



**FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS  
EMPRESARIALES**

**Plan de Negocio**

**De**

**“HENIC FOREIGN LANGUAGES”**

**Trabajo de grado para obtener el título de  
Ingeniero en Ciencias Empresariales  
Concentración en Dirección y Planeación Empresarial**

**Autor**

**Henry Nicolás Logroño Mendoza**

**Samborondón, Abril del 2014**

# ÍNDICE

<b>1.RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>1</b>
1.1. Propósito del proyecto. ....	2
1.2. Información básica.....	2
1.3. Requerimientos financieros. ....	3
<b>2. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.....</b>	<b>3</b>
2.1. Nombre del negocio.....	3
2.2. Misión.....	4
2.3. Visión.....	4
2.4. Objetivo del negocio.....	4
2.5. Logo.....	4
2.6. Valores Corporativos.....	5
<b>3. VIABILIDAD LEGAL, SOCIAL Y AMBIENTAL.....</b>	<b>5</b>
3.1. Viabilidad Legal.....	5
3.2. Marco Societario.....	5
<b>4. ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>6</b>
4.1. Análisis del sector.....	6
4.2. Análisis del mercado.....	8
4.3. Mercado objetivo.....	8
4.3.1. Características del mercado objetivo.....	8
4.3.2. Herramienta de información del mercado objetivo.....	8
4.4. Análisis político, económico, social y tecnológico (PEST).....	13
4.4.1. Análisis político.....	13
4.4.2. Análisis social: .....	14
4.4.3. Análisis tecnológico:.....	14
4.5. Evaluación de mercados potenciales.....	15
4.5.1. Perfil del cliente o consumidor.....	16
4.5.2. Número de competidores.....	16
4.5.3. Números de Marcas.....	16
4.6. Estrategia de servicio.....	17

4.7. Estrategia de precio.....	17
4.8. Estrategia de distribución.....	18
4.9. Estrategia de promoción. ....	19
4.9.1. Atención personalizada. ....	20
4.9.2. Enseñanza de un segundo idioma.....	20
4.9.3. Profesionales a su servicio. ....	20
4.9.4. Objetivos de la promoción. ....	20
4.9.5. Análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA)..	21
<b>5. ESTUDIO OPERACIONAL. ....</b>	<b>22</b>
5.1. Proceso de servicio. ....	22
5.1.1. Etapas del proceso.....	22
5.1.2. Diagrama del proceso.....	22
5.2. Mano de obra requerida. ....	24
5.2.1. Capacidad de producción de la mano de obra en unidades de producto.....	24
5.3. Materia prima y componentes requeridos por paquete de servicio ofrecido. ....	24
5.4. Bienes de capital requeridos. ....	25
5.5. Espacio requerido. ....	26
5.5.1. Plano del lugar de operaciones.....	26
5.6. Abastecimiento. ....	27
5.6.1. Factores de elección de proveedores.....	27
5.6.2. Proveedores. ....	27
5.6.3. Periodicidad de compras. ....	27
5.7. Recursos humanos. ....	28
5.7.1. Cargos, perfiles y responsabilidades. ....	28
5.7.2. Proceso de búsqueda, selección y contratación.....	31
5.8. Organigrama: .....	31
<b>6. ANÁLISIS FINANCIERO. ....</b>	<b>32</b>
6.1. Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento.....	32
6.1.1. Constitución del capital.....	33
6.2. Ingresos-egresos proyectados. ....	33
6.3. Flujos de Caja Proyectados.....	34

6.4. Proyecciones de los estados financieros.....	36
6.5. Punto de equilibrio (Escenario Optimista).....	37
6.6. Resultados de la valoración.....	38
6.7. Impacto y sostenibilidad del negocio.....	41
<b>7. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....</b>	<b>43</b>
<b>8. CONCLUSIONES.....</b>	<b>44</b>
<b>9. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>45</b>

## **1. RESUMEN EJECUTIVO.**

El presente trabajo de grado presenta un plan de negocios para la creación de una empresa de prestación de servicios de asesorías de educación no formal a estudiantes de Educación General Básica (elemental, media y superior), Bachillerato y Universitarios en el área de negocios, comunicación y turismo llamada Henic Foreign Languages. El plan de negocios consta de cuatro partes que estudian los diferentes aspectos que se requieren para la creación de una empresa: mercados, operaciones, administrativo y financiero.

El análisis de mercados muestra un estudio del sector, del cliente y de la competencia de la empresa. Para el estudio del sector se tomaron cifras del sector de educación que es aquel al cual pertenece la empresa; para estudiar al cliente se diseñó y aplicó una encuesta cuyos resultados son parte del estudio; finalmente se realizó un estudio de la competencia mediante un análisis FODA. Los resultados de dichos estudios se utilizaron para diseñar las estrategias de producto, precio, promoción y plaza, las cuales se muestran en este trabajo de grado.

EL estudio operacional muestra los procesos que se deben llevar a cabo por la empresa para la producción del servicio ofrecido; igualmente se muestran la descripción del lugar donde va a operar la empresa y las herramientas necesarias para desarrollar cada una de las asesorías.

El estudio administrativo muestra la imagen corporativa de la empresa, la forma de estructura organizacional, los requisitos legales para que la empresa esté legalmente constituida desde el primer momento. Igualmente, se hace un estudio del personal necesario para la correcta operación de la empresa.

Finalmente el estudio financiero muestra el análisis de inversión, ingresos y costos tanto de creación como de operación de la empresa. En este análisis se tienen en cuenta los indicadores financieros de TIR y VAN que se deben tener en cuenta para decidir acerca de la inversión en el proyecto.

### **1.1. Propósito del proyecto.**

Henic Foreign Languages , será una empresa de servicios dedicada a brindar asesorías del idioma Ingles más tareas y trabajos bilingües con soluciones al instante. Está previsto que dicha empresa empiece sus operaciones en el mes de enero de 2015.

Henic Foreign Languages, trabajará en su sede principal ubicada en el centro de la ciudad de San Francisco de Milagro Provincia del Guayas, donde además de sus oficinas para el área administrativa y operacional contara con unas sala de espera, una sala equipada con mesas de trabajo y un tablero para ejercicios, también tendrán una sala con acceso a internet y una cafetería.

El mercado potencial de Henic Foreign Languages son los alumnos de Escuelas de educación básica, colegios y centro de educación superior ubicada en la zona urbana norte, centro y sur de la ciudad de Milagro que requieran refuerzos del idioma Ingles.

Henic Foreign Languages. Es un proyecto gestionado por Henry Logroño Mendoza, estudiante de la facultad de Economía y Ciencias Empresariales de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo. Como parte de su formación académica y laboral el gestor del proyecto tienen experiencia en emprendimiento, manejo de diversas lenguas extranjeras, servicio al cliente, traducción e interpretación, comunicación organizacional y planeación y dirección empresarial.

### **1.2. Información básica.**

Henic Foreign Languages, se crea debido a la necesidad que tienen los padres de familia de los estudiantes de escuelas de educación básica, colegios y universidades con énfasis en el idioma Ingles, por tener una ayuda externa con el aprendizaje y con las tareas o trabajos regulares de su formación académica formal, debido a que muchas veces el nivel académico no es el esperado o el exigido por el plantel educativo, esto se debe a la falta de refuerzo en el idioma y por la falta de tiempo por parte de los padres para prestar más atención en la elaboración de tareas y trabajos de sus hijos y el cumplimiento de las mismas. Por otro lado los llevan a buscar nuevas alternativas para que sus hijos sostengan un buen promedio académico y de esta forma evitar el pago de años escolares perdidos,

debido a la falta de refuerzo en el conocimiento de los alumnos lo que conlleva a que los padres busquen diferentes recursos para que sus hijos estén en el nivel esperado.

Los proyectos de la ciudad y para el país para en el año 2017 es que Ecuador tenga una educación bilingüe hacia la lengua extranjera desde la educación básica elemental hacia el bachillerato, ya que han incrementado la apertura de colegios del milenio y privados con énfasis en idiomas y la enseñanza de los mismos en las escuelas de educación básica superior, colegios distritales nacionales y universidades.

### **1.3. Requerimientos financieros.**

La inversión inicial de Henic Foreign Languages . Es de \$ 75.000,00 en la cual el 60% será por aportaciones de los tres accionistas y el 40% financiado por la banca. Las ventas del primer año ascienden a \$ 400.020 de dólares y la utilidad final el primer año de operaciones es de \$ 58.253. La Tasa Interna de Retorno es de 81,34% y el VAN es de 299.963,28 indicadores de rentabilidad atractivos para los inversionistas.

## **2. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.**

Nuestra empresa se dedica a brindar servicios de capacitación y asesoramientos de trabajos y tareas del idioma Inglés, dentro de la ciudad de Milagro Provincia del Guayas a estudiantes de Educación General Básica (elemental, media y superior), Bachillerato y Universitarios en el área de negocios, comunicación y turismo y a través de la misma fomentar el desarrollo multicultural de los habitantes. Brindando una excelente prestación de servicios formativos de calidad por medio de una metodología didáctica, participativa y práctica, para el desarrollo cognitivo del idioma Inglés, participando activamente en el desarrollo intelectual y social de nuestros estudiantes.

### **2.1. Nombre del negocio**

#### **“HENIC FOREIGN LANGUAGES”**

Es un nombre de fácil recordación, es en inglés para dar el enfoque multilingüe que proyecta la empresa.

## **2.2. Misión.**

Ofrecer programas innovadores de asesoramiento, aprendizaje y capacitación de calidad por medio de una metodología didáctica, participativa y práctica, para el desarrollo cognitivo en lenguas extranjeras que otorgan a nuestros estudiantes una ventaja competitiva en el mundo de hoy para ser líderes y contribuir positivamente a la sociedad global.

## **2.3. Visión.**

Ser reconocida como empresa líder en el país en la formación académica en lenguas extranjeras y de prestación de servicios de asesorías de tareas y trabajos bilingües preparados para los desafíos de una movilidad nacional e internacional y una cooperación más intensa en la educación, la cultura, la ciencia, la industria y el mercado.

## **2.4. Objetivo del negocio.**

Formar y Asesorar estudiantes con bajas, medias y altas competencias lingüístico-comunicativas en lenguas extranjeras (Ingles), con un sólido bagaje cultural y teórico en las disciplinas directamente relacionadas con la sociedad y con su preparación académica formal en las áreas humanísticas, investigativa y técnico-científica.

