÓN DEL EDIFICIO	\$ 1086,331.65
MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 74,806.50
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$ 1598,388.15

Fuente: Elaborado por grupo de investigación.

Al valor anteriormente expresado debe sumarse el capital de trabajo inicial (Cuadro N° 44) por \$1,125 dando como resultado un total de \$1, 599,513.15 dólares. Debe considerarse así mismo que para efectos de la depreciación deberá utilizarse el monto del cuadro N° 37 restando el valor del terreno por \$437,250.00, el cual no se deprecia porque genera plusvalía con el transcurso del tiempo, y no incluyendo también el capital de trabajo ya que se procederá a sumarlo como un ingreso más en el último año de evaluación (Ver cuadros N° 42 y N° 43: Flujo de caja del proyecto y del accionista respectivamente).

ii. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

A continuación se detalla el cómputo de cada uno de los componentes del presente estado financiero:

- **Ventas Estimadas**

Por tratarse de una inversión a futuro, las cifras mostradas sobre los ingresos parten del supuesto que se repiten los años de vida económica, por lo que se está al frente de una anualidad.

CUADRO N° 38 RESUMEN DE INGRESOS ANUALES

TIPO DE INGRESOS	TOTAL
Matrícula (Ver Cuadro N° 16)	\$12,000.00
Módulos de estudio (Ver Cuadro N° 18)	\$564,165.00
Libros infantiles (Ver Cuadro N° 19)	\$3,120.00
Libros Adolescentes (Ver Cuadro N° 21)	\$7,359.00
Libros Adultos (Ver Cuadro N° 23)	\$10,327.50
Libros Intensivos (Ver Cuadro N° 25)	\$65,475.00
Cursos de Verano (Ver Cuadro N° 26)	\$1,960.00
Club de Conversación (Ver Cuadro N° 27)	\$1,728.00
Servicio de Transporte (Ver cuadro N° 28)	\$13,860.00
Arrendamiento Cafetería (Ver Cuadro N° 29)	\$2,100.00
TOTAL ANUAL	\$682,094.50

Fuente: Elaborado por grupo investigador

- **Costo de Servicios y Gastos Operativos**

Estará conformado por las erogaciones del área administrativa en las cuales se incurrirá para la ejecución y funcionamiento del centro de enseñanza del idioma inglés (Ver detalle en el Anexo N° 9, Cuadro N°6)

- **Depreciación Anual**

CUADRO N° 39 DEPRECIACIÓN MOBILIARIO Y EQUIPO

DEPRECIACIÓN MOBILIARIO Y EQUIPO	
VALOR	\$ 74,806.50
VIDA UTIL (AÑOS)	2
CUOTA	\$ 37,403.25

Fuente: Elaborado por grupo investigador

CUADRO N° 40 DEPRECIACIÓN EDIFICIO

DEPRECIACIÓN DE EDIFICIO	
VALOR	\$ 1,086,331.65
VIDA UTIL (AÑOS)	20
CUOTA	\$ 54,316.58

Fuente: Elaborado por grupo investigador

- **Financiamiento**

Esta sección detalla el préstamo bancario sugerido a diez años de plazo en el Banco Agrícola Comercial para el proyecto de inversión en el caso que Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. no cuente con los recursos financieros necesarios para ejecutarlo. Es importante mencionar que ante cualquier cambio efectuado, el procedimiento para obtener tanto el abono a capital y el pago de los intereses respectivos en la evaluación financiera a nivel del accionista, se mantendrá conforme al modelo propuesto (ver datos principales en cuadro No. 41 y cálculos en Anexo No. 9, cuadro No. 5).

CUADRO N° 41 FINANCIAMIENTO BANCARIO PROPUESTO

Préstamo	\$ 800,000.00
Tasa de Interés	22.0%
Años	10
Amortización	\$203,915.99

Fuente: Elaborado por grupo investigador

Nota: Tasa de interés obtenida del documento “Tasas de Interés, Comisiones, Recargos y Cargos a Cuentas de Terceros. Vigentes del 1 al 31 de Julio de 2016”. De la Superintendencia del Sistema Financiero de El Salvador.

- **Flujo de Efectivo del Proyecto**

CUADRO N° 42 FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO

FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO											
FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
INGRESO		\$ 682,094.50	\$ 682,094.50	\$ 682,094.50	\$ 682,094.50	\$ 682,094.50	\$ 682,094.50	\$ 682,094.50	\$ 682,094.50	\$ 682,094.50	\$ 682,094.50
(-) MENOS											
(-) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		\$ 293,085.42	\$ 293,085.42	\$ 293,085.42	\$ 293,085.42	\$ 293,085.42	\$ 293,085.42	\$ 293,085.42	\$ 293,085.42	\$ 293,085.42	\$ 293,085.42
(-) DEPRECIACIÓN		\$ 91,719.83	\$ 91,719.83	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 297,289.25	\$ 297,289.25	\$ 334,692.50	\$ 334,692.50	\$ 334,692.50	\$ 334,692.50	\$ 334,692.50	\$ 334,692.50	\$ 334,692.50	\$ 334,692.50
(-) MENOS											
IMPUESTO SOBRE LA RENTA		\$ 89,186.77	\$ 89,186.77	\$ 100,407.75	\$ 100,407.75	\$ 100,407.75	\$ 100,407.75	\$ 100,407.75	\$ 100,407.75	\$ 100,407.75	\$ 100,407.75
UTILIDAD NETA		\$ 208,102.47	\$ 208,102.47	\$ 234,284.75	\$ 234,284.75	\$ 234,284.75	\$ 234,284.75	\$ 234,284.75	\$ 234,284.75	\$ 234,284.75	\$ 234,284.75
(+) MÁS											
PARTIDAS NO MONETARIAS		\$ 91,719.83	\$ 91,719.83	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58
FLUJO DE EFECTIVO LIBRE		\$ 299,822.31	\$ 299,822.31	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33
(-) MENOS											
VARIACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 1,125.00										\$ 1,125.00
INVERSIÓN INICIAL	-\$ 1,598,388.15										
VALOR TERMINAL											\$ 2,405,011.09
FLUJO DE EFECTIVO	-\$ 1,599,513.15	\$ 299,822.31	\$ 299,822.31	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 2,694,737.42
FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO	-\$ 1,599,513.15	\$ 299,822.31	\$ 299,822.31	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 2,694,737.42

Fuente: Elaborado por grupo de investigación

Se incluye en el año cero la inversión inicial (Ver cuadro N° 37) y el capital de trabajo (Ver cuadro N° 44). Es de considerar que este flujo de efectivo servirá para conocer la rentabilidad de la inversión a nivel del proyecto o de la dirigencia de la empresa.

- **Flujo de Efectivo del Accionista**

CUADRO N° 43 FLUJO DE EFECTIVO DEL ACCIONISTA

FLUJO DE EFECTIVO DEL ACCIONISTA											
FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
INGRESO		\$ 682,094.50	\$ 682,094.50	\$ 682,094.50	\$ 682,094.50	\$ 682,094.50	\$ 682,094.50	\$ 682,094.50	\$ 682,094.50	\$ 682,094.50	\$ 682,094.50
(-) MENOS											
(-) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		\$ 293,085.42	\$ 293,085.42	\$ 293,085.42	\$ 293,085.42	\$ 293,085.42	\$ 293,085.42	\$ 293,085.42	\$ 293,085.42	\$ 293,085.42	\$ 293,085.42
(-) DEPRECIACIÓN		\$ 91,719.83	\$ 91,719.83	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 297,289.25	\$ 297,289.25	\$ 334,692.50	\$ 334,692.50	\$ 334,692.50	\$ 334,692.50	\$ 334,692.50	\$ 334,692.50	\$ 334,692.50	\$ 334,692.50
(-) MENOS											
IMPUESTO SOBRE LA RENTA		\$ 89,186.77	\$ 89,186.77	\$ 100,407.75	\$ 100,407.75	\$ 100,407.75	\$ 100,407.75	\$ 100,407.75	\$ 100,407.75	\$ 100,407.75	\$ 100,407.75
UTILIDAD NETA		\$ 208,102.47	\$ 208,102.47	\$ 234,284.75	\$ 234,284.75	\$ 234,284.75	\$ 234,284.75	\$ 234,284.75	\$ 234,284.75	\$ 234,284.75	\$ 234,284.75
(+) MÁS: PARTIDAS NO MONETARIAS		\$ 91,719.83	\$ 91,719.83	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58
FLUJO DE EFECTIVO LIBRE		\$ 299,822.31	\$ 299,822.31	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33	\$ 288,601.33
(+) MAS											
VARIACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO	-\$ 1,125.00										\$ 1,125.00
(-) INTERESES DESPUES DE ESCUDO FISCAL		\$ 123,200.00	\$ 118,900.94	\$ 113,656.08	\$ 107,257.36	\$ 99,450.92	\$ 89,927.06	\$ 78,307.95	\$ 64,132.63	\$ 46,838.75	\$ 25,740.21
(-) ABONO A CAPITAL		\$ 27,915.99	\$ 34,057.50	\$ 41,550.15	\$ 50,691.19	\$ 61,843.25	\$ 75,448.76	\$ 92,047.49	\$ 112,297.94	\$ 137,003.48	\$ 167,144.25
INVERSION INICIAL	-\$ 1,598,388.15										
FLUJO DE EFECTIVO	-\$ 1,599,513.15	\$ 148,706.32	\$ 146,863.87	\$ 133,395.09	\$ 130,652.78	\$ 127,307.17	\$ 123,225.51	\$ 118,245.89	\$ 112,170.76	\$ 104,759.10	\$ 96,841.87
VALOR DE SALVAMENTO											\$ 807,015.55
FINANCIAMIENTO	\$ 800,000.00										
FLUJO DE EFECTIVO DEL ACCIONISTA	-\$ 799,513.15	\$ 148,706.32	\$ 146,863.87	\$ 133,395.09	\$ 130,652.78	\$ 127,307.17	\$ 123,225.51	\$ 118,245.89	\$ 112,170.76	\$ 104,759.10	\$ 903,857.41

Fuente: Elaborado por grupo de investigación

En el año cero se toma en cuenta la inversión inicial (Ver cuadro N° 37), el capital de trabajo (Ver cuadro N° 44), el abono a préstamo y el pago de intereses por el financiamiento bancario después de haber deducido el escudo fiscal (Ver Anexo N° 9 Cuadro N° 5). Es de considerar que este flujo de efectivo servirá para conocer la rentabilidad de la inversión a nivel de los accionistas o dueños de la empresa.

iii. DETERMINACIÓN DEL HORIZANTE DE VIDA

Se evaluará el proyecto de inversión para diez años con la finalidad de analizar la rentabilidad, pero se tiene entendido que seguirá operando una vez transcurrido dicho período. Este último dato se verá reflejado en el cálculo del valor terminal o de salvamento (Ver cuadros Nos. 47 y 48)

iv. CAPITAL DE TRABAJO

Se conforma por el conjunto de insumos básicos con los que se iniciará a operar (Ver cuadro N° 44).

CUADRO N° 44 CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO			
ARTÍCULO	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Caja de plumones	20	\$ 4.00	\$ 80.00
Borradores	20	\$ 5.00	\$ 100.00
Camisetas Personal	55	\$ 9.00	\$ 495.00
Papel de baño	10	\$ 5.00	\$ 50.00
Papelería		\$ 175.00	\$ 175.00
Útiles de Oficina		\$ 125.00	\$ 125.00
Materiales de Aseo		\$ 100.00	\$ 100.00
TOTAL			\$ 1,125.00

Fuente: Elaborado por el grupo de investigación

v. DETERMINACIÓN DE COSTO DE CAPITAL

Para el cálculo de la tasa de descuento a efectos de realizar la evaluación financiera se ocupará el Método de Costo de Capital Promedio Ponderado (En inglés **Weighted Average Cost of Capital**, WACC) ocupando la siguiente fórmula:

$$WACC = \left(\frac{D}{D + PN} \right) k_d (1 - T) + \left(\frac{PN}{D + PN} \right) * k_e$$

Dónde:

K_d = Costo de la deuda

t = Tasa del Impuesto sobre la Renta

D = Monto de la deuda bancaria propuesta en dólares

PN = Monto del Patrimonio Neto o dinero aportado por los dueños del proyecto.

K_e = Tasa de rendimiento exigido por los accionistas

CUADRO N° 45 ESTRUCTURA DE CAPITAL DE LA INVERSIÓN A REALIZAR

ESTRUCTURA CAPITAL		%
Deuda	\$ 800,000.00	50.02%
Aportación Propia	\$ 799,513.15	49.98%
Capital Común	\$ 1,599,513.15	100%

Fuente: Elaborado por el grupo de investigación

La aportación propia se refiere a la diferencia del préstamo bancario para cubrir el total de la inversión inicial.

CUADRO N° 46 PESOS Y COSTOS DE LA ESTRUCTURA DE CAPITAL

CONCEPTO	SIMBOLO	VALORES
Tasa de Interés*	K_d	22%
Tasa de Impuesto sobre la Renta***	t	30%
Proporción de Capital Propio	PN	49.98%
Proporción de la Deuda	D	50.02%
Costo de Recursos Propios **	K_e	12%

Fuente: Elaborado por Grupo de Investigación

*El porcentaje del Costo de la Deuda representa la tasa de interés cobrada por el préstamo bancario.

** El costo de los recursos propios es la tasa de rendimiento que la Junta Directiva de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. requiere por el capital aportado.

***Le corresponde la tasa de Impuesto sobre la Renta del 30% porque los ingresos estimados más los de la casa matriz superan los \$150,000.00 anuales que exige esta normativa para aplicar dicho porcentaje.

Realizando la sustitución en la fórmula planteada y las operaciones respectivas para obtener el Costo de Capital Promedio Ponderado (WACC, por sus siglas en inglés) da como resultado 13.70%, tasa que será ocupada para determinar el rendimiento que debe generar el proyecto de inversión a nivel de empresa, ya que para efectos del accionista se utilizará el rendimiento requerido de los dueños el cual es el 12%.

vi. DETERMINACIÓN DE VALOR DE SALVAMENTO

Según las especificaciones del proyecto de inversión, se planea seguir operando una vez haya finalizado la vida económica, por lo tanto se utilizará la fórmula de la perpetuidad (Es de aclarar que se tiene planificado que la deuda bancaria propuesta se termine de amortizar al año 10, por lo que a partir del año 11 la evaluación se efectuaría únicamente con el valor de los recursos propios o sea el 12%):

$$VT = \frac{FEn}{Ke}$$

CUADRO N° 47 VALOR DE SALVAMENTO PARA FLUJO DE EFECTIVO DEL PROYECTO

FLUJO DEL PROYECTO		
Detalle	Símbolo	Valor
Ultimo flujo en el año 10	Fn	\$ 288,601.33
Costo de Capital	k	12.00%
Valor de Salvamento		\$ 2,405,011.09

Fuente: Elaborado por Grupo de Investigación

**CUADRO N° 48 VALOR DE SALVAMENTO PARA
FLUJO DE EFECTIVO DEL ACCIONISTA**

FLUJO DEL ACCIONISTA		
Detalle	Símbolo	Valor
Ultimo flujo en el año 10	Fn	\$ 96,841.87
Tasa de Crecimiento	g	
Costo de Capital	k	12.00%
Valor de Salvamento		\$ 807,015.55

Fuente: Elaborado por Grupo de Investigación

IV. EVALUACIÓN FINANCIERA

Se efectuará una evaluación multi escenarios para distintos niveles de matrícula a fin de analizar diferentes montos de rentabilidad, tanto desde el punto de vista del proyecto como del accionista. Los detalles se presentan de la siguiente manera:

CUADRO N° 49 NIVELES DE MATRÍCULA

CONCEPTO/ CUENTA	MATRÍCULA AL	MATRÍCULA AL	MATRÍCULA AL	MATRÍCULA AL	MATRÍCULA AL	MATRÍCULA REQUERIDA
NIVELSUGERIDO	50%	60%	70%	80%	90%	100%

Fuente: Elaborado por Grupo de Investigación

Para un nivel de precios de:

CUADRO N° 50 PRECIOS POR MÓDULO DE ESTUDIO

Programas	Precio
Intensivo	\$ 49.75
Infantes	\$ 49.75
Adolescentes	\$ 49.75
Adultos	\$ 49.75

Fuente: Elaborado por Grupo de Investigación

Para facilitar los cálculos se utilizará la herramienta de Análisis de Escenarios de Microsoft Excel, la cual muestra resultados donde se pueden observar diferentes cantidades de matrícula con el respectivo Valor Actual Neto (VAN), y Tasa Interna de Retorno (TIR) bajo la óptica de los dueños como de los administradores. Se analizará con un máximo estimado de 15 estudiantes (100%) por grupo de clase.

CUADRO N° 51 ANÁLISIS DE ESCENARIOS MICROSOFT EXCEL (HOJA RESUMEN)

Resumen del escenario								
Valores actuales: NIVEL MATRÍCULA AL 50% NIVEL MATRÍCULA AL 60% NIVEL MATRÍCULA AL 70% NIVEL MATRÍCULA AL 80% NIVEL MATRÍCULA AL 90% NIVEL MATRÍCULA AL 100%								
Celdas cambiantes:								
MATRICULA_REQUERIDA	100%	50%	60%	70%	80%	90%	100%	
Celdas de resultado:								
VAN_DEL_PROYECTO	\$ 608,514.38	\$ (1,150,216.91)	\$ (798,470.65)	\$ (446,724.39)	\$ (94,978.14)	\$ 256,768.12	\$ 608,514.38	
VAN_DEL_ACCIONISTA	\$ 190,574.31	-\$ 1,741,561.31	-\$ 1,355,134.19	-\$ 968,707.06	-\$ 582,279.94	\$ 195,852.81	\$ 190,574.31	
TIR_DEL_PROYECTO	20.22%	-5.17%	2.47%	8.01%	12.58%	16.58%	20.22%	
TIR_DEL_ACCIONISTA	16.41%				-14.39%	6.60%	16.41%	

Fuente: Elaborado por Grupo de Investigación

Los datos anteriores reflejan que con una matrícula del 100% (15 estudiantes por grupo de clase) se puede implementar el proyecto, ya que representan cifras rentables tanto a nivel de proyecto como del accionista porque los Valores Actuales Netos de los flujos de efectivo tanto del proyecto como del accionista son positivos (\$608,514.38 y \$190,574.31 respectivamente) y las Tasas Internas de Retorno siempre bajo ambos puntos de vista (20.22% y 16.41% respectivamente) son mayores que el costo de capital (Ver “marco Teórico” del capítulo D). En consecuencia, al 100% de matrícula, los resultados de los indicadores mencionados reflejan valores que cumplen los requisitos financieros para afirmar que la inversión se debe ejecutar porque cumpliendo con las cifras planificadas se recuperará el dinero inicial aportado y habrá rentabilidad para todos los interesados. Es de observar que mediante el Análisis de Escenarios se pueden ponderar en este caso, diferentes montos de inscripción con sus respectivos resultados de Valor Actual Neto y Tasas Internas de Retorno, pudiendo determinar que a niveles de matrícula del 50%, 60%, 70% y 80% los valores obtenidos llevarían irremediablemente a rechazar el proyecto porque solo se generarían pérdidas, pero a partir del 90% ya es rentable pero solo a nivel de proyecto procediendo a su rechazo a nivel de accionista, lo cual servirá para que la dirigencia de Pro-Lingua Asociados S.A. pueda tomar decisiones administrativas con respecto a precios a cobrar, costos de servicios y administrativos, así como los gastos financieros (pago de intereses bancarios) a fin de volver más eficientes y productivas las cifras propuestas en el presente estudio.

V. EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.

A. EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

Se evaluó que la localización de la sucursal de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. no altere ni perjudique al entorno ecológico contribuyendo de esta forma a la preservación de los recursos medio ambientales, ya que como requisito adicional debe obtenerse el dictamen ambiental extendido por la autoridad correspondiente. También se consideró que la ubicación del proyecto no afecte a los mismos usuarios del servicio en zonas que puedan representar un daño a la salud humana. Asimismo, la institución podrá incorporar a sus empleados y alumnado a programas que tiendan a educar sobre la conservación de los recursos naturales.