## **2.5. Logo.**

El logo de Henic Foreign Languages está diseñado en color Azul el cual representa constancia, autoridad y confianza, conceptos que se buscan transmitir a los alumnos. Se mantiene un estilo sobrio diseñado en tonos claros que reflejan transparencia y tranquilidad, con una letra clara, de fácil lectura, recordación y reconocimiento en el mercado.





## **2.6. Valores Corporativos.**

De la empresa: Henic Foreign Languages tiene definidos como valores corporativos en su empresa:

- ❖ La transparencia en todos sus procesos.
- ❖ La solides de su negocio.

De nuestros empleados: Henic Foreign Languages tiene definidos como valores corporativos en sus empleados:

- ❖ La confidencialidad.
- ❖ La lealtad.
- ❖ El trabajo en equipo.

De nuestros servicios: Henic Foreign Languages tiene definidos como valores corporativos en sus servicios ofertados:

- ❖ La calidad de sus profesionales.
- ❖ La puntualidad en sus compromisos.
- ❖ Precios asequibles.
- ❖ El excelente servicio y seguimiento de su página web.

## **3. VIABILIDAD LEGAL, SOCIAL Y AMBIENTAL.**

### **3.1. Viabilidad Legal.**

Por ser Henic Foreign Languages una compañía que presta servicios de capacitación de tipo educativo no formal o extracurricular las normativas legales impuestas (tales como requerimientos de información y la presentación y pago de los diferentes impuestos, tasas y contribuciones) por los diferentes entes de control, no constituyen obstáculos para el normal desempeño de las actividades.

Por todo lo antes mencionado, se puede concluir con facilidad que el proyecto es totalmente factible, en términos técnicos legales.

### **3.2. Marco Societario.**

Es una empresa de tipo familiar con personas allegadas por lo Henic Foreign Languages es una compañía limitada. Esta se conformara por 3 socios y tiene “capital cerrado” (capital con un número limitado de acciones que no se podrán cotizar en la Bolsa de Valores).

## 4. ESTUDIO DE MERCADO.

### 4.1. Análisis del sector.

El sector de la economía al cual pertenece Henic Foreign Languages es el de la educación no formal o extracurricular y hace parte del sector de servicios siendo el terciario de la economía Ecuatoriana.

La tabla 2, 3 y 4 muestran el número de personas entre 5 a 25 años de edad de la ciudad de Milagro, que probablemente asisten a centros de educación formal y se observa que el porcentaje de asistencia es bastante alto.

La tabla 1 muestra el número y porcentaje de estudiantes registrado en la Educación Inicial, Básica General y Bachillerato del sector urbano de la ciudad de Milagro. En la cual se trabajara con el 25 por ciento de los estudiantes promovidos del sector de educación formal e interesados en la asesoría de trabajos bilingües y el aprendizaje de la lengua inglesa.

**Tabla: 1 Cuadro estadístico de estudiantes en la educación formal.**

Nivel Educativo	Grado	Descomposición de matrícula en el año lectivo.				Total
		Promovidos	No Promovidos	Abandonos	En Actualización (*)	
BACHILLERATO		5,771	116	300	2,621	8,808
BASICA		29,059	242	1,463	3,903	34,667
INICIAL		954	0	71	128	1,153
NO REGISTRADO		10	0	0	76	86
<b>Total</b>		<b>35,794</b>	<b>358</b>	<b>1,834</b>	<b>6,728</b>	<b>44,714</b>

Fuente : Archivo Maestro de Instituciones Educativas - AMIE

Filtros Seleccionados:

Período : 2011-2012      Sostenimiento : TODOS  
Provincia: GUAYAS      Cantón : MILAGRO      Parroquia : MILAGRO

\*Nota: La columna (En Actualización) hace referencia a las Instituciones que no actualizaron su información y/o que deben entregar información de los estudiantes que rindieron el examen de suspensión.

Fuente: Archivo Maestro de Instituciones Educativas – AMIE.

**Tabla: 2 Estadística de la población de Milagro en edad escolar de 6 a 12 años.**

Población en Edad Escolar						
CEPAL/CELADE Redatam+SP 4/10/2014						
Base de datos						
Ecuador::Censo de Población y Vivienda 2010						
Área Geográfica						
Seleccion\PROVIN_09.sel						
Título						
Población en Edad Escolar						
Nombre de la lista						
RpBases\Tempo\~tmp_593281.dbf						
Entidad						
Cantón de empadronamiento						
Llave						
REDCODE						
Código	Nombre del Cantón	Total	Total Seleccionado	Porcentaje	Porcentaje Relativo	
910	MILAGRO	133508	19495	15	17	
Procesado con Redatam+SP						
CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010						
INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS - INEC, ECUADOR						

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo INEC.

Tabla: 3 Estadística de la población de Milagro en edad escolar de 13 a 18 años.

Población en Edad Escolar						
CEPAL/CELADE Redatam+SP 4/10/2014						
Base de datos						
Ecuador::Censo de Población y Vivienda 2010						
Área Geográfica						
Seleccion\PROVIN_09.sel						
Título						
Población en Edad Escolar						
Nombre de la lista						
RpBases\Tempo\~tmp_593281.dbf						
Entidad						
Cantón de empadronamiento						
Llave						
REDCODE						
Código	Nombre del Cantón	Total	Total Seleccionado	Porcentaje	Porcentaje Relativo	
910	MILAGRO	133508	16059	12	14	
Procesado con Redatam+SP						
CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010						
INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS - INEC, ECUADOR						

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo INEC.

Tabla: 4 Estadística de la población de Milagro en edad escolar de 19 a 25 años.

Población en Edad Escolar						
CEPAL/CELADE Redatam+SP 4/10/2014						
Base de datos						
Ecuador::Censo de Población y Vivienda 2010						
Área Geográfica						
Seleccion\PROVIN_09.sel						
Título						
Población en Edad Escolar						
Nombre de la lista						
RpBases\Tempo\~tmp_593281.dbf						
Entidad						
Cantón de empadronamiento						
Llave						
REDCODE						
Código	Nombre del Cantón	Total	Total Seleccionado	Porcentaje	Porcentaje Relativo	
910	MILAGRO	133508	15695	12	13	
Procesado con Redatam+SP						
CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010						
INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS - INEC, ECUADOR						

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo INEC.

## **4.2. Análisis del mercado.**

Para el estudio de mercado se realizó una serie de encuestas a padres de familia de hijos académicamente activos a partir de los 5 años hasta los 18 y estudiantes universitarios de carreras de negocios, turismo y comunicación, con esto se busca tener una idea clara de que aspectos son los más importantes a tener en cuenta para la creación de empresa y las necesidades comunes entre los padres de familia con hijos que cruzan la educación básica o bachillerato y estudiantes universitarios.

## **4.3. Mercado objetivo.**

Henic Foreign Languages se proyecta para trabajar en el mercado urbano de la ciudad de Milagro Provincia del Guayas compuesto por los padres de estudiantes de escuelas, colegios y universitarios con relación a las lenguas extranjeras (Ingles).

### **4.3.1. Características del mercado objetivo.**

Estudiantes de pre básica, educación Básica (elemental, media y superior), Bachilleratos y universitarios bilingües y no bilingües interesados en el desarrollo del conocimiento del idioma Ingles a la vez, lectura, pronunciación, comprensión y escritura. Con variación en la intensidad dependiendo del nivel.

### **4.3.2. Herramienta de información del mercado objetivo.**

Con el objetivo de conocer mejor las necesidades del mercado meta se realizó una encuesta cuya ficha técnica se muestra a continuación:

#### **4.3.2.1. Ficha técnica.**

**Herramienta de información:** Encuesta.

**Forma de recolección:** Entrevistas personalizada.

**Población estudiada:** padres de familia con hijos en edades de educación básica, bachilleratos y universitarios.

**Tamaño de la muestra:** 109.

**Lugar de realización:** Milagro provincia del Guayas.

**Fecha de realización:** 10 de Febrero al 28 de Febrero de 2014.

**Número de preguntas:** 8.

**Porcentaje de error estimado:** 5 %.

Encuesta realizada a 80 padres de familia de alumnos académicamente activos entre los 5 a 18 años y 29 encuestas realizadas a estudiantes universitarios, para determinar si los servicios inicialmente ofrecidos por parte de Henic Foreign Languages , tienen una respuesta positiva en el público encuestado.

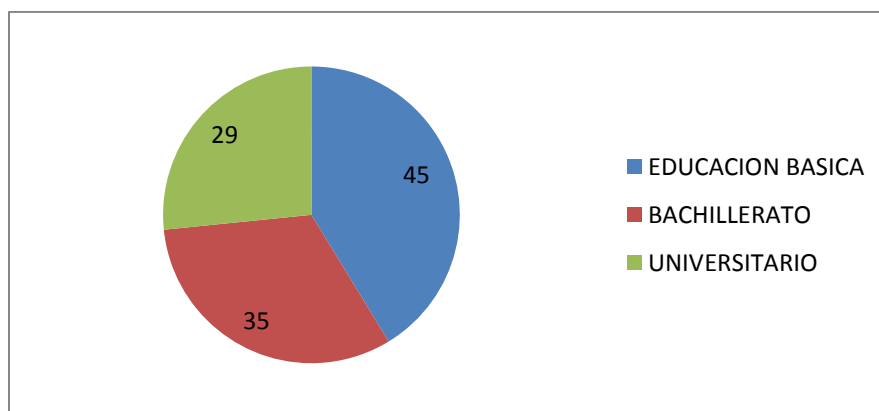
#### **4.3.2.2. Resultados de la herramienta de información.**

A continuación se muestran los resultados de la encuesta realizada, los cuales marcan una pauta en cuanto a las necesidades de los padres de estudiantes de educación básica bachillerato y universitarios con preferencias de los mismos en relación con el servicio de asesorías de tareas y trabajos aprendizaje del idioma inglés como lengua extranjera, dando así a conocer una clara perspectiva de los aspectos a tener en cuenta para lograr construir un valor agregado frente a la competencia.

Pregunta # 1

¿Tienes hijos regularmente activos en la educación básica, bachillerato o eres estudiante universitario?