B. EVALUACIÓN SOCIAL

1. SITUACIÓN CON PROYECTO

El proyecto de inversión contribuirá al desarrollo profesional de las personas matriculadas, por medio del aprendizaje del idioma inglés, ayudándoles a reunir uno de los requisitos que les permitirán convertirse en elementos claves en empresas que requieren este tipo de conocimientos complementarios, el cual mantendrá cuotas al alcance de sus respectivos niveles de ingreso, o sea que no disponen de la opción de matricularse en una institución que requiera de una mayor inversión monetaria; además que contribuirá al crecimiento económico de esta institución privada y proporcionará así mismo una fuente de empleo a recursos administrativos y de servicio, y a profesores especializados en el idioma inglés, entre otros aspectos.

2. SITUACIÓN SIN PROYECTO

- De no ejecutarse el proyecto de inversión, Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. no tendrá la oportunidad de llevar a cabo programas que tiendan a facilitar que

las personas alcancen nuevos conocimientos que les faciliten el aprovechamiento de nuevas alternativas de trabajo y con ello lograr mejores prestaciones laborales.

- No se generaría una fuente de empleo para que profesionales especializados puedan aportar sus conocimientos en cursos como Asesorías, Clubes de conversación, Programas de Inglés para el Trabajo, Cursos de Verano, entre otros.
- Al no proporcionar esa fuente de trabajo no se estaría contribuyendo que más personas participen en la cobertura de programas sociales de salud, de invalidez, vejez y muerte.
- No se operaría una academia de enseñanza del idioma inglés que esté al alcance del nivel de ingresos monetarios de población que no puede acceder a centros que demandan una mayor inversión.
- No se crearía una fuente adicional de impuestos tanto para el gobierno central como para la respectiva municipalidad.

VI. VIABILIDAD DEL PROYECTO

Aspecto Social

El idioma inglés es una herramienta que le permite a las personas el desarrollo de nuevas competencias para obtener una mejor calidad de vida en el país; lo que ha visto reflejado en una mayor cantidad de individuos de diferentes edades que demandan los servicios que brinda Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. para obtener mejores oportunidades laborales. El municipio de Santa Tecla no está exento de tal situación, ya que como se mencionó en apartados anteriores, esta ciudad es la cuarta de mayor importancia económica en El Salvador.

Aspecto Económico

Se ponderan dos puntos de vista:

- **Consumidor.** Se generará una alternativa de enseñanza del idioma inglés que se ajustará a la capacidad financiera de los usuarios que no pueden matricularse en una institución que requiere una mayor inversión monetaria; es decir, que devengan un ingreso como mínimo de \$350.00 dólares mensuales.
- **Institución.** Según la evaluación financiera por medio del análisis de los distintos niveles de matrícula, el proyecto generará la rentabilidad para recuperar los fondos invertidos por los accionistas una vez atendidas las necesidades generadas por el financiamiento de terceros; por lo tanto, será sustentable en el largo plazo.

Aspecto Técnico

- **Localización.** La ubicación donde será instalado el centro de enseñanza de idioma inglés en el municipio de Santa Tecla cuenta con facilidad de acceso para las personas que requieren este tipo de servicio debido que existe alta concentración de centros comerciales, escolares, zonas residenciales y es, además una zona donde convergen diversas rutas de transporte urbano.
- **Recurso humano.** En el mercado laboral se requieren de personas con experiencia para coordinar el funcionamiento de la sucursal, además personal académico con formación pedagógica en la enseñanza del idioma inglés que puedan ofrecer un servicio de calidad como un valor agregado a los estudiantes inscritos en la institución.

Aspecto Ecológico

La localización de la sucursal de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. no alterará ni perjudicará el entorno ecológico contribuyendo de esta forma a la preservación de los recursos medio ambientales.

VII. PLAN DE CAPACITACIÓN

1. INTRODUCCIÓN

Es necesario que el recurso humano involucrado en la ejecución del proyecto disponga de los conocimientos necesarios para que su implementación logre los resultados requeridos, por lo que se les capacitará en tópicos sobre la estructura jerárquica a aplicar así como los niveles de responsabilidad y autoridad, de comunicación, trabajo en equipo y por último sobre la diversidad de servicios educativos que brindará la academia.

2. OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar al personal los conocimientos necesarios que se deben practicar para administrar un centro de enseñanza de idioma inglés, con el propósito de lograr los objetivos institucionales y ofrecer un servicio de calidad a los usuarios.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Exponer acerca de las principales funciones y objetivos que debe cumplir un centro de enseñanza de idioma inglés para un mejor desempeño.
- Establecer los niveles jerárquicos, puestos de trabajo y respectivas responsabilidades del personal que formará parte de la institución a fin de evitar la duplicidad de actividades.
- Dar a conocer la variedad de servicios y programas educativos que mantendrá la sucursal con la finalidad que se aprovechen para motivar a los usuarios a aprender el idioma inglés.

3. RECURSOS

3.1. HUMANOS

Se impartirán los contenidos del plan de capacitación a las cuatro personas que ocuparán puestos de alta jerarquía en la sucursal del municipio de Santa Tecla, acerca del funcionamiento de una academia de enseñanza del idioma inglés que les permita llevar a cabo una eficiente gestión del recurso humano y obtener resultados que logren los objetivos propuestos de la organización.

La capacitación será llevada a cabo por dos facilitadores, de los cuales una persona de la institución expondrá lo referente al funcionamiento de la academia, la mezcla de los servicios ofertados y estructura jerárquica; y la otra por un especialista en el área de comunicación, trabajo en equipo y atención al cliente.

A los miembros de alta jerarquía de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. casa matriz, no se les impartirá la ponencia, porque cuentan con la experiencia en la administración de este tipo de institución que ofrece servicios de formación especializada tomando en consideración los años que tiene de funcionamiento la sede central; sin embargo la Vice-Presidente de la Junta Directiva será invitada para que supervise que la información brindada en la capacitación sea la que cumpla con las expectativas de la academia.

3.2.MATERIALES

Espacio físico Mobiliario y equipo: se realizará en una de las aulas de la casa matriz quien a la vez cuenta con los recursos necesarios para llevar a cabo la actividad planificada: sillas, mesas, cañones, aire acondicionado, entre otros.

Papelería: se entregará a los involucrados un paquete que contendrá el itinerario de los temas a desarrollarse junto con una libreta y bolígrafos donde puedan realizar anotaciones o las observaciones respectivas.

Refrigerio: se le entregará al personal que participará en la capacitación durante el respectivo receso.

Almuerzo: se les concederá a los asistentes de la capacitación durante la hora del medio día.

3.3.FINANCIEROS

Los fondos que se necesitarán para llevarla a cabo serán aportados por Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V.

4. PERÍODO DE DURACIÓN

Se impartirá en dos ponencias, Martes y Viernes de 8:00 am a 4:00 pm, tomando en consideración que el centro de enseñanza aún no ha iniciado operaciones. Las fechas serán acordadas por los miembros de Junta Directiva de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V.

5. ESTRUCTURA DEL PROGRAMA A IMPARTIR

Se consideraron cuatro aspectos fundamentales para un buen funcionamiento de una academia de enseñanza del idioma inglés, dos temas serán impartidos en cada día de reunión con una hora de descanso al mediodía, siendo su distribución de la siguiente manera:

5.1.PRIMERA PONENCIA

Estructura Organizativa: se explicarán en detalle cuáles serán las áreas de trabajo, funciones, responsabilidades y autoridad jerárquica que tendrá cada puesto; además de dar énfasis a realización de capacitaciones para obtener mejores resultados en cuanto a la excelencia en el servicio.

Comunicación y trabajo en equipo: se expondrá acerca de la importancia de ambos factores y como el desarrollarlos de manera adecuada contribuirá a la eficiencia de la sucursal.

5.2.SEGUNDA PONENCIA

Atención al cliente: se explicarán las principales temáticas sobre la excelencia en el servicio al consumidor, trato hacia las demás personas, ya sean alumnos o padres de familia, entre otros.

Mezcla de servicios a Ofertar: Se dará a conocer cuál es el funcionamiento de la institución en cuanto a los módulos, programas y los diversos servicios complementarios que se implementarán, así como los materiales didácticos que se deberán utilizar para asegurar a los futuros estudiantes un estándar de excelencia en los métodos de enseñanza.

5.3.SECCIONES DEL PLAN DE CAPACITACIÓN

5.3.1. CONTENIDO DE LA PONENCIA N° 1

Tema N° 1: Estructura Organizativa	
Objetivo	Dar a conocer de forma específica las áreas y funciones de trabajo propuestas para el funcionamiento de la academia de enseñanza del idioma inglés.
Día	Martes
Hora	8:00a.m a 12:00 m
Subtemas	- Áreas y funciones de trabajo - Cargos desempeñados por áreas - Capacitación de personal
Dirigido a	Los cuatro ejecutivos de la alta jerarquía a contratar para la sucursal de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V.

Fuente: Elaborado por grupo investigador

Tema N° 2: Comunicación y trabajo en equipo	
Objetivo	Exponer la importancia estratégica que tiene el sostener una adecuada comunicación interpersonal y el trabajo en equipo.
Día	Martes
Hora	1:00 p.m. a 4 p.m.
Subtemas	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es comunicación efectiva? - ¿Qué es el trabajo en equipo? - La Comunicación Como Base del Trabajo en Equipo - El trabajo en equipo y la relación con el buen desempeño
Dirigido a	Los cuatro ejecutivos de la alta jerarquía a contratar para la sucursal de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V.

Fuente: Elaborado por grupo investigador

5.3.1.1.PROGRAMACIÓN TEMA 1 Y 2

Hora	Contenido	Metodología	Responsable	Recursos
8:00 a 8:15 a.m.	Introducción	Expositiva	Vice Presidenta de Junta Directiva	
08:16 a 9:00 a.m.	Áreas y funciones de trabajo	Expositiva	Facilitador	Laptop, cañón, libretas, lapiceros, plumones, pizarra, folletos
9:01 a 9:45 a.m.	Cargos desempeñados por áreas	Expositiva	Facilitador	Laptop, cañón, libretas, lapiceros, plumones, pizarra, folletos
9:46 a 10:00 a.m.	Preguntas y respuestas	Expositiva	Facilitador y participantes	Laptop, cañón, libretas, lapicero
10:01 a 10:30 a.m.	Receso y refrigerio			
10:31 a 12:00 m.	Capacitación de personal	Expositiva	Facilitador	Laptop, cañón, libretas, lapiceros, plumones, pizarra, folletos
12:01 a 12:15 p.m.	Comentarios, preguntas y respuestas	Expositiva	Facilitador y participantes	Laptop, cañón, libretas, lapicero
12:16 a 1:00 p.m.	Almuerzo			
1:01 a 1:30 p.m.	¿Qué es comunicación efectiva?	Expositiva	Facilitador	Laptop, cañón, libretas, lapiceros, plumones, pizarra, folletos
1:36 a 2:00 p.m.	¿Qué es el trabajo en equipo?	Expositiva	Facilitador	Laptop, cañón, libretas, lapiceros, plumones, pizarra, folletos
2:01 a 2:15 p.m.	Preguntas y respuestas	Expositiva	Facilitador y participantes	Laptop, cañón, libretas, lapicero
2:16 a 2:45 p.m.	Receso y refrigerio			
2:46 a 3:05 p.m.	La Comunicación Como Base del Trabajo en Equipo	Expositiva	Facilitador	Laptop, cañón, libretas, lapiceros, plumones, pizarra, folletos
3:06 a 3:35p.m.	El trabajo en equipo y desempeño de las funciones	Expositiva	Facilitador	Laptop, cañón, libretas, lapiceros, plumones, pizarra, folletos
3:36 a 3:50 p.m.	Comentarios, preguntas y respuestas	Expositiva	Facilitador y participantes	Laptop, cañón, libretas, lapicero
3:51 a 4:00 p.m.	Palabras de agradecimiento	Expositiva	Vice Presidenta de Junta Directiva	

Fuente: Elaborado por grupo investigador

5.3.1.2.COSTOS

Los costos en los que se incurrirán son los siguientes:

Producto	Cantidad	Precio (\$)	Total
Plumones*	3	\$ 1.00	\$ 3.00
Caja de lapiceros*	1	\$ 1.50	\$ 1.50
Libreta de Apuntes*	8	\$ 0.75	\$ 6.00
Paquete de botellas de agua (12 u.)	2	\$ 2.10	\$ 4.20
Copias de diapositivas Tema 1**	8	\$ 2.50	\$ 20.00
Copias de diapositivas Tema 2	8	\$ 1.30	\$ 10.40
Refrigerio Matutino	8	\$ 2.00	\$ 16.00
Refrigerio Vespertino	8	\$ 1.50	\$ 12.00
Almuerzo	8	\$ 5.00	\$ 40.00
Facilitador Tema 2 (\$30.00 x hora)	3	\$ 30.00	\$ 90.00
TOTAL			\$ 203.10

Fuente: Elaborado por grupo investigado

*Este tipo de compra se realizará solo una vez en el proceso de capacitación.

**Los documentos se entregaran en el inicio de cada Tema, es decir dos tipos diferentes en el día y respectivos a su ponencia. Este proceso durará hasta finalizar la capacitación.

5.3.2. CONTENIDO DE LA PONENCIA N° 2

Tema N° 3: Atención al cliente	
Objetivo	Exponer las principales temáticas sobre la excelencia en el servicio al consumidor y como convertirlo en una "Cultura Permanente" en la entidad para superar las expectativas de los clientes
Día	Viernes
Hora	8:00 a.m. a 12 m.
Subtemas	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es el servicio al cliente? - ¿Cómo reconocer las exigencias y necesidades del mercado actual? - Tipos de Clientes y como tratarlos - Claves para brindar una atención de calidad al cliente - ¿Cómo crear una "Cultura Permanente" en la excelencia en el servicio?
Dirigido a	Los cuatro ejecutivos de la alta jerarquía a contratar para la sucursal de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V.

Fuente: Elaborado por grupo investigador

Tema N° 4: Mezcla de servicios a Ofertar	
Objetivo	Dar a conocer el funcionamiento de la institución en cuanto a los módulos, programas a impartir y los diversos servicios complementarios que se implementarán en la sucursal a operar.
Día	Viernes
Hora	1:00 p.m. a 4:00 p.m.
Subtemas	- Módulos Ofertados - Tipos de Programas - Servicios Complementarios
Dirigido a	Los cuatro ejecutivos de la alta jerarquía a contratar para la sucursal de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V.

Fuente: Elaborado por grupo investigador

5.3.2.1.PROGRAMACIÓN TEMA 3 Y 4

Hora	Contenido	Metodología	Responsable	Recursos
8:00 a 8:15 a.m.	Introducción	Expositiva	Vice Presidenta de Junta Directiva	
08:16 a 8:50 a.m.	¿Qué es el servicio al Cliente?	Expositiva	Facilitador	Laptop, cañón, libretas, lapiceros, plumones, pizarra, folletos
8:51 a 9:20 a.m.	¿Cómo reconocer las exigencias y necesidades del mercado actual?	Expositiva	Facilitador	Laptop, cañón, libretas, lapiceros, plumones, pizarra, folletos
9:21 a 9:35 a.m.	Preguntas y respuestas	Expositiva	Facilitador y participantes	Laptop, cañón, libretas, lapicero
9:36 a 10:00 a.m.	Tipos de Clientes y como tratarlos	Expositiva	Facilitador	Laptop, cañón, libretas, lapiceros, plumones, pizarra, folletos
10:01 a 10:30 a.m.	Receso y refrigerio			
10:31 a 11:15 a.m.	Claves para brindar una atención de calidad al cliente	Expositiva	Facilitador	Laptop, cañón, libretas, lapiceros, plumones, pizarra, folletos
11:16 a 12:00 m	¿Cómo crear una “Cultura Permanente” en la excelencia en el servicio?	Expositiva	Facilitador	Laptop, cañón, libretas, lapiceros, plumones, pizarra, folletos
12:01 a 12:15 p.m.	Comentarios, preguntas y respuestas	Expositiva	Facilitador y participantes	Laptop, cañón, libretas, lapicero
12:16 a 1:00 p.m.	Almuerzo			
1:01 a 1:45 p.m.	Módulos Ofertados	Expositiva	Facilitador	Laptop, cañón, libretas, lapiceros, plumones, pizarra, folletos
1:46 a 2:30 p.m.	Tipos de Programas	Expositiva	Facilitador	Laptop, cañón, libretas, lapiceros, plumones, pizarra, folletos
2:31 a 2:40 p.m.	Preguntas y respuestas	Expositiva	Facilitador y participantes	Laptop, cañón, libretas, lapicero
2:41 a 3:00 p.m.	Receso y refrigerio			
3:01 a 3:30 p.m.	Servicios Complementarios	Expositiva	Facilitador	Laptop, cañón, libretas, lapiceros, plumones, pizarra, folletos
3:31 a 3:50 p.m.	Comentarios, preguntas y respuestas	Expositiva	Facilitador y participantes	Laptop, cañón, libretas, lapicero
3:51 a 4:00 p.m.	Palabras de agradecimiento	Expositiva	Vice Presidenta de Junta Directiva	

Fuente: Elaborado por grupo investigador

5.3.2.2.COSTOS

Producto	Cantidad	Precio (\$)	Total
Copias de diapositivas Tema 3	8	\$ 1.20	\$ 9.60
Copias de diapositivas Tema 4	8	\$ 2.30	\$ 18.40
Refrigerio Matutino	8	\$ 2.00	\$ 16.00
Refrigerio Vespertino	8	\$ 1.50	\$ 12.00
Almuerzo	8	\$ 5.00	\$ 40.00
Facilitador Tema 3 (\$30.00 x hora)	4	\$ 30.00	\$ 120.00
TOTAL			\$ 216.00

Fuente: Elaborado por grupo investigador

PRESUPUESTO

A continuación, se presenta el costo total de la capacitación:

N° Tema	Tema	Total
1	Estructura Organizativa	\$ 203.10
2	Comunicación y trabajo en equipo	
3	Mezcla de servicios a Ofertar	\$ 216.00
4	Atención al cliente	
TOTAL		\$ 419.10

Fuente: Elaborado por grupo investigador

VIII. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DEL MODELO CAPACITACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LA SUCURSAL DE PROLINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V.

1. Introducción.

A continuación se presentan las diferentes actividades que deberán realizarse para operar el estudio de factibilidad con el objetivo de poner en funcionamiento el proyecto en cuestión; seguidamente se detallan los requerimientos necesarios para llevar a cabo el programa y un cronograma que muestra el período de realización de las acciones.

2. Objetivos

2.1. General

Diseñar un plan para Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. que permita planificar la implementación del proyecto de inversión de un centro de enseñanza del idioma inglés en el municipio de Santa Tecla.

2.2. Específicos.

- Determinar los recursos humanos y técnicos necesarios para la operacionalización del estudio de factibilidad propuesto.
- Definir las etapas que comprenderá el plan de implementación previo a ser autorizado por la Junta Directiva de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V.
- Elaborar el cronograma que comprenda las fases para ejecutarlo y el lapso correspondiente a su respectiva revisión.

3. Recursos.

3.1. Humanos

Se empleará a cuatro personas que ocuparán puestos de la alta jerarquía los cuales se encargarán del desarrollo del centro de enseñanza del idioma de inglés.

3.2. Técnicos

Para la implementación de la herramienta la institución ya cuenta con equipo informático que facilitará la realización de las actividades establecidas, no obstante habrá que efectuar previamente erogaciones de papelería y útiles para la impresión del presente proyecto.