**Figura: 1. Estudiantes registrados en los diferentes niveles de educación.**



Elaborado por: El autor

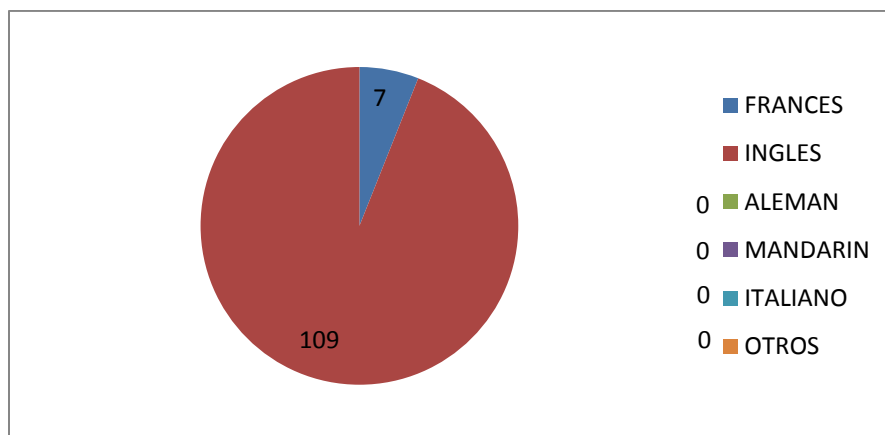
Observamos que el 35% de los encuestados tienen hijos en la educación básica.

Pregunta # 2

¿Qué idiomas estudia su representante legal en el establecimiento educativo regular en el área de lengua extranjera o en su universidad si es estudiante de educación superior?

Francés \_\_\_\_\_ Inglés \_\_\_\_\_ Alemán \_\_\_\_\_ Mandarín \_\_\_\_\_ Italiano \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

**Figura: 2. Idiomas que estudian alumnos en los centros educativos.**



Elaborado por: El autor

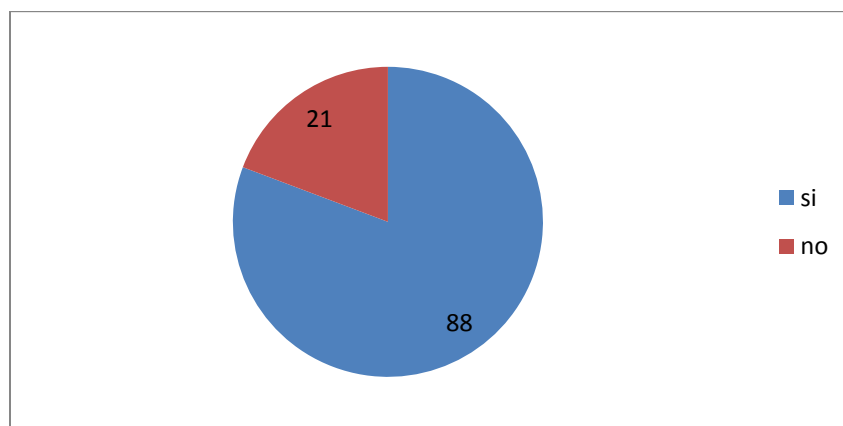
Pregunta # 3

¿Considera que el idioma ingles debe ser impartida desde una edad muy temprana (niños desde 5 años en adelante) y fortalecida con un inglés técnico por especialización es los estudios superiores?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

**Figura: 3. El idioma ingles en la educación regular.**



Elaborado por: El autor

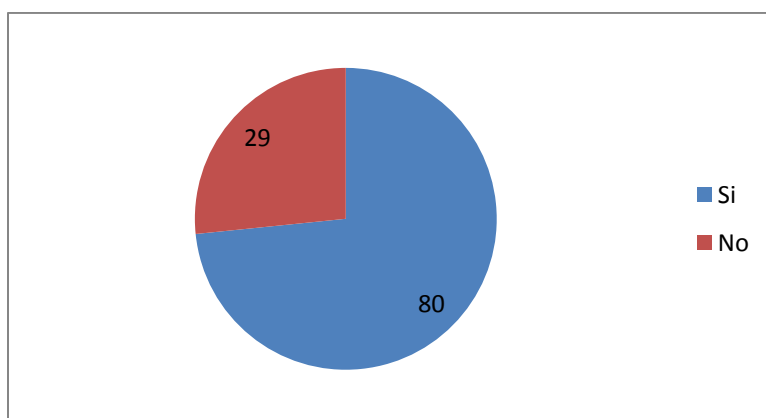
Pregunta # 4

¿Ha utilizado alguna vez los servicios de asesorías de trabajos y tareas de la asignatura de lengua extranjera?

Sí \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

**Figura: 4. Servicios de asesorías y trabajos.**

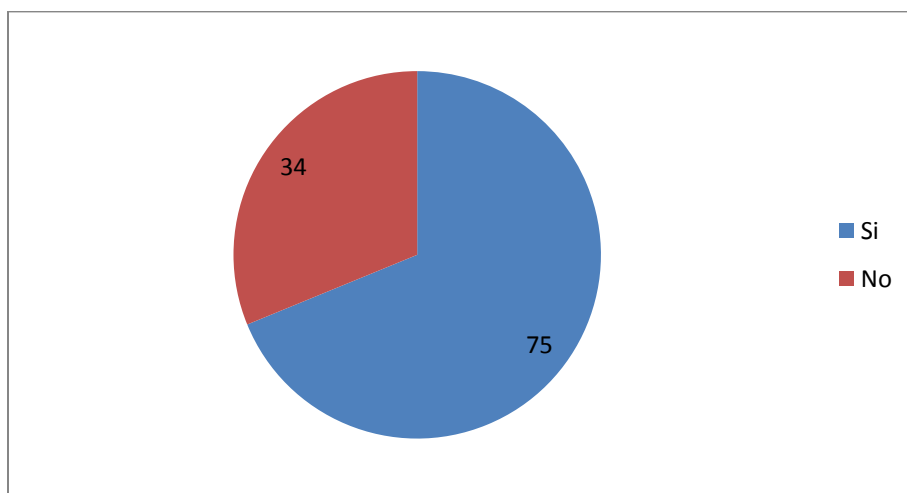


Elaborado por: El autor

Pregunta # 5

¿Le gustaría que su representado o usted si es estudiante universitario reciba algún tipo de tutoría fuera de las horas de educación regular con el fin de guiarlo en la resolución de trabajos y tareas más el fortalecimiento del idioma? Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**Figura: 5. Tipos de tutorías en capacitación de idiomas.**



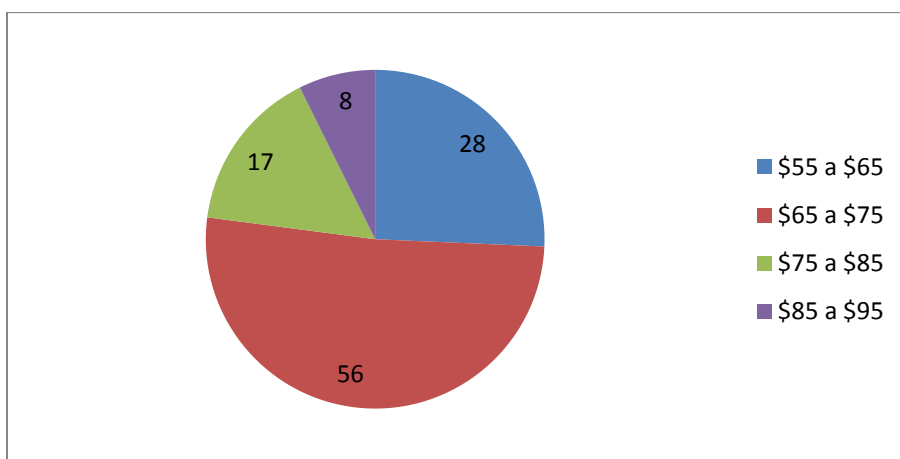
Elaborado por: El autor

Pregunta # 6

¿Según el siguiente rango, que cantidad de dinero usted estaría dispuesto a pagar mensualmente para adquirir un paquete de estudios de lenguas extranjeras más las asesorías académicas formales?

\$55 a \$65 \_\_\_\_\_ \$65 a \$75 \_\_\_\_\_ \$75 a \$85 \_\_\_\_\_ \$85 a \$95 \_\_\_\_\_

**Figura: 6. Valor dispuesto a cancelar mensualmente por paquete de estudios.**

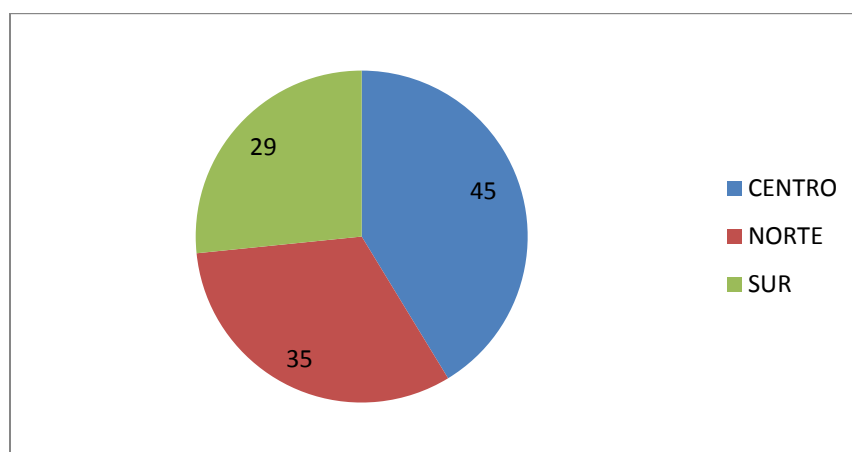


Elaborado por: El autor

Pregunta # 7

¿En qué zona de la ciudad prefiere que su representado o usted como estudiante universitario tomen la asesoría académica? Norte \_\_\_\_\_ Centro \_\_\_\_\_ Sur \_\_\_\_\_

**Figura: 7. Lugar de estudios.**



Elaborado por: El autor

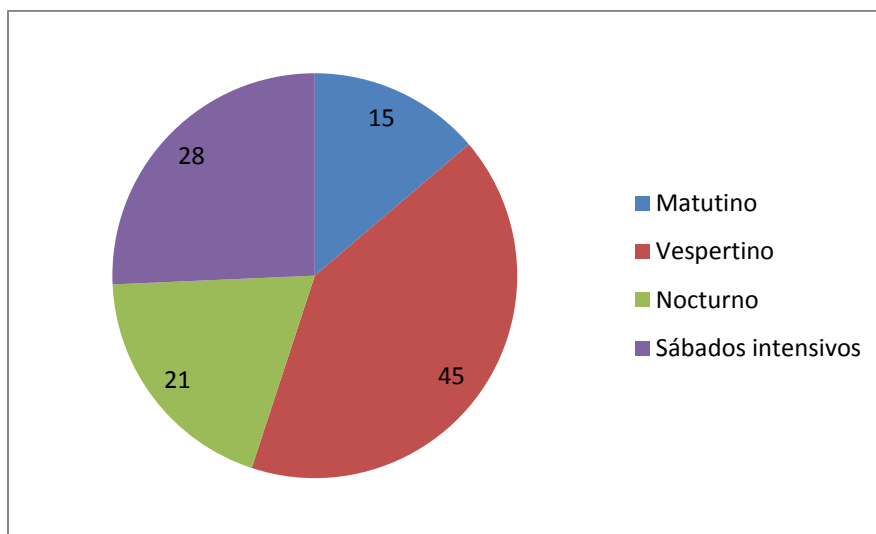


Pregunta # 8

¿En qué horario prefiere que su representado o usted como estudiante universitario tomen la asesoría académica?

Matutino \_\_\_\_\_ vespertino \_\_\_\_\_ Nocturno \_\_\_\_\_ sábados intensivos \_\_\_\_\_

**Figura: 8. Sección o jornada de estudios.**



Elaborado por: El autor

#### **4.4. Análisis político, económico, social y tecnológico (PEST).**

##### **4.4.1. Análisis político.**

(Ecuatoriana) Su gobierno es de origen democrático y como presidente actual es el Eco. Rafael Correa Delgado quien impulsó la última asamblea constituyente en donde por consulta popular el pueblo aceptó lo que la asamblea propuso, la moneda oficial es el dólar y el idioma oficial es el español.

El presidente actual ha dado acceso a préstamos hipotecarios para vivienda de hasta quince años plazo, es decir entre sus políticas principales están el que los ciudadanos tengan acceso a una casa aunque es claro comprender que solo la población económicamente activa puede acceder a estos. Con las políticas sobre impuestos de este gobierno encarece la materia prima y obliga a elevar los precios a fin de compensar el alto costo para su producción.

En el ámbito de educación es casi siempre irregular modificando normas decretos y acuerdos para el desarrollo de la mejora educativa dentro del Ecuador, por lo cual con el

último Acuerdo Ministerial 41-014 dentro de los servicios de Henic Foreign Languages nos vemos proyectados como líderes en servicio de capacitación de idiomas dentro de tres años.

#### **4.4.2. Análisis social:**

La construcción desde el principio de la historia ha estado ligada con la sociedad ya que es una de las actividades más practicadas e influyentes en la economía nacional, con lo cual con el trascurso de los años se han creado empresas que se han dedicado específicamente a la de servicios generando plazas de trabajo, aumentando la población económicamente activa y reduciendo la tasa de desempleo.

La sociedad ecuatoriana que está ubicada en los andes y la costa del pacífico ha incidido para que muestre una diversidad étnica y cultural donde la excesiva concentración de los recursos productivos y de la riqueza son obstáculos estructurales para el desarrollo social del país, la escasa generación de empleo y los pocos esfuerzos realizados por el estado en sectores sensibles como la educación, la salud, la dotación de infraestructura confabulan para el desarrollo social.

Lo que se pretende hacer al posicionar la imagen de Henic Foreign Languages es generar un crecimiento constante de la empresa con el mismo nombre mantener un mercado cautivo brindando servicios de calidad para nuestros estudiantes de educación regular de la ciudad de Milagro y luego para la comunidad Provincial, Regional y Nacional garantizando el servicio de la educación no formal o extracurricular y por supuesto la excelencia en el servicio de capacitación de lenguas extranjeras.

#### **4.4.3. Análisis tecnológico:**

Es importante el factor tecnológico ya que las empresas deben hoy en día estar a la par con los cambios tecnológicos en equipos y software para así optimizar costos, incrementar la eficiencia, mejorar la calidad de sus servicios.

La tecnología que puede definirse como el medio para transformar un buen servicio de aprendizaje, además, mejorar o desarrollar procesos, sin embargo no consiste únicamente en métodos, maquinas, procedimientos, instrumental, métodos de programación, materiales y equipos que pueden comprar se o intercambiarse, sino es también un estado de espíritu, la expresión de un talento creador y la capacidad de sistematizar los conocimientos para su aprovechamiento por el conjunto de la sociedad.

El pensamiento moderno ha llegado a establecer que la tecnología no debe considerarse como un medio de producción externo que puede adquirirse en cualquier momento, sino como un input que puede generarse o perfeccionarse a través del propio proceso transformador, ya que los elevados niveles de cambio tecnológicos, que se ponen de manifiesto a través del acortamiento del ciclo de desarrollo del servicio, sino del incremento de la velocidad de difusión espacial de los nuevos procesos cuyos lanzamientos comerciales se realizan prácticamente con alcance mundial.

Henic Foreign Languages debe formular una estrategia tecnológica integrada en la estrategia global y al mismo nivel que las otras estrategias específicas como pueden ser la financiera y comercial.

#### **4.5 Evaluación de mercados potenciales.**

En la oferta tenemos que hablar de la competencia y en la demanda del mercado - cliente como nos vamos a diferenciar.

Actualmente se observa en la ciudad de Milagro provincia del Guayas la falta de capacitación en diferentes sectores educativos de idiomas, para que las personas de recursos medios puedan salir adelante con una proeficiencia en conocimientos del área de lengua extranjera.

Por esta razón consideramos que es un excelente negocio ya que se ha palpado la realidad de varios estudiantes en momentos de tareas y trabajos de la asignatura de lengua extranjera en no poseer sólidas bases en esta área por lo cual buscan alternativas para salir de esta problemática de falta de conocimientos.

La creación de un centro de capacitación de enseñanza de idiomas más la ayudantía de trabajos de estudios regulares de los educados es una necesidad ya que la zona solo cuenta con dos instituciones de idioma ingles con procesos lentos de aprendizaje y métodos antiguos y falta de alcance tecnológicos para el aprendizaje de la actualidad de los habitantes en esta área.

#### **4.5.1. Perfil del cliente o consumidor.**

El segmento de mercado al que estamos dirigiéndonos serían estudiantes de Educación General Básica entre 5 y 15 años de edad, estudiantes de Educación Bachillerato General unificado entre 15 y 18 años de edad, estudiantes universitarios en el área de Negocios, Turismo y Comunicación sin distinción de sexo, etnias y estrato social.

Los Milagreños se capacitarán en Henic Foreign Languages, porque se utiliza técnicas de capacitación de fácil aprendizaje con tecnología de punta con su respectiva evaluación a los participantes para reforzar sus conocimientos.

De esta manera se estaría vinculando con la colectividad con calidad y calidez, fortaleciendo el sector de la educación del cantón.

#### **4.5.2. Número de competidores.**

Henic Foreign Languages operará en el Cantón de Milagro de una manera estable ya que el sector de capacitaciones no es tan competitivo.

Dos de los principales competidores son el American Language Center y el Harvard Institute of English los cuales aprovechan permanentemente todas las oportunidades a su alcance para tomar la delantera.

Sin embargo las dos solo brindan la asesoría de enseñanza del idioma inglés y no son las más accionadas por los diversos estudiantes de la zona urbana de la ciudad.

La competencia es indirecta y lo hace de forma temporal y por ellos la participación del mercado se distribuirá de la siguiente manera frente al número de competidores.

El sector de capacitación viene registrando un comportamiento dinámico similar al de los últimos años, debido a la mayor demanda que esta registra.

#### **4.5.3. Números de Marcas.**

El servicio que se brindará a nivel de la ciudad como son los paquetes de estudios no formales o extracurriculares no tienen nombres de marcas en el servicio simplemente son identificados por la razón social de la institución que los oferta hacia los distintos lugares para impartirlos a los participantes. Pero Henic Foreign Languages como empresa marcará

la diferencia y se manejara con su propia marca según el paquete de asesoría requerida por los clientes.

#### **4.6. Estrategia de servicio.**

Henic Foreign Languages, tiene Como idea original el refuerzo en la educación para alumnos de educación general básica, Bachillerato y universitarios ya sea bilingüe o no bilingüe que requieran de un fortalecimiento en la asignatura del idioma ingles donde presenten dificultad para el aprendizaje, dándole el valor agregado de las asesorías de tareas y trabajos que realizan en su formación académica formal más un segundo idioma opcional ya sea Francés o Alemán. Las asesoría se brindaran en la sede principal de la empresa la cual cuenta con las instalaciones adecuadas y también se prestara a domicilio en las casas de los estudiantes o en las instalaciones de los colegios que decidan contratar el servicio.

Adicionalmente, esta idea de negocio busca brindar calidad en la enseñanza de un idioma o dos adicional al que el alumno comúnmente recibe en su colegio. En estos términos Henic Foreign Languages busca establecerse dentro del mercado, como una empresa de aprendizaje y fortalecimiento del conocimiento académico básico, medio y superior, sumado a la enseñanza especializada de los idiomas y se proyecta como una empresa con una ética profesional que busca darse a conocer por la calidad e integridad de todos sus profesionales.

#### **4.7. Estrategia de precio.**

Basados en la encuesta del estudio de mercado en cuanto a los promedios de precios, demanda del producto y tendencias actuales de la competencia se establecieron los siguientes precios:

**Tabla: 5 Estrategia del precio por nivel del paquete de estudios.**

<b>Área</b>	<b>Valor del Nivel</b>	<b>Tiempo de Nivel</b>	<b>Días</b>	<b>Horas</b>
HS para educación básica elemental	\$ 140	8 semanas	Lun - Vie	80
HS para educación básica elemental	\$ 70	8 semanas	Sábados	40
HS para educación básica media	\$ 150	8 semanas	Lun - Vie	80
HS para educación básica media	\$76	8 semanas	Sábados	40
HS para educación básica superior	\$ 160	8 semanas	Lun - Vie	80
HS para educación básica superior	\$ 80	8 semanas	Sábados	40

HS para educación bachillerato	\$ 170	8 semanas	Lun - Vie	80
HS para educación bachillerato	\$ 86	8 semanas	Sábados	40
HS para universitarios	\$ 190	8 semanas	Lun - Vie	80
HS para universitarios	\$ 96	8 semanas	Sábados	60

**Fuente: Ministerio de Educación del Ecuador**

**Elaborado por: El autor**

Los precios establecidos por Henic Foreign Languages r, maneja un descuento del 25% con respecto al valor establecido para hermanos y un 20% para los estudiantes de colegios o instituciones socias a Henic Foreign Languages.