4. Etapas del Plan de Implementación

Para ejecutarlo es necesaria la autorización de la Junta Directiva de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. para realizar las diferentes actividades que se detallan a continuación:

- **Introducción:** Se entregará a la Junta Directiva de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. el documento que contenga la propuesta del proyecto de inversión.
- **Revisión y estudio del proyecto:** la junta directiva examinará el documento y realizará las respectivas observaciones.
- **Aprobación y autorización:** Al terminar las correcciones que se señalen en la etapa anterior, se procede a la aceptación y validación de la propuesta por parte de la Junta Directiva.
- **Capacitación:** Se iniciará con el reclutamiento y selección del personal de alta jerarquía en la sucursal, en donde se les brindará una capacitación sobre los conocimientos que necesitaran para administrar un centro de enseñanza del idioma inglés.
- **Ejecución:** En esta etapa se pondrá en marcha el instrumento administrativo descrito, mediante el uso de las herramientas gerenciales que faciliten la comprensión y compromiso de todas las áreas de la empresa.
- **Evaluación y seguimiento:** Se deberá verificar que los resultados cumplan con las especificaciones establecidas, por el contrario, se procederá a tomar acciones correctivas pertinentes para superar las deficiencias encontradas.

5. Cronograma.

A continuación se detalla las actividades a realizarse para efectuar el proyecto al siguiente año (2017):

CUADRO N° 9 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA INICIAR OPERACIONES EN LA SUCURSAL DEL MUNICIPIO DE SANTA TECLA.

N°	ACTIVIDAD	ENERO					FEBRERO				MARZO					ABRIL				MAYO					JUNIO				
		SEMANAS					SEMANAS				SEMANAS					SEMANAS				SEMANAS					SEMANAS				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	
1	Introducción																												
2	Revisión y estudio del proyecto																												
3	Aprobación y autorización																												
4	Capacitación																												
5	Ejecución																												
6	Evaluación y seguimiento																												

Fuente: Elaborado por grupo investigador

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- Andrade Simón. Diccionario de Economía. Editorial Andrade. Tercera Edición. 2008.
- Armstrong Gary, Kotler Philip. Fundamentos de Marketing. México. Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V. Décimo primera edición. 2013
- Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de proyectos, México, D.F. editorial McGraw-Hill/INTERAMERICA. Séptima edición, 2010.
- Bonta Patricio y Otros. 199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad. España. Norma Editorial. Primera Edición. 2003.
- Fernández Espinoza, Saúl. Los Proyectos de Inversión. Costa Rica. Editorial Tecnológica. Primera Edición. 2007.
- Fornos Gómez, Manuel de Jesús. Administración Financiera II. El Salvador. Editorial Ediciones Contables. Segunda Edición. 2015.
- Gitman, Lawrence. Principios de la Administración Financiera. México. Editorial Pearson, Décimo segunda edición. 2012.
- Lira Briceño, Paul. Evaluación de Proyectos de Inversión. Perú. Editorial Universidad Peruana Ciencias Aplicadas. Primera Edición. 2013.
- Marín, Nicolás y Otros. Evaluación de Inversiones Estratégicas. Colombia. Editorial LID. Primera Edición. 2014.
- Morales Castro, José Arturo y otros. Proyectos de Inversión: Evaluación y Formulación. México. Editorial McGraw Hill. Primera Edición, 2009.
- Sanclemente Daza, Martha Lucía. Formulación y Evaluación de Proyectos: Más que un Proyecto, Un Plan de Negocio. Colombia. Editorial Universidad del Cauca. Primera Edición. 2009.
- Sapag Chain, Nassir. Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación. Chile. Editorial Pearson Educación. Segunda Edición, 2011.
- Sampieri Hernández, Roberto. Metodología de la Investigación, Editorial McGraw-Hill, Sexta Edición, México. 2014

REGLAMENTOS Y LEYES

- “Constitución de la República de El Salvador”. Decreto Constituyente N° 234 (1983) publicado en el D.O. N° 234. Reformado según Publicación D.O. No. 112 del 19 de junio de 2014.
- “Ley Contra el Lavado de Dinero y de Activos”. Decreto Legislativo No. 498 (1998) Reformado según publicación en D.O. No. N° 173, del 23 de septiembre de 2015.
- “Ley General de Educación de El Salvador”. Decreto Legislativo N°917 (1996) Reformado según Publicación en D.O. No.218 del 26 de noviembre de 2015.
- “Ley del Impuesto Sobre la Renta y su Reglamento”. Decreto Legislativo N° 117 (1991) Reformado según Publicación D.O. No. 142 de 31 de julio de 2014.
- “Ley del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios”. Decreto Legislativo N° 296 (1992) Reformado según publicación en D.O. No 146 del 14 de agosto de 2015.
- “Ley de Medio Ambiente” Decreto Legislativo N° 776 (1998) Reformado según publicación en D.O. No. 211, del 12 de noviembre de 2012.
- “Ley de Registro de Comercio”. Decreto Legislativo No. 271 (1973) Reformado según publicación en D.O. No. 120, del 27 de junio de 2008.
- “Ley del Seguro Social”. Decreto de Ley No. 1263 (1953) Reformado según publicación en D.O. No.154, del 22 de agosto de 2012.
- “Ley del Sistema de Ahorro para Pensiones”. Decreto Legislativo No. 927 (1996) Reformado según publicación en D.O. No. 192, del 30 de marzo de 2012.
- “Ley de Protección al Consumidor”. Decreto Legislativo N° 776 (2005) Reformado según publicación en D.O. No. 88, del 19 de febrero de 2013.
- “Código de Comercio”. Decreto Legislativo No. 671 (1970) Reformado según publicación en Diario Oficial No. 120, del 27 de junio de 2008.
- “Código Municipal”. Decreto Legislativo No. 274 (1986) Reformado según publicación en D.O. No. 30, del 13 de febrero de 2015.

- “Código de Trabajo”. Decreto Legislativo No. 15 (1972) Reformado según publicación en D.O. No. 10, del 15 de enero de 2016.

REVISTAS

- “La administración de la educación no formal aplicada a las organizaciones sociales: Aproximaciones teórico-prácticas”. REVISTA EDUCACION por Luján Ferrer, Manuel Enrique. Costa Rica, Universidad de Costa Rica Vol. 34, 2010.

PAGINAS WEB

- <http://definicion.mx/sistema-educativo/>
- <http://www.fundemac.org/punto-de-partida/>
- http://www.unesco.org/bpi/pdf/memobpi55_NFE_es.pdf
- <http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>
- <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>
- <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>
- <http://www.aulafacil.com/cursos/119687/empresa/organizacion/gestion-de-proyectos/etapas-de-un-proyecto-idea-identificacion-del-proyecto>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2016. Perfil de Estratos Sociales en América Latina: Pobres, Vulnerables y Clases Medias. Recuperado de http://www.sv.undp.org/content/el_salvador/es/home/library/poverty/perfil-de-estratos-sociales-en-america-latina--pobres--vulnerabl.html
- Significado de Método Científico: Qué es un Método Científico. Recuperado de <http://www.significados.com/metodo-cientifico/>
- Hernández Meléndrez, Edelsys. Metodología de la Investigación: Cómo Escribir una Tesis, 2006. Recuperado de http://biblioteca.ucv.cl/site/servicios/documentos/como_escribir_tesis.pdf

- Directorio de empresas Dirección General de Estadísticas y Censos 2012 (DIGESTYC). Recuperado de <http://www.digestyc.gob.sv/index.php/novedades/publicaciones/category/45-directorio-de-empresas.html>

OTROS

- Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2014. Dirección General de Estadísticas y Censos de El Salvador.
- Memoria de Labores Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. (2015)

ANEXOS

ANEXO N° 1

CÁLCULO DE LA “POBLACIÓN OCUPADA” DE SANTA TECLA

Por medio de la Encuesta de Hogares de Propósitos múltiples del 2014, se obtuvieron datos que son de interés primordial para la realización del presente proyecto de inversión.

En primer lugar, se estableció que un total de “774,851 personas habitan en el departamento de La Libertad y 136,945 en el municipio de Santa Tecla”⁴⁷. En segundo lugar “la Población Ocupada perteneciente al departamento de La Libertad está compuesta por 334,842 personas”⁴⁸, dato que ayudó a establecer la Población Ocupada perteneciente al municipio de Santa Tecla independientemente del sueldo que devenguen, como se demuestra en el cuadro N°1:

CUADRO N° 1. DETERMINACIÓN DE POBLACIÓN OCUPADA

Depto./municipio	Población Total	Población Ocupada
LA LIBERTAD	774,851	334,842
Santa Tecla CÁLCULOS	136,945 0.177	59,179

Fuente: Elaborada por el grupo investigador

Al dividir la población de Santa Tecla entre la del Departamento La Libertad, se obtuvo un resultado de 0.177, multiplicando este valor por el Total de la Población Ocupada del departamento, se obtuvo un monto de 59,179 individuos que representan a los habitantes que actualmente cuentan con un empleo y devengan un salario en la localidad mencionada.

⁴⁷ Dirección General de Estadísticas y Censos. PUBLICACION_EHPM_2014. *Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples El Salvador 2014*. pág. 5 Recuperado de

<http://www.digestyc.gob.sv/index.php/temas/des/ehpm/publicaciones-ehpm.html>

⁴⁸ *Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples El Salvador (2014)*. Op. Cit., Pág. 106.

ANEXO N° 2

CÁLCULO DE LA POBLACIÓN OCUPADA DE CLASE MEDIA EN EL MUNICIPIO DE SANTA TECLA

A través de una entrevista realizada a la Vice-Presidenta de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. se llegó a la conclusión que las personas que pueden costear sus estudios complementarios en este Centro de Enseñanza son aquellos que se catalogan como Clase Media, los cuales, de forma agregada, según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), para América Latina y el Caribe son aquellos que poseen un salario comprendido de \$300.00 a \$1500.00 dólares mensuales; por lo que para el objetivo del presente estudio se consideró clasificar como Clase Media a la Población Ocupada que devenga un salario de \$350.00 mensuales en adelante.

CUADRO N° 2. SALARIOS PROMEDIO MENSUAL DE LA POBLACIÓN OCUPADA POR RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA DE EL DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD

RAMA ACTIVIDAD ECONÓMICA	Salarios mensuales Promedios (Dólares)	Población Ocupada departamento de La Libertad	Población ocupada clase media dpto. La Libertad	Población ocupada clase baja dpto. La Libertad
Agricultura y Ganadería	\$ 142.08	52,862		52,862
Pesca	\$ 258.38	1,185		1,185
Explotación de minas y Canteras	\$ 184.21	358		358
Industria Manufacturera	\$ 264.85	60,961		60,961
Suministradores Electricidad, Gas y Agua	\$ 510.23	1,084	1,084	
Construcción	\$ 296.01	18,402		18,402
Comercio Hoteles y Restaurantes	\$ 288.51	98,294		98,294
Transporte , almacenamiento y común	\$ 345.79	13,907		13,907
Intermediación Financiera e inmobiliario	\$ 399.56	22,922	22,922	
Administración Publica y defensa	\$ 527.06	15,013	15,013	
Enseñanza	\$ 530.80	9,987	9,987	
Servicios comunales, Sociales y salud	\$ 317.28	23,566		23,566
Hogares con Servicio doméstico	\$ 138.55	15,908		15,908
OTROS	\$ 905.44	393	393	
TOTAL		334,842	49,399	285,443

Fuente: Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples El Salvador (2014). Páginas 106 y 111.

Filtrada la información en el cuadro No. 2, se puede observar que de las 334,842 personas que se encuentran categorizadas como Población Ocupada en el departamento de La Libertad, solamente 49,399 de ellas corresponden a la Clase Media con un salario mensual de \$350 en adelante. A causa de que esta es la cantidad a nivel departamental y la que se pretende obtener es con respecto al Municipio de Santa Tecla; se multiplicó dicha cantidad por el porcentaje poblacional de este municipio (17.7%), partiendo del supuesto que, para el caso de la Población Ocupada se mantiene la misma proporción del total de la población del municipio de Santa Tecla con respecto al total de la población del departamento de La Libertad, obtenido en el CUADRO N° 1. De manera que el resultado obtenido será la población Ocupada a estudiar según las características enunciadas; los cálculos se presentan en el Cuadro N° 3:

CUADRO N° 3. POBLACIÓN OCUPADA POR CLASE SOCIAL

Clase Social según salario mensual	Porcentaje Poblacional de Santa Tecla	Población Ocupada La Libertad	Población Ocupada Santa Tecla
Clase Baja - \$0 a \$350 mensuales	0.177	285,443	50,448
Clase Media - \$350 a \$1500 mensuales	0.177	49,399	8,731
Total Población Ocupada Santa Tecla		334,842	59,179

Fuente: Elaborada por el grupo investigador

Por lo tanto, se llega a la conclusión que en promedio, la Población Ocupada de Clase Media que reside en el municipio de Santa Tecla con un salario superior a los \$350.00 dólares mensuales ascienden a un aproximado de 8,731 habitantes, cifra que determina la cantidad de personas que actualmente formarán parte del universo a investigar.

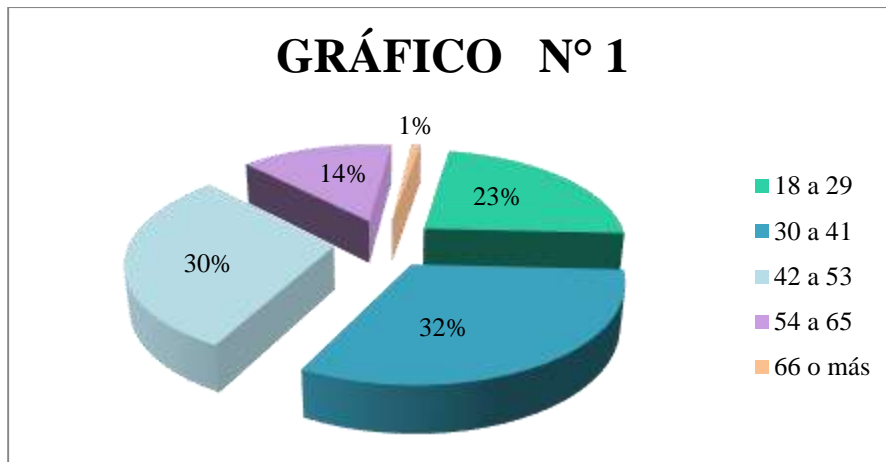
ANEXO N° 3

TABULACIÓN ENCUESTA A POBLACIÓN OCUPADA

Pregunta número 1: Edad

Objetivo: Identificar la edad del segmento de mercado que se pretende alcanzar con la apertura de una sucursal.

CUADRO N° 1			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	18 a 29	26	23%
2	30 a 41	36	32%
3	42 a 53	34	30%
4	54 a 65	16	14%
5	66 o más	1	1%
TOTAL		113	100%



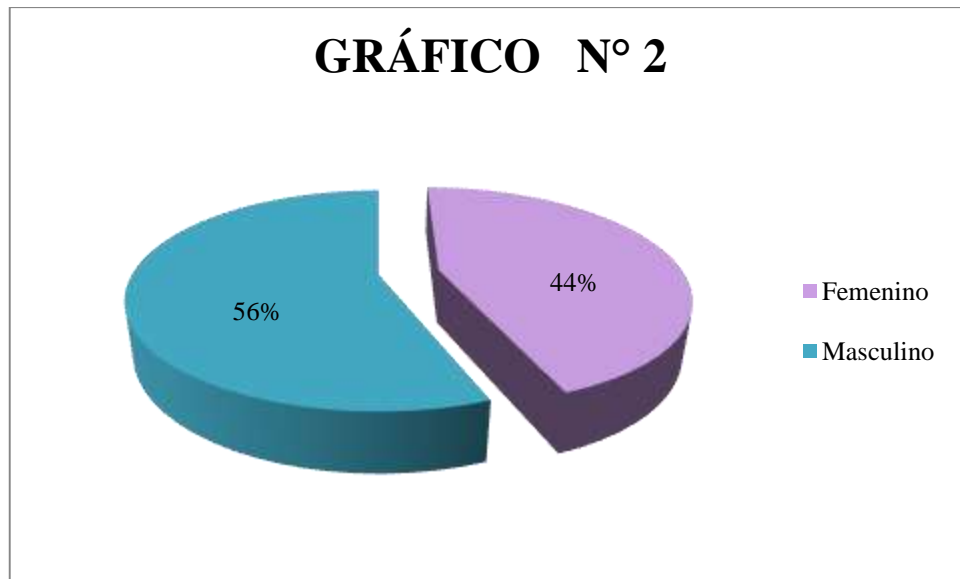
Interpretación: Del total de los encuestados, el 32% se encuentran entre los 30 a 41 años de edad, el 30% de 42 a 53, el 23% de 18 a 29, el 14% de 54 a 65 y el 1% con 66 o más, población que se ha tomado en consideración para el presente estudio, ya que se parte del supuesto que entre esos rangos de edades, por lo general, las personas están desempeñando una actividad laboral en diversas actividades económicas y que por lo tanto experimentan la necesidad de aprender un segundo idioma como lo es el inglés

para el desarrollo de las competencias laborales y aprovechar mejores oportunidades de trabajo.

Pregunta número 2: Sexo

Objetivo: Determinar la cantidad de clientes potenciales por género.

CUADRO N° 2			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Femenino	50	44%
2	Masculino	63	56%
TOTAL		113	100%

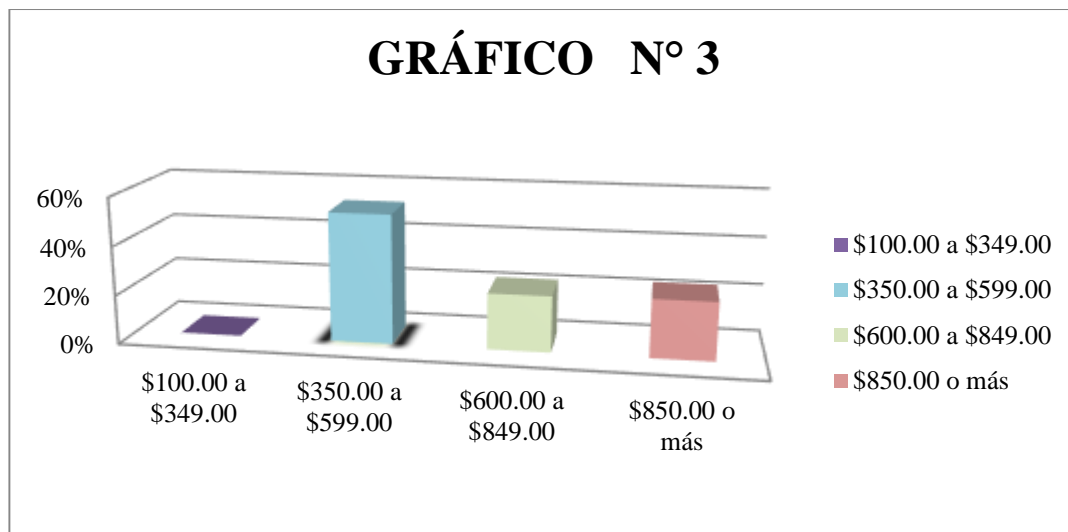


Interpretación: Del total de los interrogados el 56% pertenecen al género masculino y un 44% al femenino, datos que reflejan que los clientes potenciales están constituidos por personas de ambos sexos, que experimentan la necesidad de una superación personal mediante el aprendizaje de un segundo idioma.

Pregunta número 3: Rango ingreso mensual

Objetivo: Estimar la capacidad económica de los posibles clientes.

CUADRO N° 3			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	\$100.00 a \$349.00	0	0%
2	\$350.00 a \$599.00	60	53%
3	\$600.00 a \$849.00	26	23%
4	\$850.00 o más	27	24%
TOTAL		113	100%

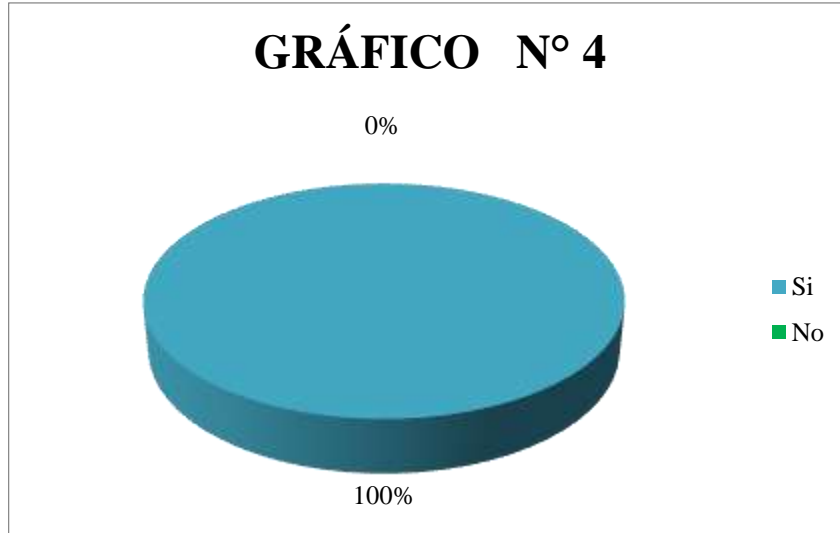


Interpretación: Del total de los consultados, el 53% devenga un promedio de ingresos mensuales de \$350.00 a \$599.00 dólares, un 24% es mayor a los \$850.00 y un 23% de \$600.00 a \$849.00. Esta información confirma que en el municipio de Santa Tecla existe una población ocupada categorizada como de clase media; que según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) es aquella que percibe ingresos superiores a \$300.00 dólares mensuales, pero para el presente estudio se utilizará aquellos que devengan un salario mayor a las \$350.00 dólares mensuales, es decir, que por devengar un nivel de sueldo mayor al mínimo establecido por el gobierno, desempeñan un tipo de labores donde con mayor frecuencia experimentan la necesidad de aprender un segundo idioma como lo es el inglés a fin de desarrollar mejores competencias profesionales.

Pregunta número 4: ¿Considera que es importante aprender un segundo idioma como lo es el inglés? ¿Por qué?

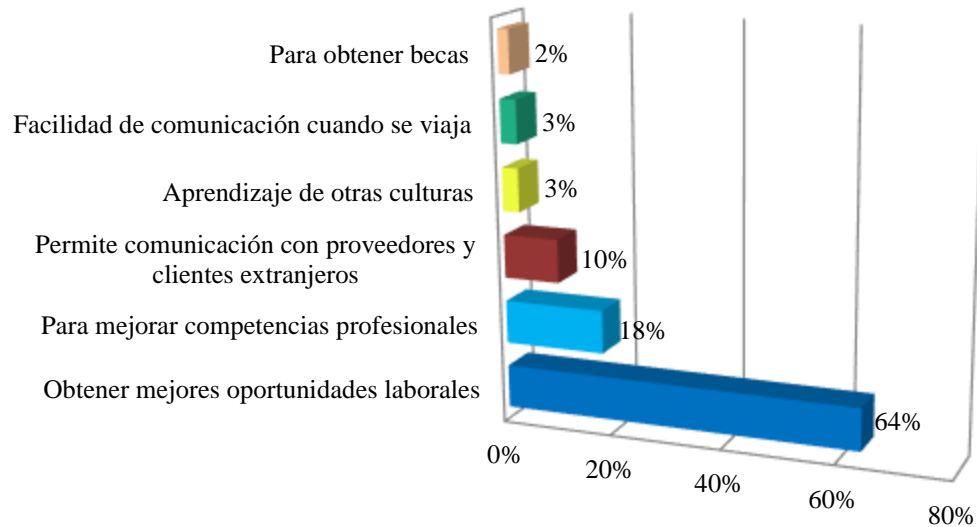
Objetivo: Conocer el énfasis que la población le da al aprendizaje de un lenguaje diferente al español.

CUADRO N° 4			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	113	100%
2	No	0	0%
TOTAL		113	100%



CUADRO N° 5			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Obtener mejores oportunidades laborales	72	64%
2	Para mejorar competencias profesionales	21	18%
3	Permite comunicación con proveedores y clientes extranjeros	11	10%
4	Aprendizaje de otras culturas	4	3%
5	Facilidad de comunicación cuando se viaja	3	3%
6	Para obtener becas	2	2%
TOTAL		113	100%

GRÁFICO N° 5

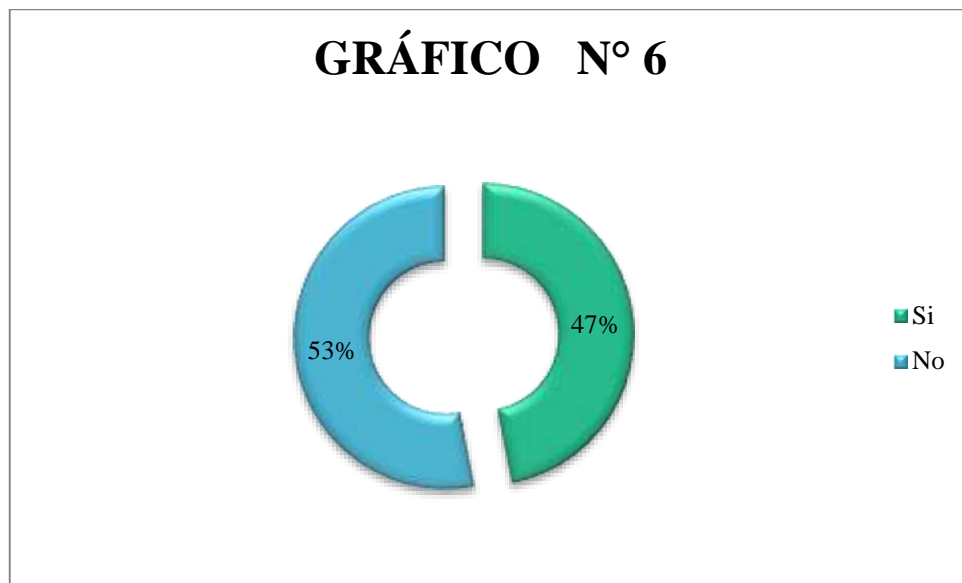


Interpretación: El 100% de los encuestados afirmaron que tener conocimientos sobre un segundo idioma es de gran importancia, y al mencionar la razón de la relevancia, el 64% dijo que por fines laborales, el 19% indicó que el ser bilingüe es una herramienta de vital importancia para conformar las competencias profesionales y un 10% les resulta conveniente porque así pueden mantener una buena comunicación con proveedores y clientes extranjeros; finalmente los porcentajes restantes y que son menores declararon que son otras causas las que les motivan tal aprendizaje, de esta forma el 4% aclaró que aprenderlo contribuye a conocer más sobre otras culturas; un 3% porque le facilita la comunicación con otras personas cuando deciden realizar turismo y el 2% considera que sería de utilidad para poder obtener becas de estudio en el extranjero. Lo mencionado corrobora primordialmente que la población que devenga un salario mayor de \$350.00 dólares mensuales percibe la necesidad de aprender un segundo idioma para obtener una plaza de trabajo con mejores oportunidades de ingreso, lo que confirma la existencia de clientes potenciales que Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. puede atender con la sucursal que planifica operar en el municipio de Santa Tecla.

Pregunta número 5: ¿Ha tenido alguna formación en el idioma inglés?

Objetivo: Conocer la cantidad de la población especializada en el idioma inglés.

CUADRO N° 6			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	53	47%
2	No	60	53%
TOTAL		113	100%



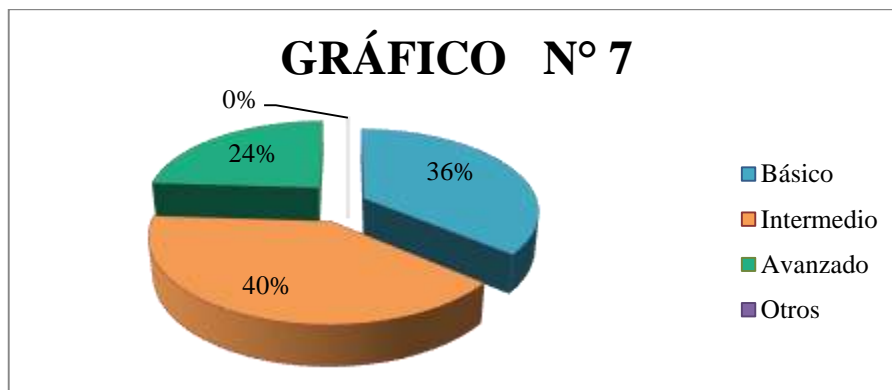
Interpretación: Del total de los interrogados, el 53% de las personas afirmaron que no tienen alguna formación en el idioma inglés, dato que representa a la población que se considera como un mercado potencial el cual Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. puede cubrir con sus programas de nivel Básico a fin de introducirlos al aprendizaje de dicho lenguaje para posteriormente aplicarlos al Intermedio y finalmente al Avanzado. Por otra parte un 47% aseguró haber recibido cursos en una academia especializada, mercado que se puede cubrir identificando el nivel de formación que poseen para ubicarlos en la categoría superior que les correspondan.

Si su respuesta es negativa pasar a la pregunta 12, caso contrario continúe con la pregunta 6.

Pregunta número 6: ¿Qué nivel de inglés domina actualmente?

Objetivo: Conocer el grado de preparación que tienen las personas en el conocimiento del idioma inglés.

CUADRO N° 7			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Básico	19	36%
2	Intermedio	21	40%
3	Avanzado	13	24%
4	Otros	0	0%
TOTAL		53	100%

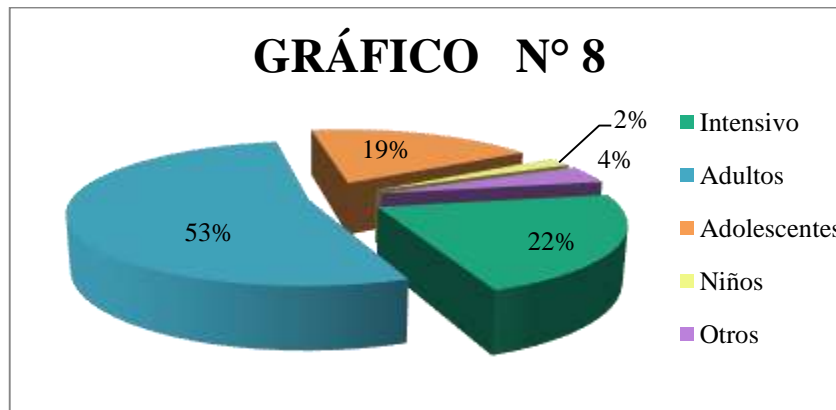


Interpretación: El 76% a nivel global de los encuestados que han experimentado una especialización en el idioma inglés no lo dominan completamente, ya que el 36% afirmó que han cursado el nivel básico y un 40% el intermedio; situación que permite conocer la existencia de una población que presenta la necesidad de dar continuidad y seguimiento a los niveles superiores respectivos. Finalmente el 24% pertenece al grupo de personas con un grado avanzado en dicha formación, dato que servirá de fundamento para diseñar la oferta educativa a brindar a los que han estudiado el nivel superior con servicios adicionales como el Club de conversación, Tutorías, Acceso a centros de computación para que practiquen con programas interactivos el idioma inglés, entre otros, todo con la finalidad de que el proyecto de operar una agencia en Santa Tecla sea rentable.

Pregunta número 7: ¿Qué modalidad de estudio cursó?

Objetivo: Conocer los programas a los que han asistido las personas.

CUADRO N° 8			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Intensivo	12	22%
2	Adultos	28	53%
3	Adolescentes	10	19%
4	Niños	1	2%
5	Otros	2	4%
TOTAL		53	100%



Interpretación: De las personas que sostuvieron haber efectuado estudios del idioma inglés, el 53% han realizado cursos en la modalidad de adultos, un 22% en el programa intensivo, un 19% en la etapa de adolescentes, un 4% hizo mención que sus estudios habían sido realizados como carrera universitaria y finalmente un 2% en el área infantil, información que servirá de base para que la sucursal que planifica operar Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. pueda enfocarse principalmente en los niveles para adultos e intensivos debido que son las categorías que presentan una mayor demanda; así también realizar un plan promocional para hacer énfasis en los programas destinados a los menores de edad, que según opinión de los clientes son los que mantienen una baja demanda, situación que se verá reflejada en el estudio de mercado del proyecto de inversión a diseñar.

Pregunta número 8: ¿Considera que debe mejorar su aprendizaje en alguna de las siguientes áreas?

Objetivo: Identificar aspectos en los que la población considera que debe reforzar su aprendizaje del idioma Inglés.

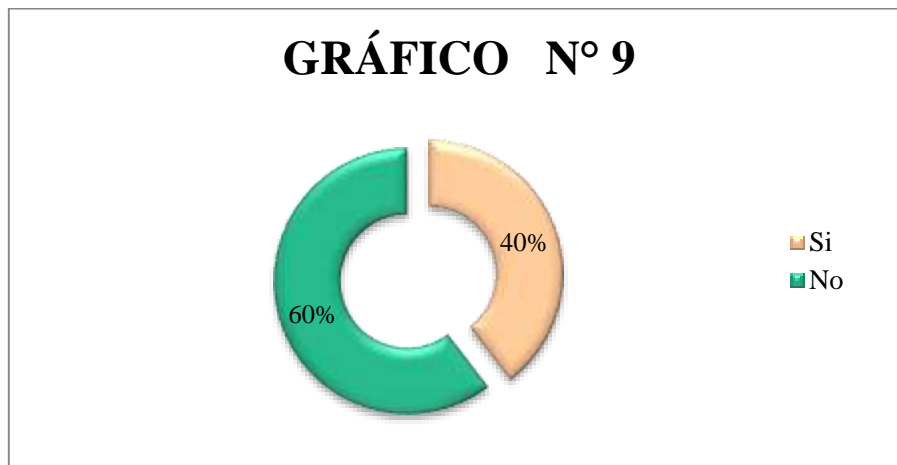
CUADRO N° 9			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Comprensiva	11	21%
2	Escrita	13	25%
3	Verbal	14	26%
4	Todas las anteriores	18	34%

Interpretación: El 34% aseguró que necesita mejorar en todos los aspectos esenciales para aprender el idioma inglés, el 26% consideraron que necesitan dominar la parte verbal porque presentan dificultad en la pronunciación, el 25% indicaron que la parte escrita es una de las áreas que necesitan mejorar para formar una correcta estructura gramatical, y un 21% determinaron que su limitante consiste en la comprensión del idioma porque existe una interferencia debido a la forma en cómo se estructuran las frases y los párrafos de un lenguaje con respecto al otro, situación que se será aprovechada para diseñar la oferta educativa a promover mediante el proyecto de inversión proponiendo programas de enseñanza de acuerdo al área que necesitan reforzar los investigados que ya cursaron un determinado nivel.

Pregunta número 9: ¿Culminó la modalidad que cursaba?

Objetivo: Conocer la cantidad de personas que finalizaron sus estudios complementarios.

CUADRO N° 10			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	21	40%
2	No	32	60%
TOTAL		53	100%



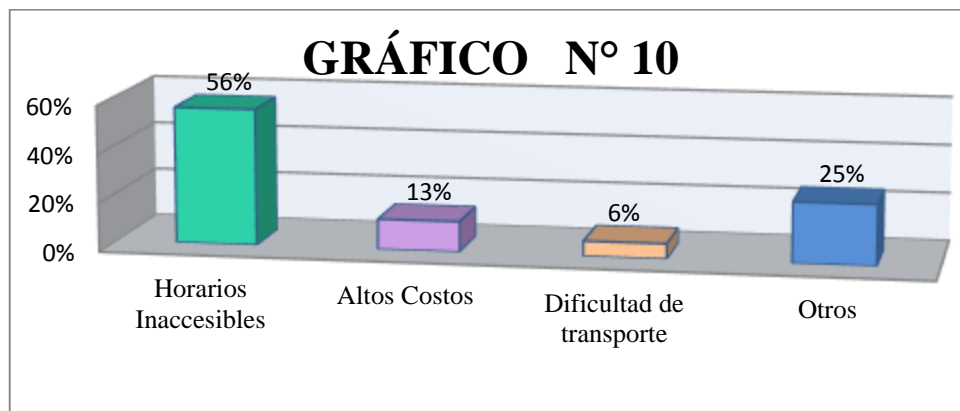
Interpretación: Del total de interrogados que han llevado a cabo cursos del idioma inglés, el 60% aseguró que no completaron sus estudios y un 40% confirmaron que finalizaron la modalidad en la que se encontraban inscritos; lo que complementa lo concluido en la pregunta anterior, de que Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. a través de la apertura de una sucursal en el municipio de Santa Tecla puede aprovechar esta situación adicional de que la mayoría no finalizó la modalidad en que estaba inscrita para diseñar un plan promocional en el estudio de mercado del proyecto de inversión que motive a estas personas a continuar con el aprendizaje que no pudieron culminar, además de la oferta educativa que se requiere para que puedan mejorar el área que los educandos consideren necesaria.

Si su respuesta es negativa pasar a pregunta 10, caso contrario pasar a la 11

Pregunta número 10: ¿Cuál fue la causa por la que no fue posible finalizar sus estudios?

Objetivo: Identificar qué condiciones impidieron concluir con el aprendizaje del idioma inglés.

CUADRO N° 11			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Horarios Inaccesibles	18	56%
2	Altos Costos	4	13%
3	Dificultad de transporte	2	6%
4	Otros	8	25%
TOTAL		32	100%



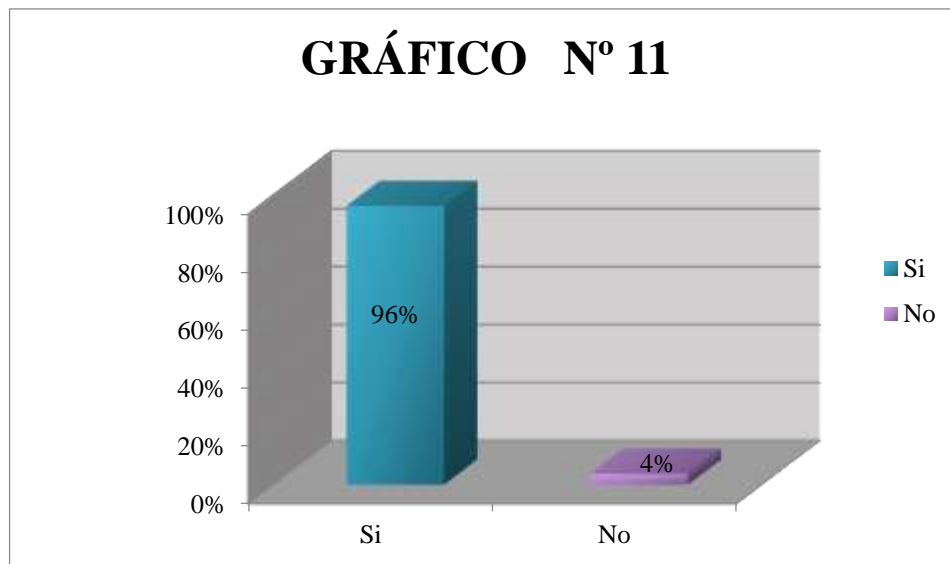
Interpretación: Del total de encuestados que no pudieron culminar sus estudios en el idioma inglés, el 56% mencionó que la causa que ocasionó tal situación fueron los horarios inaccesibles que coincidían con sus jornadas de trabajo o estudios superiores; sin embargo el 25% declaró una serie de razones, siendo en su mayor parte los motivos personales, falta de interés en aprenderlo y por la deficiencia del docente en la metodologías a la hora de impartir las clases; finalmente en porcentajes menores manifestaron en un 13%, los altos costos de matrícula y escolaridad que tenían que incurrir, así como el elevado valor de los materiales didácticos que debían adquirir como apoyo al respectivo plan de estudios; y el 6% restante, debido a la dificultad de transporte personal. Todo lo mencionado anteriormente indica que al establecer una sucursal en el municipio de Santa Tecla, la institución debe priorizar abrir grupos de

clase con horarios flexibles para los que trabajan, además que sea accesible geográficamente para los que tienen problemas de transporte; y que en forma adicional, el centro de enseñanza de idioma inglés debe ofrecer cuotas al alcance de acuerdo a los niveles de ingreso de los posibles estudiantes; es decir, alumnos que no disponen de los recursos monetarios para matricularse en una institución que requiera de una mayor inversión financiera.