#### **4.8. Estrategia de distribución.**

Henic Foreign Languages tendrá como sede principal la ciudad de Milagro, lugar desde el cual dirigirá, organizará y prestará el servicio, sin dejar de lado la prestación del servicio de la asesoría en colegios que se encuentren ubicados dentro y fuera de Milagro. Esto último se tiene proyectado como un objetivo a mediano plazo mientras que Henic Foreign Languages, se estabiliza en el mercado de asesorías.

Temporalmente, las instalaciones se ubicaran en la Zona centro de la ciudad de Milagro, para tener un fácil desplazamiento por parte de los clientes que principalmente viven en esta zona de la ciudad y así mismo para el desplazamiento de nuestros docentes cuando deban desplazarse a algún colegio para prestar el servicio de asesoría. Razón por la cual considera que este lugar es ideal para la prestación del servicio. El lugar cuenta con las condiciones adecuadas tanto para laborar como para la atención de los estudiantes y padres. Tiene un área de 42 metros cuadrados, totalmente amoblada para la prestación del servicio.

Adicional a la oficina para la prestación de los servicios de Henic Foreign Languages, se utilizara de manera primordial la asesoría virtual, la cual ayudara a los alumnos a repasar y realizar las tareas asignadas por el profesional de Henic Foreign Languages, desde la comodidad de su casa a la hora que el alumno desee sin necesidad de desplazamientos fuera de las horas asignadas por el tutor de la asesoría o fuera de las horas que el padre o el estudiante quiso tomar para la asesoría.

La retroalimentación de estas tareas se realizara de manera personalizada para la corrección y solución de dudas del alumno en cuanto al tema tratado en la asesoría.

#### **4.9. Estrategia de promoción.**

Henic Foreign Languages, quiere un canal de distribución que no solo satisfaga las necesidades de los clientes, sino que además le dé una ventaja competitiva. Por esta razón la promoción del servicio se realizará a través de la pauta en Internet, en páginas de asesorías con gran volumen de visitas de consulta como mundo anuncio.com; laguiacalsificados.com o portafolio.com y a través de la Página Web propia que será [www.henic.com.ec](http://www.henic.com.ec).

Se hará especial énfasis en el mercadeo electrónico y visitas a colegios previamente seleccionados como fuertes candidatos para hacerlos clientes de Henic Foreign Languages, lo cual posteriormente permitirá determinar cuáles son los requerimientos exigidos por los clientes y con esta información se procede a establecer una estrategia de mejoramiento de la promoción en Internet y una base de datos de clientes seguros.

Luego de tener el mercado objetivo identificado se realizara una promoción impresa por medio de un mercadeo directo por medios tradicionales como el envío de material impreso y el envío de información a través de correo electrónico.

La utilización del comercio electrónico también permitirá responder a solicitudes de cotización, confirmación de precios, catálogo de idiomas disponibles Henic Foreign Languages, y modalidades de pago, dando un tratamiento especial a las solicitudes para aumentar la confiabilidad del cliente y una posterior fidelización del mismo.

La página Web se diseñara en los tres idiomas con mayor acogida entre los encuestados como lo son Español, Inglés y Francés, adicionalmente con la información básica de los servicios prestados en la asesoría para información del padre y del alumno.

Estas características permitirán obtener beneficios como la presencia global, el aumento de la competitividad y la calidad del servicio, la reducción de costos y precios al cliente.

El propósito general de la promoción de ventas de Henic Foreign Languages, es generar un número significativo en ventas desde su primer año en el mercado, su resultado específico dependerá de cómo se emplea, a quién se dirige y como se realiza. A través de las actividades promocionales de nuestra empresa, es como ésta se comunica directamente con

los clientes potenciales. La promoción es básicamente un intento de influir en el público. Dentro de las estrategias de promoción del producto que Henic Foreign Languages, se establecieron las siguientes como las más importantes:

#### **4.9.1. Atención personalizada.**

Henic Foreign Languages, tiene como idea original el refuerzo en la educación para alumnos de colegios bilingües o no bilingües que requieren de un fortalecimiento en las lenguas extranjeras donde presenten dificultad para el aprendizaje, dándole el valor agregado del idioma que el alumno requiera y en el lugar donde el alumno y el padre lo requiera bien sea en la comodidad de su casa, en el colegio donde se educa o en las instalaciones que Henic Foreign Languages , tendrá a la disposición del cliente.

#### **4.9.2. Enseñanza de un segundo idioma.**

Henic Foreign Languages busca brindar la enseñanza de un idioma adicional al que el alumno normalmente recibe en su colegio. En estos términos la empresa busca establecerse dentro del mercado, como un instituto de aprendizaje y fortalecimiento del conocimiento académico escolar sumado a la enseñanza de los idiomas que la encuesta dio como resultado son de preferencia para el principal consumidor como los son los alumnos.

#### **4.9.3. Profesionales a su servicio.**

Para las asesorías Henic Foreign Languages, cuenta con la ayuda de pedagogos especializados en la educación para niños, jóvenes y adultos en las diferentes asignaturas en las cuales el estudiante requiera asesoría, con el valor agregado del conocimiento del idioma en el que las necesite. Adicionalmente se contará con profesionales que tengan un conocimiento del 100 % del idioma que el estudiante tome como opción de segunda lengua con el fin de tener una mayor concentración en el aprendizaje para el idioma que desee aprender como segunda opción.

#### **4.9.4. Objetivos de la promoción.**

- Ampliar el número de consumidores de Henic Foreign Languages, por medio de las visitas que realizara el gerente de la compañía a los colegios ofreciendo los descuentos y las ventajas de trabajar con la compañía.



- Encontrar más usos del servicio y educar al público mediante campañas publicitarias a través de nuestra página web y así generar la necesidad del cliente por los servicios ofrecidos por la compañía.
- Vender el servicio aunque no se de temporada, brindando cursos vacacionales los cuales serán promocionado a través del internet y redes sociales y también haciendo una campaña de referidos con los clientes existentes.

#### **4.9.5. Análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA).**

El análisis FODA practicado a la empresa Henic Foreign Languages muestra que es una compañía que tiene grandes oportunidades de crecimientos y fidelización de clientes gracias al conocimiento y experiencia de sus administradores y sus profesionales, también por el valor agregado de los idiomas. La empresa tiene un amplio campo de acción en el que puede desempeñarse pero también un gran campo competitivo indirecto por lo que debe distinguirse por su calidad y cumplimiento. Es importante que la empresa evolucione y se desarrolle de la mano de la tecnología y que haga un buen uso de su página web como principal herramienta tecnológica y valor agregado a sus servicios.

**Tabla: 6 Análisis del FODA**

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesores con experiencias en la enseñanza y asesorías en trabajos del idioma inglés</li> <li>• profesores con certificados internacionales en lenguas extranjeras</li> <li>• profesores trilingües</li> <li>• Los cursos impartidos cuentan con certificación de Cambridge</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia indirecta</li> <li>• Ausencia de plazas de tiempo completo</li> <li>• Escaso material didáctico</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación de nuevas tecnologías</li> <li>• Ofertas en la enseñanza de nuevos idiomas</li> <li>• Aplicación de exámenes de certificación tales como el TOEFL.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Surgimiento de nuevas instituciones</li> <li>• Deserción escolar</li> <li>• Cambios de leyes o decretos de nuestro país</li> <li>• Capacitaciones gratuitas por organismos del estado como municipios o universidades</li> </ul>
---	---

Elaborado por: El autor

## 5. ESTUDIO OPERACIONAL.

### 5.1. Proceso de servicio.

El proceso de producción de Henic Foreign Languages comienza desde el momento en que se recibe el alumno, después se debe verificar cual es el nivel de idioma ingles que posee y si requiere la asesoría del seguimiento de tareas de su formación formal , a continuación se debe asignar el profesor especialista, el desarrollo de la clase se divide en dos; la parte académica del programa y la parte de las asesorías de trabajos prácticos si requiere y finalmente termina cuando se hace la evaluación final del tema planteado.