Pregunta número 11: ¿Estaría interesado a reiniciar, reforzar o continuar con sus estudios del idioma inglés?

Objetivo: Conocer si las personas a pesar de haber comenzado o completado sus estudios en el idioma inglés están interesados en continuarlos.

CUADRO N° 12			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	51	96%
2	No	2	4%
TOTAL		53	100%



Interpretación: Del total de los consultados que han recibido cursos en el idioma inglés, el 96% declaró que están interesados en terminar o reforzar sus estudios y un 4%

no pretende continuarlos; datos que demuestran que la mayoría de la población no se encuentra satisfecha con la formación que obtuvieron y por lo tanto respalda, que a pesar de haber realizado estudios previos en diferentes instituciones enfrentan la necesidad de reforzar las áreas en las que presentan deficiencias y están dispuestos a realizarlo, por lo que en el estudio de mercado del proyecto a diseñar deberán enfocarse también con un programa publicitario y servicios educativos que se distingan de los ofertados por la competencia.

En caso de ser afirmativa favor pase a la pregunta 14, caso contrario pasar a la pregunta 23

Pregunta número 12: ¿Qué motivos le han obstaculizado el que pudiera especializarse en idioma inglés?

Objetivo: Determinar las razones que han impedido a las personas a adquirir llevar a cabo un aprendizaje en un segundo idioma.

CUADRO N° 13			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Altos Costos	29	48%
2	Horarios Inaccesibles	23	38%
3	Dificultad de Transporte	5	8%
4	Otros	7	12%

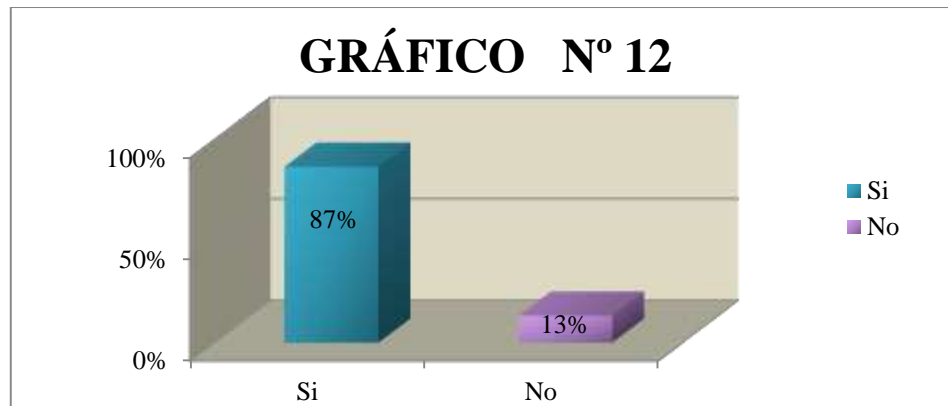
Interpretación: Del total de encuestados que no han tenido una formación especializada en el idioma inglés, el 48% manifestó que una de las razones principales han sido los altos costos de la matrícula y escolaridad que exigen en la duración del programa en el que se inscriben además de incurrir en la inversión adicional de libros requeridos en los diferentes módulos. Por otra parte, el 38%, expresó que los horarios que les han ofrecido son incompatibles con su respectivo tiempo disponible; no obstante, el 12%, diversificó sus motivos expresando que las razones fueron por falta de motivación e interés que han tenido en conocer sobre este idioma; finalmente el 8% declaró que se ha debido a las

dificultades de transporte personal. Datos que se considerarán a fin de completar el diseño del estudio de mercado y de la ubicación geográfica que se planifican realizar.

Pregunta número 13: ¿Estaría interesado en aprender idioma inglés?

Objetivo: Conocer si las personas que no han llevado a cabo un curso sobre el idioma inglés cuentan con la disposición de aprenderlo.

CUADRO N° 14			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	52	87%
2	No	8	13%
TOTAL		60	100%



Interpretación: Del total de las personas que no han recibido una formación especializada en el idioma inglés, el 87% aclaró que están dispuestos a formarse en dicha lengua debido que es un requisito primordial para aspirar a mayores oportunidades de trabajo, siendo además una herramienta fundamental para interactuar con otras personas; mientras que el 13% restante expresó que no están interesados por aprenderlo, situación que demuestra que existe un mercado potencial aún con los que nunca han recibido preparación en el idioma inglés, por lo que la oferta a diseñarse en el proyecto de inversión debe adaptarse a las circunstancias que les han impedido el poder realizar dicha actividad, que como puede observarse son las mismas que expresaron los que ya cursaron este tipo de estudios.

NOTA: Si su respuesta fue negativa pasar a la pregunta 23, caso contrario proceda con la siguiente, a partir del número 14 se formulará tanto a los que ya han cursado el idioma inglés como los que nunca lo han hecho pero que están dispuestos a aprender.

Pregunta número 14: ¿Por qué razón desearía aprender o reforzar su conocimiento en idioma inglés?

Objetivo: Determinar las causas por la que los clientes desean iniciar o continuar con los estudios del idioma inglés.

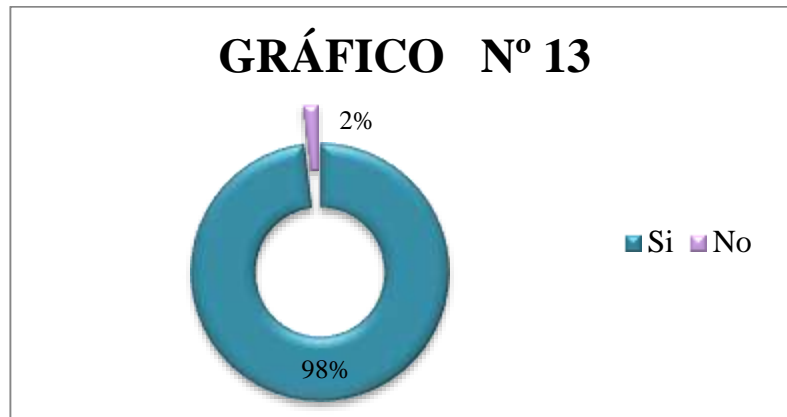
CUADRO N° 15			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Trabajo	78	76%
2	Estudio	17	17%
3	Turismo	19	18%
4	Otros	9	9%

Interpretación: De los encuestados que se encuentran interesados en retomar o dar inicio con su formación en la enseñanza del idioma inglés, el 76% manifestó que la causa que lo motiva es su propio desarrollo profesional a fin de acceder a nuevas plazas de trabajo donde se requiere de este tipo de conocimientos especializados, en tanto el 18% para comunicarse con otras personas, el 17% con fines académicos ya que teniendo el conocimiento y dominio de otro idioma pueden aspirar a becas de estudio en el extranjero y finalmente el 9% restante para adquirir nuevos conocimientos a nivel general.

Pregunta número 15: ¿Le interesaría la apertura de una academia de inglés ubicada en el municipio de Santa Tecla?

Objetivo: Conocer el nivel de interés acerca del establecimiento de una institución de idiomas en el municipio de Santa Tecla.

CUADRO N° 16			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	101	98%
2	No	2	2%
TOTAL		103	100%

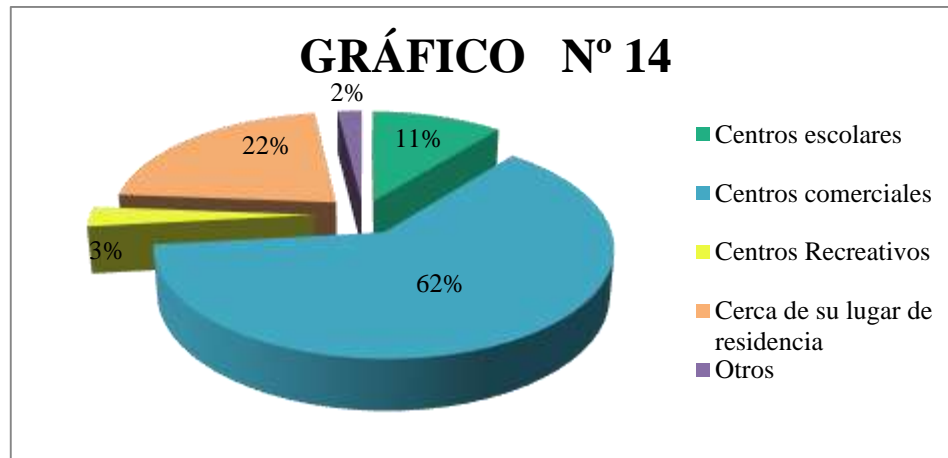


Interpretación: Del total de encuestados que indicaron que les interesaría dar inicio o retomar sus estudios en el idioma inglés, el 98% se mostró favorable con la apertura de una academia especializada en este idioma en el municipio de Santa Tecla y al 2% restante le es indiferente. Dato que demuestra la factibilidad de la ubicación geográfica de las instalaciones físicas de la sucursal que Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. planifica operar, ya que como se observa cuenta con la aceptación de las personas que ya han recibido enseñanza previa además de los que nunca han recibido educación de este tipo.

Pregunta número 16: ¿Cerca de qué lugares le gustaría que estuviera ubicada?

Objetivo: Conocer la ubicación específica que los interesados espera que tenga una academia especializada en el idioma inglés.

CUADRO N° 17			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Centros escolares	11	11%
2	Centros comerciales	63	62%
3	Centros Recreativos	3	3%
4	Cerca de su lugar de residencia	22	22%
5	Otros	2	2%
TOTAL		101	100%



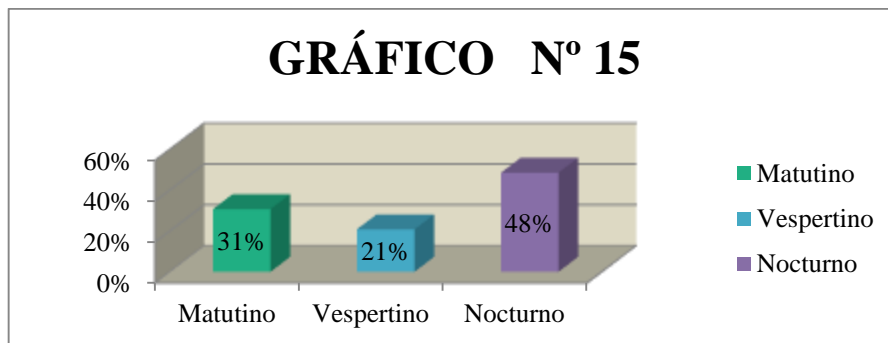
Interpretación: De los interrogados que expresaron que están dispuestos a continuar o reiniciar con sus estudios en el idioma inglés, el 62% dijo que la institución propuesta debería estar ubicada cerca de centros comerciales por ser lugares estratégicos que atraen grandes cantidades de personas residentes o no del municipio, el 22% considera que debe estar aledaño a residencias porque les sería más fácil desplazarse del domicilio al establecimiento, el 11% cerca de centros escolares, con una participación del 3% en zonas recreativas y el 2% restante en las zonas centrales del municipio. Dicha información es un indicador que sugiere la ubicación geográfica para la sucursal que Pro-Lingua debe considerar, debido que también el sitio mencionado con mayor énfasis

o sea los centros comerciales, cuentan con la facilidad de acceso de diferentes rutas de transporte de pasajeros urbanos.

Pregunta número 17: Si decidiera entrar a una academia de inglés, ¿Cuáles de los siguientes horarios le resultaría más factibles?

Objetivo: Identificar los horarios de mayor interés y accesibilidad para los usuarios de los servicios.

CUADRO N° 18			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Matutino	31	31%
2	Vespertino	21	21%
3	Nocturno	49	48%
TOTAL		101	100%



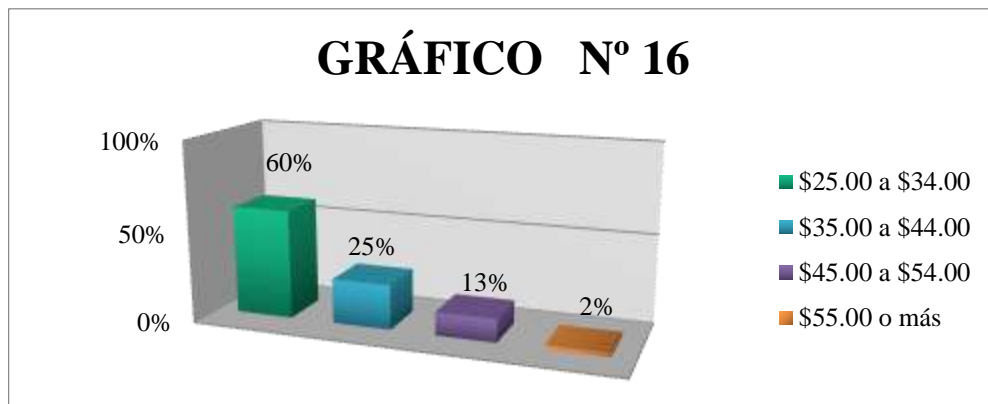
Interpretación: De los consultados con interés de reforzar o iniciar con el aprendizaje del idioma Inglés, el 48% consideró que el horario nocturno les resulta más factible para asistir a una institución de enseñanza de idioma inglés, debido que la mayoría cuentan con jornadas laborales que les imposibilita realizar otras actividades, mientras que el 31% prefirió optar por un horario matutino puesto que poseen tiempo disponible para asistir a clase y posteriormente realizar sus obligaciones; y el 21% restante, un horario vespertino. Es por ello que, Pro-Lingua Asociados S.A de C.V. deberá considerar que las personas requieren la oferta académica principalmente de horarios durante la mañana y la tarde porque les permiten llevar a cabo de manera simultánea sus labores junto con los estudios según la academia que elijan; además debe promover la inscripción a los

módulos ofertados en jornadas de la tarde por medio de promociones o servicios adicionales, ya que son grupos que se observan con una baja demanda en comparación con los otros dos .

Pregunta número 18: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada módulo de estudio?

Objetivo: Estimar el nivel de inversión que el cliente podría realizar en su educación complementaria.

CUADRO N° 19			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	\$25.00 a \$34.00	61	60%
2	\$35.00 a \$44.00	25	25%
3	\$45.00 a \$54.00	13	13%
4	\$55.00 o más	2	2%
TOTAL		101	100%



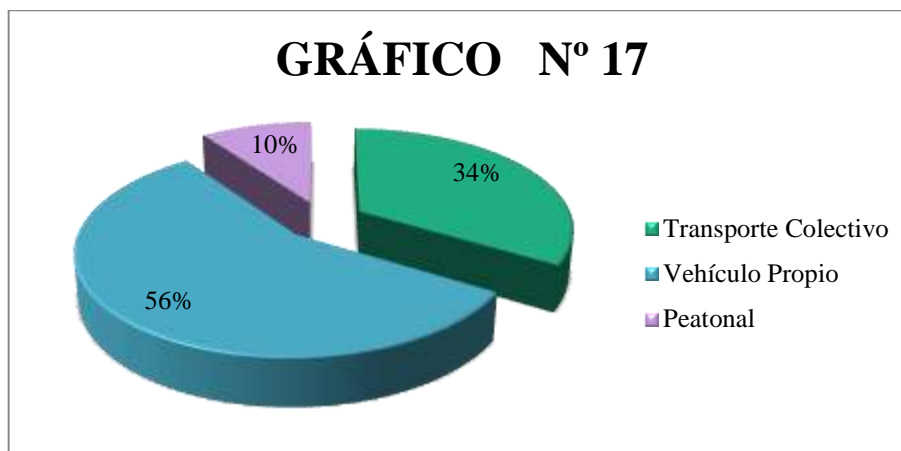
Interpretación: De los encuestados que desean continuar o iniciar con estudios de inglés, el 60% aclaró que la cuota por módulo que están dispuestos a cancelar está entre los rangos de \$25.00 a \$34.00 dólares. El 25% seleccionó de \$35.00 a \$44.00 dólares porque suponen que esto exige la mayoría de las academias de idioma inglés. El 13% eligió de \$45.00 a \$54.00 puesto que consideran que este es el costo mínimo que las instituciones de mayor inversión solicitan por este tipo de servicio y finalmente el 2% optó por una cuota mayor a \$55.00 ya que esperan recibir un servicio de mejor calidad con maestros especializados y métodos didácticos de aprendizaje equivalente a la cantidad pagada. Esta información debe tomarse en cuenta al diseñar el estudio de

factibilidad antes mencionado, a fin de elaborar el estado de flujo de efectivo del proyecto y del accionista, cálculos que se utilizan para determinar si el proyecto se acepta o rechaza.

Pregunta número 19: ¿Qué medios de transporte utilizaría para llegar a la institución?

Objetivo: Determinar los medios de transporte que utilizarían los usuarios para desplazarse a la Institución.

CUADRO N° 20			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Transporte Colectivo	34	34%
2	Vehículo Propio	57	56%
3	Peatonal	10	10%
TOTAL		101	100%



Interpretación: El 56% de los usuarios interesados en retomar o iniciar con el estudio del idioma inglés afirmó que poseen un vehículo propio, es decir que no tendrían ningún problema para trasladarse desde su domicilio o lugar de trabajo hacia la institución; mientras que el 34% manifestó que utilizarían el transporte colectivo y el 10% la vía peatonal. Dicha información indica que para la propuesta del proyecto de inversión se deberá considerar que las instalaciones físicas contengan un área donde los usuarios puedan estacionar su vehículo mientras reciben sus respectivas clases; así también tomar

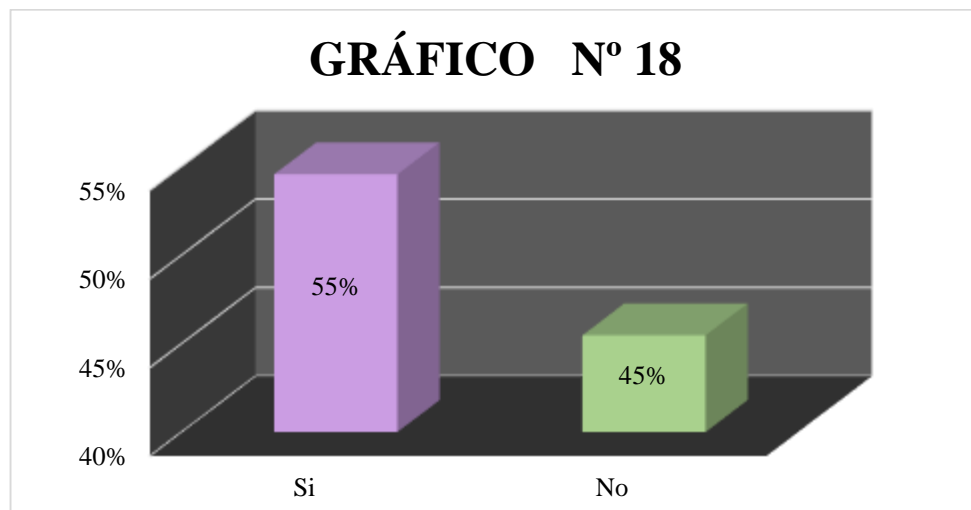
en cuenta que por las personas que utilizarán medios alternativos de transporte, la ubicación geográfica de la sucursal debe ser accesible a rutas urbanas.

Si su respuesta fuera “peatonal o transporte colectivo” proceda a la siguiente pregunta, caso contrario pase a la número 23

Pregunta número 20: ¿Estaría interesado en que la academia le proporcione un servicio de transporte hacia el lugar de residencia con un cargo adicional a la matrícula y escolaridad cobrada?

Objetivo: Conocer el nivel de aceptación para proporcionar servicios de transporte por parte de la academia de enseñanza del idioma inglés.

CUADRO N° 21			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	24	55%
2	No	20	45%
TOTAL		44	100%



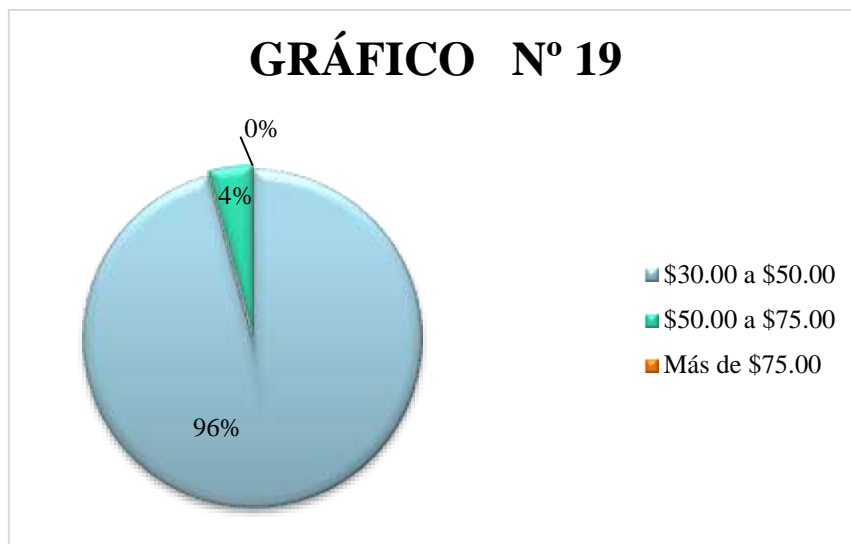
Interpretación: Del total de encuestados, un 55% manifestó que les interesa el servicio de transporte proporcionado por la institución y un 45% aseveró que no lo usarían. Esto indica que existe una cantidad proporcional de personas que consideran necesario que la institución disponga de un medio de transporte privado que les facilite el traslado a áreas aledañas a su zona de residencia cobrando un cargo adicional a la cuota por módulo; por

consiguiente Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. podría optar por brindar nuevos servicios adicionales bajo la modalidad mencionada, situación que se evaluará en el estudio de mercado del proyecto de inversión a elaborar.

Pregunta número 21: ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por este servicio de transporte?

Objetivo: Determinar el precio que los futuros clientes están dispuestos a cancelar por el servicio de transporte en caso sea suministrado por la academia.

CUADRO N° 22			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	\$30.00 a \$50.00	23	96%
2	\$50.00 a \$75.00	1	4%
3	Más de \$75.00	0	0%
TOTAL		24	100%



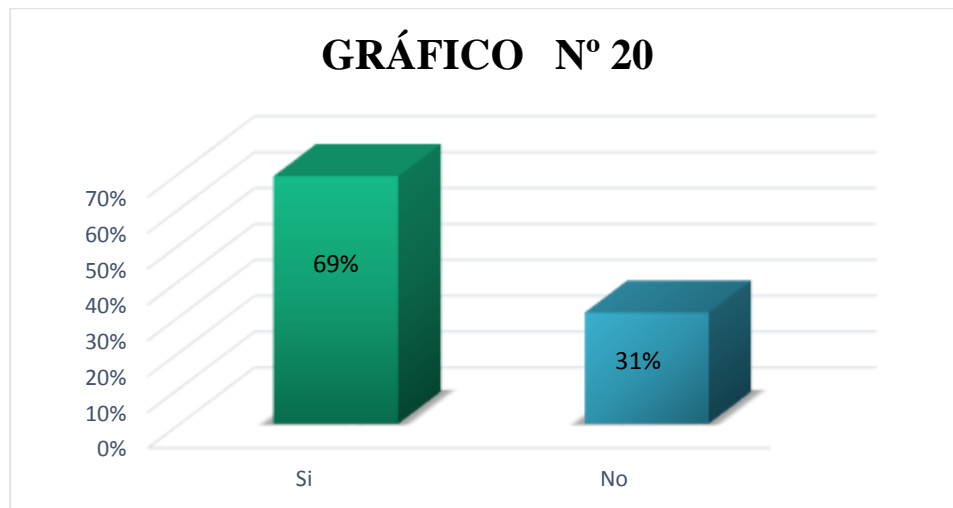
Interpretación: Del total de interrogados que utilizarían el servicio de transporte, el 96% estaría dispuesto a cancelar un aproximado de \$30.00 a \$50.00 dólares mensuales y el 4% restante de \$50.00 a \$75.00 dólares. Dicha información refleja una opción para Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. de brindar servicios de transporte para aquellas personas que no disponen de vehículo propio y que están dispuestos a pagar un costo

adicional para trasladarse desde las instalaciones de la institución hacia un punto cercano a su residencia, variable que se incluirá en los flujos de efectivo del accionista y de la empresa a fin de evaluar si el servicio propuesto genera un valor agregado al proyecto de inversión.

Pregunta número 22: ¿Usted tiene hijos mayores de siete años de edad?

Objetivo: Identificar la cantidad de personas en el municipio de Santa Tecla mayores de siete años de edad.

CUADRO N° 23			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	78	69%
2	No	35	31%
TOTAL		113	100%



Interpretación: Según los datos obtenidos de las personas que están interesadas en aprender el idioma inglés como de aquellos que no lo están, el 69% afirmó que tienen hijos mayores de siete años de edad y un 31% no los tiene. Mediante esta información se identifica que además de poseer población adulta interesada en aprender dicha lengua para incrementar sus competencias profesionales y con la capacidad económica para costearlo, existe otro segmento de mercado a considerar, el cual Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V. puede cubrir por medio de la oferta educativa de sus programas tanto para

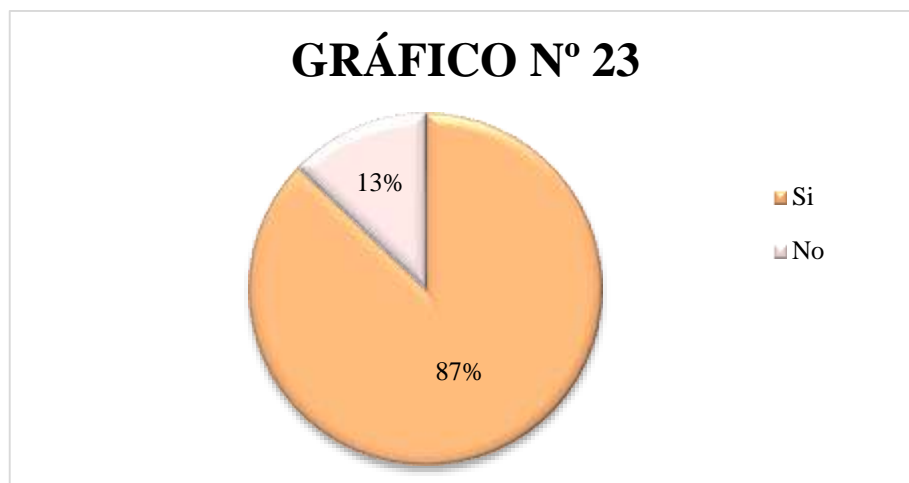
niños mayores de siete años de edad como para adolescentes, además de promover servicios adicionales como Cursos de Verano donde se dé a conocer la metodología de enseñanza de la institución para este grupo en exclusivo.

Si su respuesta ha sido negativa proceda a la pregunta 25

Pregunta número 23: ¿Es de su interés que sus hijos/as mayores de siete años de edad aprendan el idioma inglés?

Objetivo: Conocer el grado de interés que posean las personas sobre el aprendizaje del idioma ingles para sus hijos.

CUADRO N° 24			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	68	87%
2	No	10	13%
TOTAL		78	100%



Interpretación: Del total de encuestados que afirmaron que tienen hijos mayores de siete años de edad, un 87% se encuentran interesados en que aprendan el idioma inglés y el 13% restante mencionó no están interesados por el hecho que sus hijos ya son mayores de edad y por consiguiente toman sus propias decisiones sobre lo que estudiarán. A través de esta información se pueden identificar que las personas conocen la importancia de aprender una segundo idioma, además de ser una herramienta vital

para lograr mejores condiciones de vida y por lo tanto están dispuestos a costear estudios complementarios que les permitan a sus hijos mayores de siete años de edad desarrollar competencias que en el campo laboral les servirán para obtener mayores oportunidades de crecimiento.

Nota: A partir de esta pregunta, se tomará en cuenta la opinión del total de encuestados ya sea que están interesados o no en aprender el idioma inglés.

Pregunta número 24: ¿Cuál de las siguientes instituciones de enseñanza de idioma inglés conoce?

Objetivo: Determinar las instituciones de enseñanza de idioma inglés con mayor reconocimiento por las personas del municipio de Santa Tecla.

CUADRO N° 25			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Academia Europea	97	86%
2	ITCA	83	73%
3	Centro Cultural	55	49%
4	Prolingua Institute	28	25%
5	Educlase	6	5%
6	Speak	3	3%
7	PassPort	2	2%
8	Ask Academy	0	0%
9	Otros	4	4%

Interpretación: De los interrogados, el 86% aclararon que conocen la Academia Europea, el 73% al Instituto Tecnológico Centroamericano (ITCA), el 49% al Centro Cultural y un 25% a Pro-Lingua Institute; no obstante otros indagados (4%) afirmaron que desconocen la existencia en específico de alguna academia especializada en la enseñanza del idioma inglés, y en proporciones menores el resto de indagados afirmaron que entre los centros que conocen están en un 5% EDUCLASE, en un 3% Speak y un 2% Passport. Datos que indican que la población posee un mayor conocimiento sobre la competencia que sobre Pro-Lingua S.A. de C.V., por lo cual para que tenga éxito la

sucursal que se planifica operar en el municipio de Santa Tecla se deberán realizar diversos tipos de incentivos para promover los servicios que se ofrecerán tanto para aquellas personas que deseen reforzar la práctica en el idioma inglés en las áreas que lo necesiten, como los que tengan interés en aprenderlo desde sus niveles básicos.

Pregunta número 25: ¿Por qué medios de comunicación ha conocido sobre las instituciones educativas antes mencionadas?

Objetivo: Identificar los medios de comunicación utilizados por los centros de enseñanza para dar a conocer sus servicios educativos.

CUADRO N° 26			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Periódicos	28	25%
2	Internet	56	50%
3	Valla publicitaria	20	18%
4	Televisión	30	27%
5	Volantes	25	22%
6	Otros	23	20%

Interpretación: De los encuestados, un 50% afirmaron que conocieron sobre servicios de las academias de idiomas inglés a través de Internet, el 27% por comerciales televisivos, el 25% por anuncios en periódicos y un 22% por hojas volantes. Además el 20% mencionaron que se informaron por medio de diversos canales como recomendaciones de amigos o allegados y por anuncios radiales. Finalmente, un 18% se notificó a través de vallas publicitarias. Por tanto es deducible que la red de internet, la televisión y los periódicos representan los mayores medios de difusión ya que son los más utilizados por las personas, especialmente el primero, por lo cual se tomará en consideración la realización de promoción y publicidad por redes sociales y páginas web por ser la de más bajo costo en relación a las dos mencionadas.

Pregunta número 26: ¿En cuál de los medios antes mencionados le gustaría conocer más sobre estos servicios?

Objetivo: Determinar los canales de comunicación que son más efectivos para ofrecer los servicios de enseñanza de idioma inglés.

CUADRO N° 27			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Periódicos	13	12%
2	Internet	73	65%
3	Valla publicitaria	15	13%
4	Televisión	38	34%
5	Volantes	18	16%
6	Otros	2	2%

Interpretación: El 65% de los interrogados prefiere conocer más sobre los servicios de aprendizaje de idioma inglés a través de Internet, un 34% en la televisión, un 16% en volantes, finalmente de los porcentajes restantes le corresponde un 13% en vallas publicitarias, el 12% en periódicos y el 2% faltante por otros medios. Datos que confirman lo mencionado en el comentario de la pregunta anterior sobre que las redes de la web son frecuentemente visitadas para obtener más información sobre los productos y servicios que en forma específica cada quien demande. Por lo que debe dársele mayor énfasis a este medio para promocionar la nueva agencia a operar.

Pregunta número 27: ¿Qué características debe cumplir una academia de idiomas para que sea de su interés?

Objetivo: Conocer las características más relevantes que debe reunir una academia de idiomas según la población de Santa Tecla.

CUADRO N° 28			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Módulos ofertados	24	21%
2	Costo de matrícula y escolaridad	52	46%
3	Flexibilidad de horarios	67	59%
4	Promociones	27	24%
5	Accesibilidad de transporte	19	17%
6	Material Didáctico	57	50%
7	Otros	13	12%

Interpretación: Del total de encuestados, el 59% se interesaron por que las academias mantengan horarios que se adapten a sus necesidades, el 50% mencionaron que el material didáctico que se emplee es una de las bases primordiales para su aprendizaje, el 46% es el costo de matrícula y escolaridad, el 21% los módulos ofertados, el 17% la accesibilidad de transporte y finalmente el 12% opinaron que son diversos factores los que intervienen para que les resulte atractivo asistir a los cursos, entre los cuales mencionaron los métodos de enseñanza; la seguridad en las instalaciones y la ubicación geográfica. Los datos corroboran que las personas requieren horarios de clase flexibles, ya que por el tipo de labores que desempeñan se les dificulta en ciertas jornadas asistir a clases. Además es importante considerar los costos por módulos de estudio a fin de que sean accesibles a un mayor número de usuarios, variables que se incorporarán en el diseño del producto del estudio de mercado a elaborar.

Pregunta número 28: ¿Qué otro tipo de servicios adicionales le gustaría que brinde la academia de enseñanza de idioma inglés sin que esto conlleve a pagar un costo extra a lo ya cancelado?

Objetivo: Determinar los servicios adicionales que los usuarios esperan que brinde la institución en donde planifican matricularse sin que esto conlleve a incurrir en cargos adicionales.

CUADRO N° 29			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Acceso a Centro de Computación	55	49%
2	Tutorías	64	57%
3	Exámenes de Ubicación	12	11%
4	Otros	0	0%

Interpretación: El 57% de los investigados está interesado que se ofrezcan tutorías que les permita reforzar el aprendizaje del idioma inglés sin un costo adicional, en el mismo sentido el 49% solicita que se establezcan accesos a un centro de computación y el 11% restante que se dé la implementación de exámenes de ubicación según su nivel de dominio del idioma también sin cargo alguno. Datos que aportan más elementos para el estudio de mercado a realizar.

Pregunta número 29: ¿Qué otro tipo de servicios adicionales le gustaría que brinde la academia de enseñanza de idioma inglés que conlleve a pagar un costo extra a lo ya cancelado?

Objetivo: Determinar los servicios adicionales que los usuarios esperan que la institución brinde en el cual deban incurrir en un cargo adicional.

CUADRO N° 30			
# de respuesta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Curso de Verano	55	49%
2	Club de conversación	68	60%
3	Otros	0	0%

Interpretación: Del total de encuestados, el 60% está interesado que se le ofrezca club de conversación y el 49% restante la apertura de cursos de verano con un costo adicional. Lo que indica que las personas están dispuestas a solicitar servicios adicionales aunque esto implique un desembolso agregado a lo cancelado por los módulos de estudio. Esta información se utilizará para estimar los ingresos, elaborar el flujo del proyecto y del accionista a fin de aplicar los coeficientes de evaluación para determinar la aceptabilidad o rechazo de la propuesta.

ANEXO N° 4

ENTREVISTA A GERENTE COMERCIAL DE EDUCLASE

Cargo que desempeña en el Centro de estudios: Gerente Comercial de EDUCLASE.

Fecha: 27 de Mayo de 2016 (11:15 a.m.) en la instalaciones de EDUCLASE.

1. ¿Qué razones motivan a las personas a aprender el idioma inglés?

Por estar mejor calificados en sus trabajos

2. ¿Cuál es el perfil que debe reunir una persona mayor de 18 años para que la consideren como cliente potencial para aprender un segundo idioma?

Que cuenten con un trabajo fijo, tiempo disponible para asistir y que el salario que devenguen sea mayor del mínimo es decir, que sea de Clase Media.

3. ¿Cuál es el perfil que debe reunir una persona menor de 18 años para que la consideren como cliente potencial para aprender un segundo idioma?

Solo que se encuentren entre las edades de 5 a 17 años, que puedan hablar y escribir bien; además de que sus padres cuenten con un salario mayor al mínimo.

4. ¿Qué tipo de programas de estudio ofrecen?

Programa Intensivo, Adultos, Adolescentes, Niños, Sabatinos y Dominicales.

5. A nivel general ¿Cuál de sus programas es el más demandado?

Sabatino Infantil y Adolescente, durante la jornada matutina.

6. ¿Cuáles son las jornadas más concurridas por los estudiantes?

Las matutinas.

7. Según su experiencia, ¿Qué días de la semana son los más demandados por los estudiantes?

Durante los Fines de Semana.

8. En promedio, ¿Cuántos estudiantes matriculan por cada grupo de clase?

Se mantienen de 11 a 15 estudiantes por grupo.

9. ¿En qué rango se encuentran las cuotas por módulo cobradas por ustedes?

Cuentan con una matrícula anual de \$10.00; los cursos intensivos que son impartidos de Lunes a Jueves tienen un costo de \$45.00, los cursos Sabatinos en la jornada matutina es de \$40.00 y Sabatino Vespertino es de \$35.00.

10. ¿Aplican una cuota diferencial a los estudiantes que lo solicitaran en base a resultados de un estudio socio-económico?

No, los precios son estandarizados.

11. ¿Qué motivó el que establecieran operaciones en Santa Tecla?

La ubicación geográfica y la seguridad.

12. ¿Qué variables consideran que los clientes toman en cuenta al momento de seleccionar la ubicación y las instalaciones de una academia?

La seguridad y la accesibilidad al centro de enseñanza.

13. Según su experiencia, ¿Cuáles son los atributos más significativos por los que un cliente busca aprender inglés en un centro de enseñanza de idiomas?

El precio, las instalaciones y en especial la calidad de enseñanza.

14. ¿Qué características cumple la academia de idiomas que la diferencia de las demás?

Los precios accesibles, la Flexibilidad de horarios y el Material Didactico que se imparte en las clases.

15. ¿Cómo institución educativa están dispuestos a brindar un servicio de transporte a sus alumnos con un cargo mensual adicional? ¿Por qué?

No, porque todos los estudiante que asisten a clases en las instalaciones cuentan con vehículo propio.

16. ¿Qué tipos de servicios brindan de forma adicional para la enseñanza del inglés que conllevan a cobrar un costo extra al alumno?

Tutorías, clases privadas a domicilio y clases en línea vía Skype.

17. ¿Qué tipos de servicios brindan de forma adicional para la enseñanza del inglés que no conllevan a cobrar un costo extra al alumno?

Ninguno.

18. ¿Planifican brindar a los alumnos algún tipo de servicios con un costo adicional para que fortalezca el aprendizaje del idioma inglés?

No, por el momento.

19. ¿Planifican brindar a los alumnos algún tipo de servicios sin costo adicional para que fortalezca el aprendizaje del idioma inglés?

No, por el momento.

20. ¿Por cuáles medios de comunicación promocionan sus servicios?

Por internet, radio y correos electrónicos.

21. ¿Realizan de manera frecuente promociones para captar la atención del mercado potencial? ¿Qué tipos de promociones?

Sí, cero matrícula, dos por uno, descuentos especiales, entre otros.

ANEXO N° 5

ENTREVISTA A REPRESENTANTE DE JUNTA DIRECTIVA DE PRO-LINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V.

Nombre: Lic. Grace de Martínez

Cargo que desempeña en Junta Directiva: Vice presidenta.

Fecha: 28 de Mayo de 2016 (10:30 a.m.) en las instalaciones de Pro-Lingua Asociados S.A. de C.V.

1. ¿Cuáles son las principales razones por la que las personas deciden estudiar en Pro-Lingua Institute?

Principalmente porque aprender el idioma inglés porque les ayuda a obtener mejores oportunidades de trabajo. Además somos una de las academias que mantenemos los costos más bajos en el mercado. También da accesibilidad a las personas que provienen de zonas lejanas por la diversidad de rutas de transporte.

2. ¿Cuál es el perfil que debe reunir una persona mayor de 18 años para que la consideren como cliente potencial para aprender un segundo idioma?

Existen dos grupos ambos categorizados como clase media: las personas que no poseen un empleo pero que dependen económicamente de sus padres los cuales les pagan el estudios y; el otro comprendido por personas que trabajan y que buscan ascender en su trabajo pues les representa una agregado en su carrera profesional.