#### 5.1.1. Etapas del proceso.

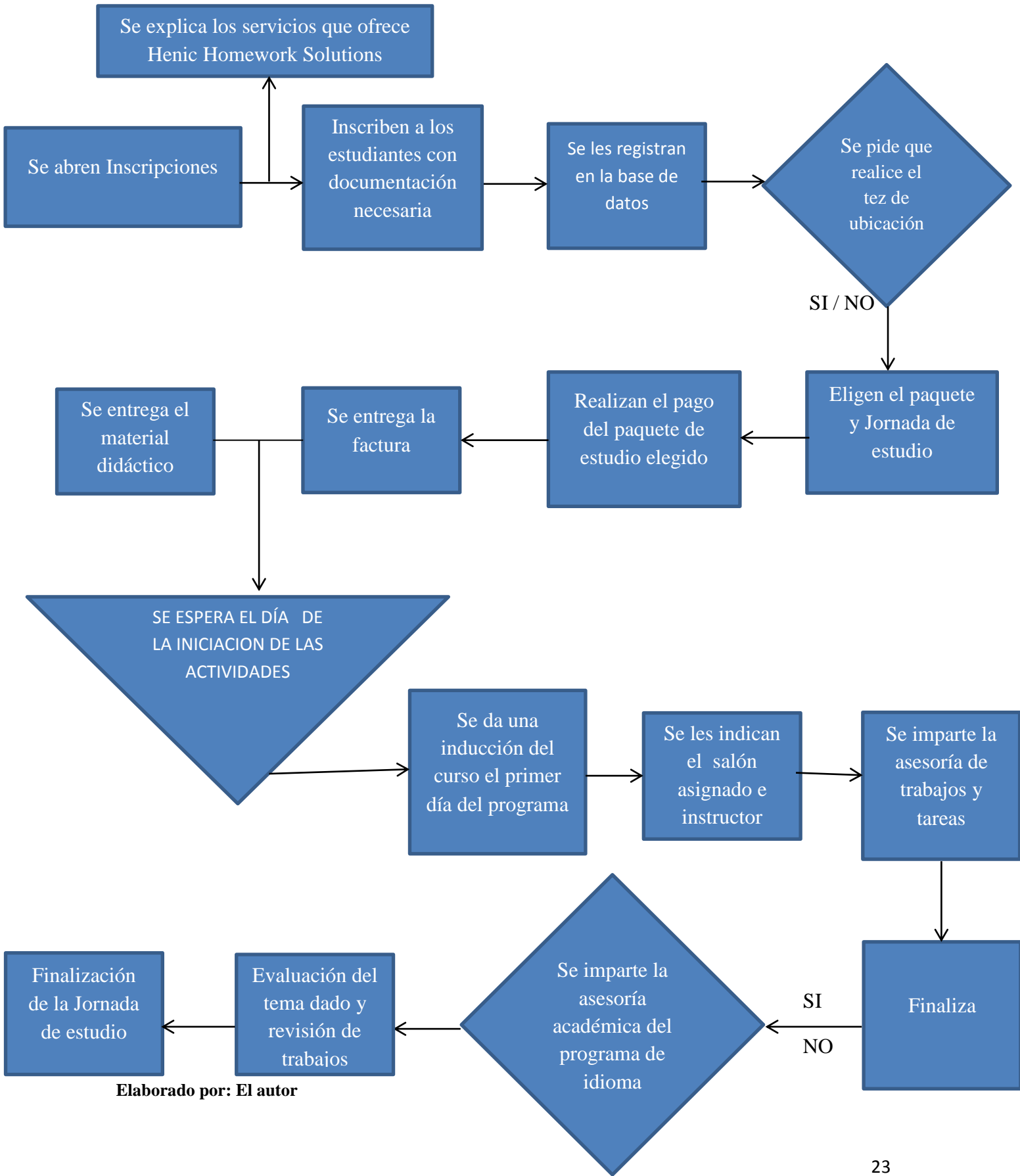
**Figura: 9. Etapa Operativa.**



Elaborado por: El autor

#### 5.1.2. Diagrama del proceso.

**Figura: 10. Diagrama del plan Operativo.**



## 5.2. Mano de obra requerida.

Para la prestación del servicio de asesorías de tareas y trabajos bilingües y la enseñanza del idioma por nivel es necesario contar con: Cuatro Profesores todos con dominio del idioma Inglés y dominio en otro idioma como Francés y Alemán.

### 5.2.1. Capacidad de producción de la mano de obra en unidades de producto.

Cada docente tiene la capacidad de trabajar una hora de asesoría de trabajos y una hora del programa regular del aprendizaje de lengua extranjera por jornada diaria de lunes a viernes en caso de que el alumno no tome la asesoría él puede avanzar con el programa regular. El horario intensivo de los días sábados será exclusivamente para el programa regular de lengua extranjera dirigido a universitarios y estudiantes de educación básica General y Bachillerato.

**Tabla: 7. Mano de obra en unidades de producto.**

LUN – VIE	JORNADA A	JORNADA B	JORNADA C	JORNADA D	JORNADA E	JORNADA F
	07:00 09:00	09:00 11:00	11:00 13:00	14:00 16:00	16:00 18:00	18:00 20:00
DOCENTE 1	2/H	2/H	2/H			
DOCENTE 2	2/H	2/H	2/H			
DOCENTE 3				2/H	2/H	2/H
DOCENTE 4				2/H	2/H	2/H

SABADOS	JORNADA G	JORNADA H
	09:00 13:00	14:00 18:00
DOCENTE 1	4/H	4/H
DOCENTE 2	4/H	4/H
DOCENTE 3	4/H	4/H
DOCENTE 4	4/H	4/H

Elaborado por: El autor

## 5.3. Materia prima y componentes requeridos por paquete de servicio ofrecido.

Para cada asesoría por alumno se requiere:

- ❖ Un lápiz.
- ❖ Una carpeta de color negro con hojas cuadrículadas.
- ❖ Un borrador.
- ❖ Un bolígrafo negro y azul.
- ❖ Material didáctico de nivel de estudio.

## 5.4. Bienes de capital requeridos.

Tabla: 8. Activos Fijos.

ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C. TOTAL
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
6	SILLA GIRATORIA MODELO SECRETARIA	\$ 66,00	\$ 396,00
6	ESCRITORIO SEMI EJECUTIVO	\$ 155,00	\$ 930,00
4	ESCRITORIO EJECUTIVO	\$ 195,00	\$ 780,00
2	ARCHIVADORES VERTICAL 4 CAJONERAS	\$ 210,00	\$ 420,00
5	SOFAS DE SOCIAL CLUB	\$ 75,00	\$ 375,00
8	SILLAS DE OFICINA	\$ 35,00	\$ 280,00
60	PUPIITRES UNIPERSONAL MIXTO TAPIZADO	\$ 29,50	\$ 1.770,00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			\$ 4.951,00
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
1	COPIADORAS	\$ 645,00	\$ 645,00
2	LCD 32 MAS SOPORTE	\$ 600,00	\$ 1.200,00
2	PROYECTORES	\$ 435,00	\$ 870,00
4	TABLERO ACRILICO	\$ 125,00	\$ 500,00
6	TELEFONOS PARA EXTENSIONES	\$ 45,00	\$ 270,00
4	ACONDICIONADORES DE AIRE	\$ 825,00	\$ 3.300,00
2	TELEFONO FAX DIGITAL PANASONIC GB 210	\$ 188,00	\$ 376,00
<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>			\$ 7.161,00
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
6	COMPUTADORA HP 2MHZ 550GB 2 GB RAM	\$ 750,00	\$ 4.500,00
1	IMPRESORA Lx 310	\$ 260,00	\$ 260,00
2	IMPRESORA INJET COLOR MULTIUSO	\$ 175,00	\$ 350,00
1	COMPUTADORA PORTATIL HP AMD 3000 MHZ 4GB 1TB	\$ 650,00	\$ 650,00
<b>TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			\$ 5.760,00
<b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>			
1	EQUIPO DE SEGURIDAD	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			\$ 2.500,00
<b>INFRAESTRUCTURA</b>			
1	CERRAMIENTO 15 METROS X 25 METROS	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
1	LOSAS BIDIRECCIONALES	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00
1	EMPASTADO DEL CERRAMIENTO Y LOSA	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00
1	INSTALACIONES DE ELECTRICIDAD Y AGUA	\$ 1.850,00	\$ 1.850,00
2	BAÑOS FEMENINOS	\$ 750,00	\$ 1.500,00
2	BAÑOS MASCULINOS	985,00	\$ 1.970,00
1	DIVISIONES DE OFICINAS Y SALAS ACADEMICAS	6.750,00	\$ 6.750,00
<b>TOTAL INFRAESTRUCTURA</b>			\$ 22.320,00
<b>TERRENO</b>			
1	TERRENO	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
<b>TOTAL TERRENO</b>			\$ 30.000,00
<b>CERTIFICACIONES Y REGISTROS Y SOFTWARE</b>			
1	CONSTITUCION DEL NEGOCIO	\$ 400,00	400,00
1	PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DE MUNICIPIO	\$ 650,00	\$ 650,00
1	PERMISO DE CUERPO DE BOMBEROS	\$ 175,00	\$ 175,00
1	PERMISO DEL MINISTERIO DE SALUD	\$ 50,00	\$ 50,00
1	REGISTRO DE DOMINIO HOSTING	\$ 50,00	\$ 50,00
1	WEB DOMINIO Y HOSTING	\$ 350,00	\$ 350,00
<b>TOTAL CERTIFICACIONES Y REGISTROS Y SOFTWARE</b>			\$ 1.675,00
<b>TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS</b>			\$ 74.367,00

Elaborado por: El autor

## 5.5. Espacio requerido.

Henic Foreign Languages trabajará en su sede principal ubicada en el centro de la ciudad de Milagro provincia del Guayas, donde además de sus oficinas para el área administrativa contara con una sala de social club, tres sala equipada con un tablero acrílico, sillas y mesas de trabajo y acondicionador de aire, también tendrán una sala con acceso a internet y computadora más el Software De idiomas con su respectivo proyector que funcionara como laboratorio, una cafetería y dos baños de damas y dos baños de caballeros.

### 5.5.1. Plano del lugar de operaciones.

Figura: 11. Plano de la empresa.



Elaborado por: El autor

Las instalaciones de Henic Foreign Languages, contarán con: tres oficinas para el área administrativa y una para el área operacional, una recepción, una sala de social club amoblada con cuatro sillas tipo sofá, tres sala equipada con; un tablero acrílico, sillas y mesas de trabajo, también tendrán una sala con módulos y acceso a internet y computadoras para el laboratorio, una cafetería con máquinas dispensadoras de tinto, agua caliente, agua mineral y cuatro baños.

## **5.6. Abastecimiento.**

El abastecimiento de papelería, útiles de aseo y cafetería lo realizará la asistente administrativa con previa autorización del gerente, se deben llevar un control de uso razonable e inventarios para programar los que se debe comprar mensualmente al proveedor.

### **5.6.1. Factores de elección de proveedores.**

Se buscaran proveedores que manejen precios económicos, que realicen entregas a domicilio, que tengan productos de calidad y disponibilidad inmediata y finalmente, que entreguen las debidas facturas.

### **5.6.2. Proveedores.**

- ❖ Star office (Muebles para oficina, módulos y sillas) Pagina Web Disponible <http://www.staroffice.com.ec/>
- ❖ Compucentro (Computadores e impresoras) Pagina Web Disponible <http://www.compucentrolda.com/>
- ❖ Papelería Nacional <http://www.papeleranacional.com/>
- ❖ Corporación el rosado <http://www.elrosado.com/>
- ❖ Books and bits <http://www.booksandbits.com.ec/>
- ❖ Librería stadium <http://www.stadium.ec/>

### **5.6.3. Periodicidad de compras.**

- ❖ Las compras de mobiliarios y equipos de cómputo se realizaran en el momento de creación de la empresa y se seguirán realizando conforme a las necesidades que vayan surgiendo.
- ❖ La papelería, útiles de aseo y cafetería se comprará mensualmente.
- ❖ Los materiales didácticos se realizaran en el momento de creación de la empresa y se seguirán realizando conforme a las necesidades que vayan surgiendo.

## **5.7. Recursos humanos.**

El Cargo de Gerente General será ejercido por el socio mayoritario, la gestión del recurso humano inicialmente estará a cargo de los dos socios, quienes se encargaran del proceso de selección del personal apoyándose en las hojas de vida recibidas gracias a la publicación de anuncios de empleo en las páginas de internet de socioempleo.com o de multitrabajo.com. Después de hacer un proceso de selección se elegirán las personas de acuerdo a su conocimiento, trayectoria y experiencia en el campo laboral. La empresa se registrará bajo el código sustantivo del trabajo en lo que concierne a los trabajadores.

También se trabajara para garantizar un clima laboral adecuado y promoverá actividades que busquen el desarrollo intelectual y personal de sus empleados.

### **5.7.1. Cargos, perfiles y responsabilidades.**

Henic Foreign Languages, cuenta con personal profesional que se distribuirá los requerimientos de asesorías y en general administrativo de la compañía además cuenta con una asistente de gerencia para los dos departamentos, una asistente administrativa y recepcionista encargada de manejar la parte de coordinación de horarios y desplazamiento de los profesionales en idiomas, un contador que se encarga de la contabilidad y finanzas del negocio y una área de marketing y relaciones públicas.

#### **Gerente General**

- ❖ Buscar posibles alianzas con las instituciones de educación general básica, bachillerato e instituciones de educación superior
- ❖ Promover la empresa a nivel cantonal, provincial y regional
- ❖ Posicionar la empresa en el mercado
- ❖ Asistir a ferias y eventos que sean útiles en el crecimiento de la empresa



- ❖ Buscar posibles alianzas de certificaciones internacionales como son los exámenes de university of Cambridge y Oxford university press
- ❖ Procesos de selección y contratación del personal
- ❖ Velar por el clima organizacional de la compañía
- ❖ Manejo de cuentas bancarias y obligaciones financieras
- ❖ Atención y seguimiento a los contratos ya adquiridos por la empresa
- ❖ Hacer seguimiento a la labor de sus subalternos

Contador Público Autorizado (Contador público titulado con tarjeta profesional y experiencia de 2 años)

- ❖ Administrar los recursos económicos de la empresa
- ❖ Evaluar los sistemas de gestión y control interno de las organizaciones, para mejorar la calidad y eficiencia en los aspectos empresariales, sociales, económicos, tributarios y ambientales relacionados.
- ❖ Preparar y analizar información financiera y tributaria, que permita a la alta gerencia tomar decisiones adecuadas y coherentes en las organizaciones, considerando la estructura competitiva, normas y leyes vigentes de la sociedad actual.
- ❖ Elaboración y presentación de impuestos
- ❖ Elaboración de informes a la Gerencia
- ❖ Presentación de medios magnéticos y libros contables.
- ❖ Mantener una comunicación efectiva en español o en un idioma extranjero.

Asistente de Gerencia: (Técnica o tecnóloga en secretariado o estudiante de administración de los últimos semestres)

- ❖ Digitalizar textos como documentos y memorandos
- ❖ Elaboración de recibos de caja, egresos y facturación
- ❖ Diligenciar los contratos y afiliaciones a la seguridad social de los nuevos empleados.
- ❖ Realizar mensualmente el pago de los aportes a seguridad social
- ❖ Coordina los requerimientos de asesorías y desplazamientos de los profesionales
- ❖ Manejo de la caja menor

- ❖ Atender al público y el Pbx de la compañía y estar al día con los documentos legales que estén por vencer
- ❖ Coordinar el uso de las salas y la cafetería
- ❖ Realizar todas las labores propias de su cargo que sean asignadas por la gerencia.

Profesional En Idiomas (Manejar las cuatro habilidades comunicativas de la lengua estudiada (comprensión oral y comprensión escrita, expresión oral y expresión escrita), de por lo menos 2 idiomas.

- ❖ Planificación anual del nivel de estudio
- ❖ Planificación por bloque de estudio
- ❖ Planificación diaria de estudio
- ❖ Brindar las asesorías de trabajo e informar por escrito
- ❖ Reportar los resultados de las clases por escrito
- ❖ Confidencialidad y lealtad con la empresa

Marketing y relaciones publicas

- ❖ Vender el servicio y mantener imagen positiva de la organización.
- ❖ Ayudar a mejorar nuestra calidad de vida haciendo que el servicio esté disponible en el lugar correcto y a un precio aceptable para los clientes.
- ❖ Elaborar estrategias para la venta para lograr la adhesión y participación de los clientes
- ❖ Buscar la mejora e integración de las capacidades, procesos y recursos de los que dispone la organización, orientados al objetivo estratégico que valora al cliente y usuario de los servicios de la empresa.

Asistente Administrativa:

- ❖ Redacción y envío de correspondencia
- ❖ Organización y coordinación de eventos
- ❖ Recepción de visitantes
- ❖ Redacción y digitación precisa y ágil de las comunicaciones comerciales
- ❖ Asistente administrativo, recepcionista, manejo de archivo.

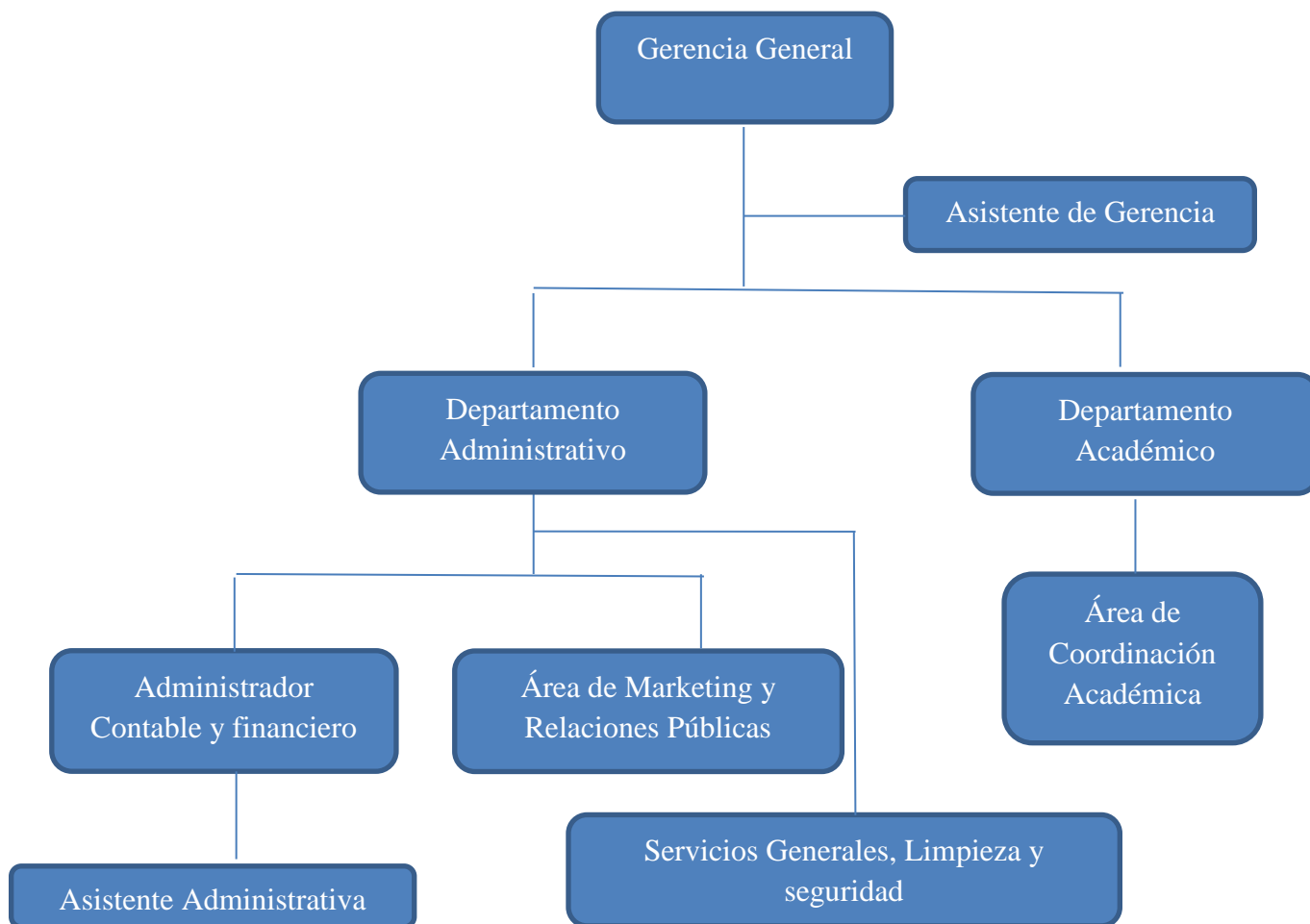
### 5.7.2. Proceso de búsqueda, selección y contratación.

El gerente de la compañía se encargara de la gestión del recurso humano inicialmente y se encargara del proceso de selección del personal apoyándose en las hojas de vida recibidas gracias a la publicación de anuncios de empleo en las páginas de internet y un aviso en el periódico el Universo. Después de hacer un proceso de selección se elegirán las personas de acuerdo a su conocimiento, trayectoria y experiencia en el campo laboral. La empresa se regirá bajo el código sustantivo del trabajo en lo que concierne a los trabajadores.

Los contratos serán diligenciados por la asistente administrativa con apoyo y asesoría del contador público.

### 5.8. Organigrama:

**Figura: 12 Organigrama de la Empresa**



Elaborado por: El autor.

## 6. ANÁLISIS FINANCIERO.

### 6.1. Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento.

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.951,00
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 5.760,00
VEHICULO	\$ -
EDIFICIO	\$ 53.995,00
EQUIPO DE OFICINA	\$ 7.161,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 2.500,00
CAJA - BANCO	\$ 633,00
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>\$ 75.000,00</b>

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
<b>INVERSION TOTAL</b>		<b>75.000,00</b>
Financiado	<b>40%</b>	30.000
Aporte Propio	<b>60%</b>	45.000
		<b>75.000,00</b>

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	<b>10,21%</b>	<b>0,1021</b>
		<b>0,1021</b>

PRESTAMO BANCARIO		
Prestamo Bancario	<b>30.000,00</b>	<b>3.063,00</b>

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
-				<b>30.000,00</b>
1	6.000,00	3.063,00	9.063,00	24.000,00
2	6.000,00	2.450,40	8.450,40	18.000,00
3	6.000,00	1.837,80	7.837,80	12.000,00
4	6.000,00	1.225,20	7.225,20	6.000,00
5	6.000,00	612,60	6.612,60	-
	<b>30.000,00</b>	<b>9.189,00</b>	<b>39.189,00</b>	

### 6.1.1. Constitución del capital

El capital estará constituido por dos socios iniciales de Henic Foreign Languages con un aporte del 30 % cada uno para un total del 60% ya que el 40% se financiara por medio de la banca.