3. ¿Cuál es el perfil que debe reunir una persona menor de 18 años para que la consideren como cliente potencial para aprender un segundo idioma?

Lo conforman hijos de trabajadores mayores de 7 años que son profesionales también de clase media que quieran apoyarlos a sobresalir, además de tomar en cuenta que los niños deben previamente saber leer y escribir.

4. ¿Qué tipo de módulo de estudio es el más demandado?

El programa que contiene una mayor cantidad de estudiantes es el intensivo y en el cual se cubre un mayor número de días a la semana.

5. ¿Qué jornadas de clase son las más recurrentes?

En la mañana la franja de 9:00 a 11:00 a.m. y luego de 6:00 a 8:00 pm de Lunes a Jueves.

6. ¿Cuántos estudiantes matriculan por grupo de clase?

Esperamos que sea un número mínimo de 15 estudiantes y un máximo de 20. En casos especiales hay grupos de 24 que se dividen. En ciertos casos estos se reducen cuando son los niveles más avanzados porque las personas no pueden continuar por el tiempo o trabajo.

7. ¿Qué los motivó a establecer una academia de enseñanza de idioma inglés?

Se pensó con el objetivo de llevar el idioma a personas de la zona donde existen variedad de colegios y estudiantes de la universidad, la cual da una mayor accesibilidad para ellos.

8. ¿Qué variables consideran que los clientes toman en cuenta al momento de seleccionar la ubicación y las instalaciones de una academia?

La credibilidad de la institución, la accesibilidad, la comodidad que ofrecen las instalaciones con respecto a la seguridad privada para los estudiantes y una estructura segura que causa una buena impresión.

9. ¿Qué tipos de servicios brindan de forma adicional para la enseñanza del inglés que no conllevan a cobrar un costo extra al alumno?

Principalmente las tutorías con el objetivo de ayudar a los estudiantes que no aprenden al mismo ritmo que los demás, ya sea por el trabajo que no puedan cumplir con la asistencia a clases y quienes lo han recibido han manifestado estar satisfechos con el

servicio. También se realizan tutorías virtuales por skype, pero las personas prefieren realizarlo de forma presencial. Por otro lado, los estudiantes tienen derecho al uso del centro de cómputo compuestas de dos a tres sesiones fuera de clase.

Se ofrecen además programación de charlas con personas contactadas a través de la embajada americana para los niveles más altos tres veces por año para que los estudiantes practiquen el idioma con nativos del inglés.

10. ¿Qué tipos de servicios brindan de forma adicional para la enseñanza del inglés que conllevan a cobrar un costo extra al alumno?

Se ha promovido el club de conversación dirigido tanto a los niveles básicos y el avanzado como personas fuera de la institución que no están inscritas, esto los días viernes, donde se planifican temas, videos y charlas de interés de los estudiantes con un costo de \$6.00 por cada tres sesiones, conformado por grupos de 9 a 11 personas por la mañana y 3 a 5 por la tarde.

Se encuentran también los cursos de verano en noviembre para clientes potenciales, eventos en los cuales se dan a conocer los contenidos de los módulos y los programas de la institución para luego decidir si desean integrarse de manera permanente.

11. ¿Planifican brindar a los alumnos algún tipo de servicios con un costo adicional para que fortalezca el aprendizaje del idioma inglés?

Existe una comisión de expansión pero por el momento no hay proyectos para el futuro. Se ha hablado de la posibilidad de establecer un cibercafé o librerías para los estudiantes

12. ¿Planifican brindar a los alumnos algún tipo de servicios sin costo adicional para que fortalezca el aprendizaje del idioma inglés?

No se planifica algún evento de esa naturaleza.

13. ¿Qué medios de comunicación son utilizados para dar a conocer los servicios que brindan? ¿Cuál ha sido el más efectivo?

Principalmente se ha utilizado la prensa escrita pero se ha verificado que no ha tenido el impacto esperado. Generalmente ha sido por la recomendación de otros estudiantes de la institución. Ahora se ha trabajado más en redes sociales y se tiene una persona encargada para dar a conocer los servicios que se ofrecen. También se entregan volantes en épocas específicas del año y en diferentes zonas.

14. ¿Realizan de manera frecuente promociones para captar la atención del mercado potencial? ¿Qué tipos de promociones?

Si, de las principales que se mantiene es la de “Recomendados”, en el cual se realiza un descuento a la persona que se matricula y se anota a la persona que recomendó para darle un incentivo ya sea económico o un descuento y a las personas que se inscriben en franjas de la tarde se les aplica un mayor descuento para llenar cupos en dichos horarios. También en casos especiales se tiene la potestad de ofrecer un 15% de descuento por 2 meses para el módulo, el cual puede ser extensivo según se considere necesario; además se dan becas o medias becas si la persona muestra el interés por aprender.

15. ¿Ha considerado el establecer transporte para aquellos estudiantes con dificultad de traslado que lo soliciten con un cargo mensual adicional? ¿Por qué?

Si, se ha considerado para los grupos nocturnos y que pudiera trasladar a los estudiantes a puntos en común como en el centro de San Salvador y Apopa, pero no resultó porque las personas no estaba dispuestas a pagar porque no todo el tiempo lo usarían.

16. ¿Cuáles son las características que debe poseer un centro de enseñanza de idiomas para que los clientes lo prefieran?

Que el personal docente tenga una formación especializada y pedagógica; es decir, que no solo sepa el idioma sino que tenga la metodología para enseñarlo.

17. ¿Qué atributos hacen que Pro-Lingua Institute se diferencie de otras academias?

El personal docente tiene formación académica para enseñar. También a las personas les gusta la comodidad de las instalaciones, el que se ofrezca servicios de seguridad, material audiovisual y aire acondicionado en las aulas.

18. ¿Alguna vez han considerado el establecer estudios socio-económicos para sus estudiantes?

No, solo si hay varios estudiantes del núcleo familiar se les ofrece un descuento.

19. ¿Aplicarían una cuota diferencial a los estudiantes que lo solicitaran con base a sus resultados de un estudio socio-económico? ¿Por qué?

No, porque no se han considerado por el momento.

20. ¿Cuál es el objetivo por el cual se desea la apertura de una nueva sucursal?

Para poder ofrecer los servicios a otra población que por dificultad de traslado no tienen la oportunidad de acceder a este tipo de servicios.

21. ¿Considera que la localización propuesta será clave para sus clientes? ¿Por qué?

Sí, porque Santa Tecla es un lugar donde convergen diferentes puntos de la zona occidental del país y donde se concentran además de la población del municipio, personas que provienen de Lourdes, Zaragoza y que pueden ser clientes potenciales para la institución.

22. ¿Harían uso de promociones especiales para la apertura de la sucursal?

Sí, por ejemplo ofrecer descuentos en cuotas, anular el pago de matrícula o incluir el juego de libros a las personas que se inscriban en su apertura.

ANEXO N° 6 FORMATO ENCUESTA A POBLACIÓN OCUPADA DE CLASE MEDIA EN EL MUNICIPIO DE SANTA TECLA

Objetivo: Identificar la demanda de personas que buscan aprender el idioma inglés en el municipio de Santa Tecla.

Indicaciones: A continuación se encuentra una serie de preguntas con la finalidad de conocer su opinión sobre el aprendizaje del idioma inglés. Toda la información es estrictamente confidencial, porque se usará con fines académicos. Por favor marque con una “X” la casilla que, desde su punto de vista, responda mejor a la pregunta de opción múltiple o detalle su respuesta en el caso de las preguntas abiertas.

Edad:

18 a 29 30 a 41 42 a 53 54 a 65 66 o más

Sexo:

Femenino Masculino

Rango de Ingresos Mensual:

\$100.00 a \$ 349.00 \$350.00 a \$599.00

\$600.00 a \$849.00 \$850.00 o más

1. ¿Considera que es importante aprender un segundo idioma como lo es el inglés?

Sí No

¿Por qué?

2. ¿Ha tenido alguna formación en el idioma inglés?

Sí No

Si su respuesta es negativa pasar a la pregunta 9, caso contrario continúe con la pregunta 3.

3. ¿Qué nivel de inglés domina actualmente?

Básico Intermedio Avanzado

Otros: _____

4. ¿Qué modalidad de estudio cursó?

Intensivo Adultos Adolescentes Niños

Otros: _____

5. ¿Considera que debe mejorar su aprendizaje en alguna de las siguientes áreas?

Comprensiva Escrita Verbal

Todas las anteriores

6. ¿Culminó la modalidad que cursaba? (si su respuesta es negativa pasar a pregunta 7, caso contrario pasar a la 8)

Sí No

7. ¿Cuál fue la causa por la que no fue posible finalizar sus estudios?

Horarios Inaccesibles Altos costos Dificultad de transporte

Otros _____

8. ¿Estaría interesado a reiniciar, reforzar o continuar con sus estudios del idioma inglés?

Sí No

En caso de ser afirmativa favor pase a la pregunta 11, caso contrario pasar a la pregunta 20

9. ¿Qué motivos le han obstaculizado el que pudiera especializarse en idioma inglés?

Altos costos Horarios Inaccesibles Dificultad de transporte

Otros _____

10. ¿Estaría interesado en aprender idioma inglés?

Sí No

NOTA: Si su respuesta fue negativa pasar a la pregunta 20, caso contrario proceda con la siguiente, a partir del número 11 se formulará tanto a los que ya han cursado el idioma inglés como los que nunca lo han hecho pero que están dispuestos a aprender.

11. ¿Por qué razón desearía aprender o reforzar su conocimiento en idioma inglés?

Trabajo Estudio Turismo

Otros: _____

12. ¿Le interesaría la apertura de una academia de inglés ubicada en el municipio de Santa Tecla?

Sí No

13. ¿Cerca de qué lugares le gustaría que estuviera ubicada?

Centros escolares Centro comerciales Centros Recreativos

Cerca de lugar de residencia Otros: _____

14. Si decidiera entrar a una academia de inglés, ¿cuáles de los siguientes horarios le resultaría más factible?

Matutino Vespertino Nocturno

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada módulo de estudio?

\$25 a \$34 \$35 a \$44 \$45 a \$54 \$55 o más

16. ¿Qué medios de transporte utilizaría para llegar a la institución?

Transporte Colectivo Vehículo Propio Peatonal

Si su respuesta fuera “peatonal o transporte colectivo” proceda a la siguiente pregunta, caso contrario pase a la número 18

17. ¿Estaría interesado en que la academia le proporcione un servicio de transporte hacia el lugar de residencia con un cargo adicional a la matrícula y escolaridad cobrada?

Sí No

18. ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por este servicio de transporte?

\$30.00 a \$50.00 \$50.00 a \$75.00 Más de \$75.00

19. ¿Usted tiene hijos mayores de siete años de edad?

Sí No

Si su respuesta ha sido negativa proceda a la pregunta 22

20. ¿Es de su interés que sus hijos/as mayores de siete años de edad aprendan el idioma inglés?

Sí No

21. ¿Cuál de las siguientes instituciones de enseñanza de idioma inglés conoce?

ITCA Academia Europea Pro-Lingua Institute Speak
Passport Centro Cultural Ask Academy Educlase

Otros: _____

22. ¿Por qué medios de comunicación ha conocido sobre las instituciones educativas antes mencionadas?

Periódicos Internet Valla publicitaria
Televisión Volantes Otros: _____

23. ¿En cuál de los medios antes mencionados le gustaría conocer más sobre estos servicios?

Periódicos Internet Valla publicitaria
Televisión Volantes Otros: _____

24. ¿Qué características debe cumplir una academia de idiomas para que sea de su interés?

Módulos ofertados Costo de matrícula y escolaridad
Flexibilidad de horarios Promociones
Accesibilidad de transporte Material Didáctico

Otros: _____

25. ¿Qué otro tipo de servicios adicionales le gustaría que brinde la academia de enseñanza de idioma inglés sin que esto conlleve a pagar un costo extra a lo ya cancelado?

Acceso a Centro de Computación Tutorías
Exámenes de Ubicación Otros: _____

26. ¿Qué otro tipo de servicios adicionales le gustaría que brinde la academia de enseñanza de idioma inglés que conlleve a pagar un costo extra a lo ya cancelado?

Cursos de Verano Club de conversación Otros: _____

**ANEXO N° 7 FORMATO DE GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA
ADMINISTRADORES DE INSTITUCIONES DE ENSEÑANZA DEL IDIOMA
INGLÉS EN EL MUNICIPIO DE SANTA TECLA**

Objetivo: Identificar las formas de oferta que los centros de enseñanza de idioma inglés promocionan sus servicios en el municipio de Santa Tecla.

Indicaciones: A continuación se encuentra una serie de preguntas con la finalidad de conocer su experiencia sobre el manejo de los centros de enseñanza del idioma inglés. Toda la información es estrictamente confidencial, porque se usará con fines académicos. Por favor marque con una “X” la casilla que, desde su punto de vista, responda mejor a la pregunta de opción múltiple o detalle su respuesta en el caso de las preguntas abiertas.

Cargo que desempeña en el Centro de estudios:

1. ¿Qué razones motivan a las personas a aprender el idioma inglés?

Trabajo Estudio Turismo

Otros: _____

2. ¿Cuál es el perfil que debe reunir una persona mayor de 18 años para que la consideren como cliente potencial para aprender un segundo idioma?

3. ¿Cuál es el perfil que debe reunir una persona menor de 18 años para que la consideren como cliente potencial para aprender un segundo idioma?

4. ¿Qué tipo de programas de estudio ofrecen?

Intensivo Adultos Adolescentes Niños

Otros: _____

5. A nivel general ¿Cuál de sus programas es el más demandado?

Intensivo Adultos Adolescentes Niños

Otros: _____

6. ¿Cuáles son las jornadas más concurridas por los estudiantes?

Matutina Vespertina Nocturna

7. Según su experiencia, ¿Qué días de la semana son los más demandados por los estudiantes?

Lunes a Viernes Fines de Semana

8. En promedio, ¿Cuántos estudiantes matriculan por cada grupo de clase?

5 – 10 11- 15 16-20 20 en adelante

9. ¿En qué rango se encuentran las cuotas por módulo cobradas por ustedes?

\$20.00 a \$34.99 \$35.00 a \$49.99 \$50.00 o más

10. ¿Todos los módulos, independientemente del programa al que pertenezca tienen el mismo costo?

Sí No

11. ¿Aplican una cuota diferencial a los estudiantes que lo solicitaran en base a resultados de un estudio socio-económico?

Sí No

¿Por qué?

12. ¿Qué motivó el que establecieran operaciones en Santa Tecla?

13. ¿Qué variables consideran que los clientes toman en cuenta al momento de seleccionar la ubicación y las instalaciones de una academia?

14. Según su experiencia, ¿Cuáles son los atributos más significativos por los que un cliente busca aprender inglés en un centro de enseñanza de idiomas?

Modelo de aprendizaje Material Didáctico Precio

Flexibilidad de horarios Accesibilidad de transporte

Otros: _____

15. ¿Qué características cumple la academia de idiomas que la diferencia de las demás?

Modelo de aprendizaje Accesibilidad de transporte Precio

Flexibilidad de horarios Material Didáctico

Otros: _____

16. ¿Cómo institución educativa están dispuestos a brindar un servicio de transporte a sus alumnos con un cargo mensual adicional? ¿Por qué?

17. ¿Qué tipos de servicios brindan de forma adicional para la enseñanza del inglés que conllevan a cobrar un costo extra al alumno?

Club de Conversación Cursos de Verano Centro de Computación

Cursos a Empresarial Tutorías

Otros: _____

18. ¿Qué tipos de servicios brindan de forma adicional para la enseñanza del inglés que no conllevan a cobrar un costo extra al alumno?

Club de Conversación Cursos de Verano Centro de Computación

Cursos a Empresarial Tutorías

Otros: _____

19. ¿Planifican brindar a los alumnos algún tipo de servicios con un costo adicional para que fortalezca el aprendizaje del idioma inglés?

Sí

No

¿Cuáles?

20. ¿Planifican brindar a los alumnos algún tipo de servicios sin costo adicional para que fortalezca el aprendizaje del idioma inglés?

Sí

No

¿Cuáles?

21. ¿Por cuales medios de comunicación promocionan sus servicios?

Periódicos

Internet

Valla publicitaria

Televisión

Volantes

Otros: _____

22. ¿Realizan de manera frecuente promociones para captar la atención del mercado potencial? ¿Qué tipos de promociones?

ANEXO N° 8 FORMATO GUIA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A VICE-PRESIDENTA DE LA JUNTA DIRECTIVA DE PRO-LINGUA ASOCIADOS S.A. DE C.V.

Objetivo: Conocer los datos relevantes sobre la situación actual de Pro-Lingua Institute, así como su experiencia en función del manejo de centros de enseñanza de idioma inglés y las expectativas que poseen con respecto a la elaboración del proyecto.

1. ¿Cuáles son las principales razones por la que las personas deciden estudiar en Pro-Lingua Institute?

2. ¿Cuál es el perfil que debe reunir una persona mayor de 18 años para que la consideren como cliente potencial para aprender un segundo idioma?

3. ¿Cuál es el perfil que debe reunir una persona menor de 18 años para que la consideren como cliente potencial para aprender un segundo idioma?

4. ¿Qué tipo de módulo de estudio es el más demandado?

5. ¿Qué jornadas de clase son las más recurrentes?

6. ¿Cuántos estudiantes matriculan por grupo de clase?

7. ¿Qué los motivó a establecer una academia de enseñanza de idioma inglés?

8. ¿Qué variables consideran que los clientes toman en cuenta al momento de seleccionar la ubicación y las instalaciones de una academia?

9. ¿Qué tipos de servicios brindan de forma adicional para la enseñanza del inglés que no conllevan a cobrar un costo extra al alumno?

10. ¿Qué tipos de servicios brindan de forma adicional para la enseñanza del inglés que conllevan a cobrar un costo extra al alumno?

11. ¿Planifican brindar a los alumnos algún tipo de servicios con un costo adicional para que fortalezca el aprendizaje del idioma inglés?

12. ¿Planifican brindar a los alumnos algún tipo de servicios sin costo adicional para que fortalezca el aprendizaje del idioma inglés?

13. ¿Qué medios de comunicación son utilizados para dar a conocer los servicios que brindan? ¿Cuál ha sido el más efectivo?

14. ¿Realizan de manera frecuente promociones para captar la atención del mercado potencial? ¿Qué tipos de promociones?

15. ¿Ha considerado el establecer transporte para aquellos estudiantes con dificultad de traslado que lo soliciten con un cargo mensual adicional? ¿Por qué?

16. ¿Cuáles son las características que debe poseer un centro de enseñanza de idiomas para que los clientes lo prefieran?

17. ¿Qué atributos hacen que Pro-Lingua Institute se diferencie de otras academias?

18. ¿Alguna vez han considerado el establecer estudios socio-económicos para sus estudiantes?

19. ¿Aplicarían una cuota diferencial a los estudiantes que lo solicitaran con base a sus resultados de un estudio socio-económico? ¿Por qué?

20. ¿Cuál es el objetivo por el cual se desea la apertura de una nueva sucursal?

21. ¿Considera que la localización propuesta será clave para sus clientes? ¿Por qué?



22. ¿Harían uso de promociones especiales para la apertura de la sucursal?

ANEXO N° 9 CALCULOS Y PROCEDIMIENTOS DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

CUADRO N° 1

INVERSIÓN INICIAL MOBILIARIO Y EQUIPO			
ARTÍCULO	COSTO	UNIDADES	INVERSIÓN TOTAL
INVERSIÓN POR SALONES DE CLASES			
Pupitres dobles	\$ 80.00	200	\$ 16,000.00
Pizarrones	\$ 86.00	20	\$ 1,720.00
Grabadoras	\$ 100.00	20	\$ 2,000.00
Aire Acondicionado	\$ 600.00	20	\$ 12,000.00
INVERSIÓN PARA SALONES DE CLASES INFANTILES			
Pupitres dobles	\$ 65.00	20	\$ 1,300.00
Pizarrones	\$ 86.00	2	\$ 172.00
Grabadoras	\$ 100.00	2	\$ 200.00
Aire Acondicionado	\$ 600.00	2	\$ 1,200.00
CENTRO DE CÓMPUTO			
Computadoras	\$ 400.00	21	\$ 8,400.00
Pizarrones	\$ 86.00	1	\$ 86.00
Sillas	\$ 50.00	21	\$ 1,050.00
Muebles de computadora	\$ 70.00	21	\$ 1,470.00
Aire Acondicionado	\$ 600.00	1	\$ 600.00
CUARTO DE SERVIDOR			
Cabina metalica para rack	\$ 450.00	1	\$ 450.00
Servidor en rack PowerEdge DELL	\$ 1,065.00	2	\$ 2,130.00
Monitor LCD	\$ 180.00	1	\$ 180.00
Teclado	\$ 25.00	1	\$ 25.00
Mouse	\$ 15.00	1	\$ 15.00
SALA DE MAESTROS			
Mesas sala de reunión	\$ 400.00	3	\$ 1,200.00
Sillas	\$ 50.00	24	\$ 1,200.00
Dispensador de agua	\$ 110.00	1	\$ 110.00
Cafetera	\$ 55.00	1	\$ 55.00
Dispensero	\$ 80.00	1	\$ 80.00
Casilleros	\$ 300.00	1	\$ 300.00
Aire Acondicionado	\$ 600.00	1	\$ 600.00
COLECTURIA			
Escritorio	\$ 175.00	1	\$ 175.00
Silla de escritorio	\$ 80.00	2	\$ 160.00
Mueble de computadora	\$ 70.00	1	\$ 70.00
Computadora	\$ 600.00	1	\$ 600.00
Caja registradora	\$ 100.00	1	\$ 100.00
Impresora	\$ 200.00	1	\$ 200.00
Estantes metalicos	\$ 100.00	5	\$ 500.00
OFICINAS ADMINISTRATIVAS			
Escritorios	\$ 175.00	6	\$ 1,050.00
Sillas de escritorio	\$ 80.00	6	\$ 480.00
Sillas	\$ 50.00	10	\$ 500.00
Computadoras	\$ 600.00	6	\$ 3,600.00
Muebles de computadora	\$ 70.00	6	\$ 420.00
Impresora	\$ 175.00	6	\$ 1,050.00
Archiveros	\$ 150.00	10	\$ 1,500.00
Aire Acondicionado	\$ 600.00	6	\$ 3,600.00
ÁREA DE RECEPCIÓN			
Escritorio	\$ 175.00	2	\$ 350.00
Silla de escritorio	\$ 80.00	2	\$ 160.00
Conmutador	\$ 73.50	1	\$ 73.50
Mueble de computadora	\$ 70.00	2	\$ 140.00
Computadora	\$ 600.00	2	\$ 1,200.00
Impresora	\$ 110.00	1	\$ 110.00
Sillones (1 grande y 2 individuales)	\$ 550.00	1	\$ 550.00
mesa de centro	\$ 180.00	1	\$ 180.00
Dispensador de agua	\$ 110.00	1	\$ 110.00
Aire Acondicionado	\$ 600.00	1	\$ 600.00
SALA DE ESPERA			
Estante metálico	\$ 100.00	2	\$ 200.00
Sillas	\$ 50.00	2	\$ 100.00
mesa	\$ 70.00	1	\$ 70.00
BODEGA DE MANTENIMIENTO			
Estante metálico	\$ 80.00	200	\$ 16,000.00
Sillas	\$ 86.00	20	\$ 1,720.00
mesa	\$ 100.00	20	\$ 2,000.00
CASETA DE VIGILANCIA			
Mesa	\$ 70.00	1	\$ 70.00
Silla	\$ 50.00	2	\$ 100.00
Mueble	\$ 70.00	1	\$ 70.00
Pantalla LCD para vigilancia	\$ 200.00	1	\$ 200.00
Cámaras de vigilancia (paquete)	\$ 565.00	1	\$ 565.00
TOTAL			\$ 74,806.50

CUADRO N° 2

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR - FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS							
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS							
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL PARA PRO-LINGUA ASOCIADOS SA DE CV, UBICADA							
		Cortesía de: INGENIERÍA DE VALUACIONES, S. A. DE C. V.					
PRESUPUESTO DE PREINVERSION Y PROYECTO DE CONSTRUCCION							
Agosto 2016							
N°	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO	Sub total	TOTAL	
1.00	PREINVERSION DEL PROYECTO					\$ 25,000.00	
1.01	Tramites de linea y nivel en OPAMSS y Alcaldia Municipal de Santa Tecla	1.00	S.G.	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00		
1.02	Tramites y factibilidades de agua potable en ANDA	1.00	S.G.	\$ 500.00	\$ 500.00		
1.03	Tramites y factibilidades de Energia electrica en DELSUR	1.00	S.G.	\$ 300.00	\$ 300.00		
1.04	ESTUDIOS DE SUELOS Y RECOMENDACIONES	1.00	S.G.	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00		
1.05	Diseño Arquitectonico y Especificaciones Técnicas	1.00	S.G.	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00		
1.06	Diseño Estructural y Especificaciones Técnicas	1.00	S.G.	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00		
1.07	Diseños Electricos e Hidraulicos y Especificaciones Técnicas	1.00	S.G.	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00		
1.08	Tramites de PROYECTO en OPAMSS y Alcaldia Municipal de Santa Tecla	1.00	S.G.	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00		
1.09	TRAMITES EN MINSAL, MINTRAB Y MINED	1.00	S.G.	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00		
2.00	PRESUPUESTO DE ANTEPROYECTO DE CONSTRUCCION					\$ 838,358.45	
2.10	PRIMER NIVEL					\$ 367,503.00	
2.01	Obras de terraceria y fundaciones	1,152.25	M ²	\$ 125.00	\$ 144,031.25		
2.02	Parqueo Exterior	163.00	M ²	\$ 60.00	\$ 9,780.00		
2.03	Parqueo Interior	423.00	M ²	\$ 60.00	\$ 25,380.00		
2.04	Caseta de Vigilancia	3.00	M ²	\$ 350.00	\$ 1,050.00		
2.05	Area de mesas para cafeteria	93.00	M ²	\$ 300.00	\$ 27,900.00		
2.06	CAFETERIA	25.00	M ²	\$ 400.00	\$ 10,000.00		
2.07	JARDIN INTERNO	8.80	M ²	\$ 25.00	\$ 220.00		
2.05	Baños de Mujeres y Hombres	20.80	M ²	\$ 600.00	\$ 12,480.00		
2.06	Colecturia	14.00	M ²	\$ 350.00	\$ 4,900.00		
2.07	Oficina de Gerente General	11.70	M ²	\$ 350.00	\$ 4,095.00		
2.08	Sala de Espera, Vestibulo y Recepción	24.90	M ²	\$ 350.00	\$ 8,715.00		
2.09	Servicios Sanitarios	5.25	M ²	\$ 600.00	\$ 3,150.00		
2.10	Pasillo	39.80	M ²	\$ 250.00	\$ 9,950.00		
2.11	Oficina de Administradora Academica y Recursos Humanos	25.20	M ²	\$ 350.00	\$ 8,820.00		
2.12	Centro de Computo	42.00	M ²	\$ 400.00	\$ 16,800.00		
2.13	JARDIN INTERNO	17.80	M ²	\$ 30.00	\$ 534.00		
2.14	Estacionamiento de Gerentes	37.97	M ²	\$ 200.00	\$ 7,594.00		
2.15	Cuerpo de Escaleras	10.81	M ²	\$ 450.00	\$ 4,864.50		
2.16	Baños de Maestros	10.81	M ²	\$ 600.00	\$ 6,486.00		
2.17	Sala de Maestros	25.50	M ²	\$ 300.00	\$ 7,650.00		
2.18	AULA PARA NIÑOS 1	91.80	M ²	\$ 350.00	\$ 32,130.00		
2.19	Baños para Niños y Niñas	20.92	M ²	\$ 600.00	\$ 12,552.00		
2.20	Area Verde	30.25	M ²	\$ 25.00	\$ 756.25		
2.21	BODEGA EN ESTACIONAMIENTO	22.66	M ²	\$ 250.00	\$ 5,665.00		
2.22	PORTON Y RAMPA DE ACCESO	1.00	S.G.	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00		
2.20	SEGUNDO NIVEL					\$ 173,871.30	
2.23	AULAS DE CLASES (10 C/U) 5.15X7.50 MTS	386.25	M ²	\$ 300.00	\$ 115,875.00		
2.24	BAÑOS DE MUJERES Y HOMBRES	19.57	M ²	\$ 600.00	\$ 11,742.00		
2.25	PASILLO	133.30	M ²	\$ 250.00	\$ 33,325.00		
2.26	CUERPO DE ESCALERAS	19.57	M ³	\$ 450.00	\$ 8,806.50		
2.27	MALLA DE PROTECCION EN VANO DE PASILLOS	74.96	M ⁴	\$ 55.00	\$ 4,122.80		
2.30	TERCER NIVEL					\$ 173,871.30	
2.28	AULAS DE CLASES (10 C/U) 5.15X7.50 MTS	386.25	M ²	\$ 300.00	\$ 115,875.00		
2.29	BAÑOS DE MUJERES Y HOMBRES	19.57	M ²	\$ 600.00	\$ 11,742.00		
2.30	PASILLO	133.30	M ²	\$ 250.00	\$ 33,325.00		
2.31	CUERPO DE ESCALERAS	19.57	M ³	\$ 450.00	\$ 8,806.50		
2.32	MALLA DE PROTECCION EN VANO DE PASILLOS	74.96	M ⁴	\$ 55.00	\$ 4,122.80		
2.40	TECHO					\$ 123,112.85	
2.33	ESTRUCTURA DE TECHO INCLUYE CUBIERTA	772.50	M ²	\$ 120.00	\$ 92,700.00		
2.34	CANALES DE AGUAS LLUVIAS Y BAJADAS	83.80	ML	\$ 12.00	\$ 1,005.60		
2.35	CONEXIONES ELECTRICAS LUCES Y OTROS	1.00	S.G.	\$ 15,440.00	\$ 15,440.00		
2.36	CIELO FALSO DE ALUMINIO Y LOSETAS TERMICO Y ANTISONIDO	558.69	M ²	\$ 25.00	\$ 13,967.25		
3.00	IMPREVISTOS (5%)	5%	%	\$ 838,358.45	\$41,917.92	\$ 41,917.92	
	COSTOS DIRECTOS DEL PROYECTO					\$ 905,276.37	
	COSTOS INDIRECTOS DEL PROYECTO (Dirección, utilidades y garan	20%	%	\$ 905,276.37	\$181,055.27	\$181,055.27	
	PAGO DE IVA	13%	%	\$1,086,331.65	\$141,223.11	\$141,223.11	
	TOTAL DE PROYECTO					\$ 1,227,554.76	
PARA EFECTOS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS NO SE INCLUYE EN LA INVERSIÓN INICIAL EL PAGO AL IMPUESTO A LA TRANSFERENCIA DE BIENES Y SERVICIOS							

CUADRO N° 3

DEPRECIACIÓN MOBILIARIO Y EQUIPO			
VALOR	\$	74,806.50	
VIDA UTIL (AÑOS)			2
CUOTA	\$	37,403.25	
AÑO	VALOR	DEPRECIACIÓN	VALOR FINAL
1	\$ 74,806.50	\$ 37,403.25	\$ 37,403.25
2	\$ 37,403.25	\$ 37,403.25	\$ -

CUADRO N° 4

DEPRECIACIÓN DE EDIFICIO			
VALOR	\$	1,086,331.65	
VIDA UTIL (AÑOS)			20
CUOTA	\$	54,316.58	
AÑO	VALOR	DEPRECIACIÓN	VALOR FINAL
1	\$ 1,086,331.65	\$ 54,316.58	\$ 1,032,015.06
2	\$ 1,032,015.06	\$ 54,316.58	\$ 977,698.48
3	\$ 977,698.48	\$ 54,316.58	\$ 923,381.90
4	\$ 923,381.90	\$ 54,316.58	\$ 869,065.32
5	\$ 869,065.32	\$ 54,316.58	\$ 814,748.74
6	\$ 814,748.74	\$ 54,316.58	\$ 760,432.15
7	\$ 760,432.15	\$ 54,316.58	\$ 706,115.57
8	\$ 706,115.57	\$ 54,316.58	\$ 651,798.99
9	\$ 651,798.99	\$ 54,316.58	\$ 597,482.41
10	\$ 597,482.41	\$ 54,316.58	\$ 543,165.82
11	\$ 543,165.82	\$ 54,316.58	\$ 488,849.24
12	\$ 488,849.24	\$ 54,316.58	\$ 434,532.66
13	\$ 434,532.66	\$ 54,316.58	\$ 380,216.08
14	\$ 380,216.08	\$ 54,316.58	\$ 325,899.49
15	\$ 325,899.49	\$ 54,316.58	\$ 271,582.91
16	\$ 271,582.91	\$ 54,316.58	\$ 217,266.33
17	\$ 217,266.33	\$ 54,316.58	\$ 162,949.75
18	\$ 162,949.75	\$ 54,316.58	\$ 108,633.16
19	\$ 108,633.16	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58
20	\$ 54,316.58	\$ 54,316.58	-\$ 0.00

CUADRO N° 5

FINANCIAMIENTO BANCARIO					
Préstamo	\$ 800,000.00				
Tasa de Interés	22.0%				
Años	10				
Amortización	\$203,915.99				
año	Saldo inicial	Cuota	Intereses	Abono a K	Nuevo saldo
2016	\$0.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 800,000.00
2017	\$ 800,000.00	\$203,915.99	\$ 176,000.00	\$27,915.99	\$ 772,084.01
2018	\$ 772,084.01	\$203,915.99	\$ 169,858.48	\$34,057.50	\$ 738,026.51
2019	\$ 738,026.51	\$203,915.99	\$ 162,365.83	\$41,550.15	\$ 696,476.36
2020	\$ 696,476.36	\$203,915.99	\$ 153,224.80	\$50,691.19	\$ 645,785.17
2021	\$ 645,785.17	\$203,915.99	\$ 142,072.74	\$61,843.25	\$ 583,941.92
2022	\$ 583,941.92	\$203,915.99	\$ 128,467.22	\$75,448.76	\$ 508,493.16
2023	\$ 508,493.16	\$203,915.99	\$ 111,868.50	\$92,047.49	\$ 416,445.67
2024	\$ 416,445.67	\$203,915.99	\$ 91,618.05	\$112,297.94	\$ 304,147.73
2025	\$ 304,147.73	\$203,915.99	\$ 66,912.50	\$137,003.48	\$ 167,144.25
2026	\$ 167,144.25	\$203,915.99	\$ 36,771.74	\$167,144.25	\$ -

CUADRO N° 6

COSTOS DE SERVICIOS Y GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Concepto	Gasto Unitario	Cantidad Requerida	Total Mensual	Total Anual
Sueldos				
Gerente General	\$ 850.00	1	\$ 850.00	\$ 10,200.00
Gerente Financiero	\$ 700.00	1	\$ 700.00	\$ 8,400.00
Gerente Recursos Humanos	\$ 700.00	1	\$ 700.00	\$ 8,400.00
Gerente de Administración Académica	\$ 700.00	1	\$ 700.00	\$ 8,400.00
Encargado Planillas y Prestaciones	\$ 375.00	1	\$ 375.00	\$ 4,500.00
Encagado de Reclutamiento y Selección	\$ 375.00	1	\$ 375.00	\$ 4,500.00
Auxiliar Financiero	\$ 350.00	1	\$ 350.00	\$ 4,200.00
Secretaria	\$ 300.00	2	\$ 600.00	\$ 7,200.00
Recepcionista	\$ 280.00	2	\$ 560.00	\$ 6,720.00
Cajero	\$ 300.00	2	\$ 600.00	\$ 7,200.00
Ordenanza	\$ 260.00	2	\$ 520.00	\$ 6,240.00
Técnico en mantenimiento	\$ 400.00	2	\$ 800.00	\$ 9,600.00
Docentes tiempo completo	\$ 460.00	10	\$ 4,600.00	\$ 55,200.00
Docentes hora clase (Lunes a Jueves)	\$ 224.00	8	\$ 1,792.00	\$ 21,504.00
Docentes hora clase (Fin de semana)	\$ 112.00	15	\$ 1,680.00	\$ 20,160.00
Agencia vigilancia		2	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00
Agua			\$ 130.00	\$ 1,560.00
Telefono			\$ 45.00	\$ 540.00
Internet			\$ 120.00	\$ 1,440.00
Energia Electrica			\$ 1,100.00	\$ 13,200.00
Papelera y utiles de Oficina			\$ 300.00	\$ 3,600.00
Aseo y limpieza de la sucursal			\$ 150.00	\$ 1,800.00
Publicidad			\$ 260.00	\$ 3,120.00
Impuestos y contribuciones			\$ 360.00	\$ 4,320.00
Mantenimiento Mobiliario de Oficina			\$ 245.00	\$ 2,940.00
Mantenimiento Instalaciones			\$ 575.00	\$ 6,900.00
Indemnizaciones			\$ 968.00	\$ 11,616.00
Vacaciones			\$ 237.16	\$ 2,845.92
Aguinaldo			\$ 786.50	\$ 9,438.00
AFP patronal			\$ 408.38	\$ 4,900.50
ISSS Patronal			\$ 453.75	\$ 5,445.00
Horas extra			\$ 1,028.50	\$ 12,342.00
Comisiones			\$ 1,054.50	\$ 12,654.00
Total				\$ 293,085.42

ANEXO N° 10 - UBICACIÓN Y DETALLES DEL TERRENO PROPUESTO POR EL GRUPO DE INVESTIGACIÓN

Detalles de la compra del terreno	
Costo Terreno	\$ 437,250.00
Tamaño del Lote en V2	1,650

Detalles y descripción del terreno

- El terreno se encuentra a la venta y el aviso se encontró en <https://santatecla.olx.com.sv/>
- Es plano sin ningún levantamiento de construcción, cuenta con un área total de 1,650 V2 equivalentes a 1,160.52 M²; el cual se encuentra ubicado en la 4ª calle oriente y 11 av. Sur, de Santa Tecla.
- Adjunto en la siguiente hoja se encuentra su ubicación Catastral, solicitada en el Centro Nacional de Registros (CNR).





FINANCIERA RURAL
S.A DE C.V.

SOCIEDAD HERMANAS BETHANIA

x=469596.375,
y=283430.752

x=469568.825,
y=283431.475

36

YANES DE REYES, MARTA LUZ
REYES CANALES, FERNANDO BENIGNO
DUKE FERRER DE MENA, MARIA ELENA
1152.6458 m2
CALLE 4 ORIENTE, Y AVENIDA 11 SUR,
S/N, REMEDICION, SANTA TECLA,
LA LIBERTAD
30163990/00000



EDUARDO GUIROLA Y CIA

FLORES DE CORNEJO,
CARMEN JUDITH

MOLINA HERMANOS S A DE C

NOTA:

'Las medidas que catastro proporciona, están dentro de tolerancia por el método utilizado para su levantamiento, por lo tanto no pueden ser consideradas como absolutas; así mismo, la información que se detalla no es definitiva en relación a los propietarios, antecedentes registrales y la definición de límites Municipales y/o Departamentales'.

 <p>ASESORIA Y ATENCION AL CLIENTE</p> <p>FIRMA Y SELLO</p>	<p>ELABORO</p> <p>ING. ELENA DE MORA</p> <p>ATENCION AL CLIENTE Y COMERCIALIZACION</p>	<p>REFERENCIA DE LA HOJA Y ESCALA</p> <p>MAPA CATASTRAL O SECTOR 0511U28</p> <p>PARCELA 36</p> <p>TRANSACCION</p> <p>ESCALA 1:500 FECHA:13/07/2016</p>	<p>UBICACION CATASTRAL</p>	<p>INSTITUTO GEOGRAFICO Y DEL CATASTRO NACIONAL</p> <p>CENTRO NACIONAL DE REGISTROS</p> <p>DERECHOS RESERVADOS</p>	 <p>EL SALVADOR</p>