### 6.2. Ingresos-egresos proyectados.

Ingreso del Escenario Optimista

INGRESOS POR VENTA	ESTUD.	P.U.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
HS para educación básica elemental	45	70	37.800	39.690	41.675	43.758	45.946
HS para educación básica media	50	75	45.000	47.250	49.613	52.093	54.698
HS para educación básica superior	85	80	81.600	85.680	89.964	94.462	99.185
HS para educación bachillerato	85	85	86.700	91.035	95.587	100.366	105.384
HS para universitarios	80	95	91.200	95.760	100.548	105.575	110.854
HS para educación básica elemental SABATINO	15	35	6.300	6.615	6.946	7.293	7.658
HS para educación básica media SABATINO	15	38	6.840	7.182	7.541	7.918	8.314
HS para educación básica superior SABATINO	30	40	14.400	15.120	15.876	16.670	17.503
HS para educación bachillerato SABATINO	25	43	12.900	13.545	14.222	14.933	15.680
HS para universitarios SABATINO	30	48	17.280	18.144	19.051	20.004	21.004
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>460</b>		<b>400.020</b>	<b>420.021</b>	<b>441.022</b>	<b>463.073</b>	<b>486.227</b>

Egreso del Escenario Optimista.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
STUDENT BOOK - WB	121.440	126.905	132.616	138.583	144.819
READERS +	3.600	3.762	3.931	4.108	4.293
LISTENING +	6.000	6.270	6.552	6.847	7.155
PRONUNCITION - PHONOLOGY +	16.560	17.222	17.911	18.628	19.373
<b>COSTO DIRECTO</b>	<b>147.600</b>	<b>154.159</b>	<b>161.010</b>	<b>168.166</b>	<b>175.640</b>

Egreso del Escenario conservador

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
STUDENT BOOK - WB	105.600	110.352	115.318	120.507	125.930
READERS +	3.600	3.762	3.931	4.108	4.293
LISTENING +	6.000	6.270	6.552	6.847	7.155

PRONUNCITION - PHONOLOGY +	14.400	14.976	15.575	16.198	16.846
<b>COSTO DIRECTO</b>	<b>129.600</b>	<b>135.360</b>	<b>141.376</b>	<b>147.660</b>	<b>154.224</b>

### Ingreso del Escenario conservador

<b>INGRESOS POR VENTA</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
HS para educación básica elemental	25.200	26.460	27.783	29.172	30.631
HS para educación básica media	36.000	37.800	39.690	41.675	43.758
HS para educación básica superior	81.600	85.680	89.964	94.462	99.185
HS para educación bachillerato	86.700	91.035	95.587	100.366	105.384
HS para universitarios	68.400	71.820	75.411	79.182	83.141
HS para educación básica elemental SABATINO	5.040	5.292	5.557	5.834	6.126
HS para educación básica media SABATINO	5.472	5.746	6.033	6.335	6.651
HS para educación básica superior SABATINO	12.000	12.600	13.230	13.892	14.586
HS para educación bachillerato SABATINO	12.900	13.545	14.222	14.933	15.680
HS para universitarios SABATINO	14.976	15.725	16.511	17.337	18.203
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>348.288</b>	<b>365.702</b>	<b>383.988</b>	<b>403.187</b>	<b>423.346</b>

### 6.3. Flujos de Caja Proyectados.

#### Flujo de caja del Escenario Optimista

	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>45.000,00</b>	<b>633,00</b>	<b>75.872,70</b>	<b>126.374,23</b>	<b>188.828,52</b>	<b>253.402,37</b>
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>						
VENTAS		400.020,00	420.021,00	441.022,05	463.073,15	486.226,81
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>400.020,00</b>	<b>420.021,00</b>	<b>441.022,05</b>	<b>463.073,15</b>	<b>486.226,81</b>
<b>OTROS INGRESOS</b>						
PRETAMOS BANCARIOS	30.000,00					
<b>TOTAL OTROS INGRESOS</b>	<b>30.000,00</b>	<b>400.020,00</b>	<b>420.021,00</b>	<b>441.022,05</b>	<b>463.073,15</b>	<b>486.226,81</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>						
GASTO DE ADMINISTRATIVOS		97.264,27	112.216,91	117.266,67	122.543,67	128.058,13
GASTOS GENERALES		23.490,00	23.240,80	24.286,64	25.379,53	26.521,61
GASTO DE VENTAS		47.363,03	51.826,98	54.159,20	56.596,36	59.143,20
GASTOS DE SERVICIOS		147.600,00	154.159,20	161.010,25	168.166,16	175.640,50
UTILIDADES			11.681,66	10.914,71	11.864,92	13.155,15

PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA			7.943,53	3.092,50	6.723,46	8.945,51
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>315.717,30</b>	<b>361.069,07</b>	<b>370.729,96</b>	<b>391.274,10</b>	<b>411.464,10</b>
<b>INVERSION</b>						
INVERSION INICIAL	<b>75.000,00</b>					
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>75.000,00</b>					
<b>FINANCIERO</b>						
PAGO DE CAPITAL		6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
PAGO DE INTERESES		3.063,00	2.450,40	1.837,80	1.225,20	612,60
<b>TOTAL EGRESOS FINANCIEROS</b>		<b>9.063,00</b>	<b>8.450,40</b>	<b>7.837,80</b>	<b>7.225,20</b>	<b>6.612,60</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>75.000,00</b>	<b>324.780,30</b>	<b>369.519,47</b>	<b>378.567,76</b>	<b>398.499,30</b>	<b>418.076,70</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>(45.000,00)</b>	<b>75.239,70</b>	<b>50.501,53</b>	<b>62.454,29</b>	<b>64.573,85</b>	<b>68.150,11</b>
<b>FLUJO ACUMULADO</b>		<b>75.872,70</b>	<b>126.374,23</b>	<b>188.828,52</b>	<b>253.402,37</b>	<b>321.552,48</b>

Flujo de caja del Escenario Conservador.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>45.000,00</b>	<b>633,00</b>	<b>42.140,70</b>	<b>65.623,29</b>	<b>97.514,47</b>	<b>131.496,98</b>
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>						
VENTAS		348.288,00	365.702,40	383.987,52	403.186,90	423.346,24
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>348.288,00</b>	<b>365.702,40</b>	<b>383.987,52</b>	<b>403.186,90</b>	<b>423.346,24</b>
<b>OTROS INGRESOS</b>						
PRESTAMOS BANCARIOS	30.000,00					
<b>TOTAL OTROS INGRESOS</b>	<b>30.000,00</b>	<b>348.288,00</b>	<b>365.702,40</b>	<b>383.987,52</b>	<b>403.186,90</b>	<b>423.346,24</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>						
GASTO DE ADMINISTRATIVOS		97.264,27	112.216,91	117.266,67	122.543,67	128.058,13
GASTOS GENERALES		23.490,00	23.240,80	24.286,64	25.379,53	26.521,61
GASTO DE VENTAS		47.363,03	51.826,98	54.159,20	56.596,36	59.143,20
GASTOS DE SERVICIOS		129.600,00	135.360,00	141.376,32	147.660,38	154.224,11

UTILIDADES			6.621,86	5.586,80	6.254,83	7.248,08
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA			4.502,86	1.582,93	3.544,41	4.928,70
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>297.717,30</b>	<b>333.769,41</b>	<b>344.258,54</b>	<b>361.979,18</b>	<b>380.123,83</b>
<b>INVERSION</b>						
INVERSION INICIAL	<b>75.000,00</b>					
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>75.000,00</b>					
<b>FINANCIERO</b>						
PAGO DE CAPITAL		6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
PAGO DE INTERESES		3.063,00	2.450,40	1.837,80	1.225,20	612,60
<b>TOTAL EGRESOS FINANCIEROS</b>		<b>9.063,00</b>	<b>8.450,40</b>	<b>7.837,80</b>	<b>7.225,20</b>	<b>6.612,60</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>75.000,00</b>	<b>306.780,30</b>	<b>342.219,81</b>	<b>352.096,34</b>	<b>369.204,38</b>	<b>386.736,43</b>
<b>SALDO FINAL</b>	<b>(45.000,00)</b>	<b>41.507,70</b>	<b>23.482,59</b>	<b>31.891,18</b>	<b>33.982,51</b>	<b>36.609,81</b>
<b>FLUJO ACUMULADO</b>		<b>42.140,70</b>	<b>65.623,29</b>	<b>97.514,47</b>	<b>131.496,98</b>	<b>168.106,79</b>

#### 6.4. Proyecciones de los estados financieros.

Estado financiero del Escenario Optimista.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>VENTAS</b>	400.020	420.021	441.022	463.073	486.227
COSTO DE VENTAS	147.600	154.159	161.010	168.166	175.640
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>252.420</b>	<b>265.862</b>	<b>280.012</b>	<b>294.907</b>	<b>310.586</b>
GASTOS GENERALES	168.117	187.285	195.713	204.520	213.723
DEPRECIACION	3.362,00	3.362,00	3.362,00	1.461	1.461
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>80.941</b>	<b>75.215</b>	<b>80.937</b>	<b>88.926</b>	<b>95.402</b>
GASTOS FINANCIEROS	3.063	2.450	1.838	1.225	613
<b>UTILIDAD ANTES PART. IMP</b>	<b>77.878</b>	<b>72.765</b>	<b>79.099</b>	<b>87.701</b>	<b>94.790</b>



PARTICIPACION EMPLEADOS	11.682	10.915	11.865	13.155	14.218
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>	<b>66.196</b>	<b>61.850</b>	<b>67.235</b>	<b>74.546</b>	<b>80.571</b>
IMPUESTO RENTA	7.944	3.093	6.723	8.946	12.086
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>58.253</b>	<b>58.758</b>	<b>60.511</b>	<b>65.600</b>	<b>68.485</b>

Estado financiero del Escenario Conservador.

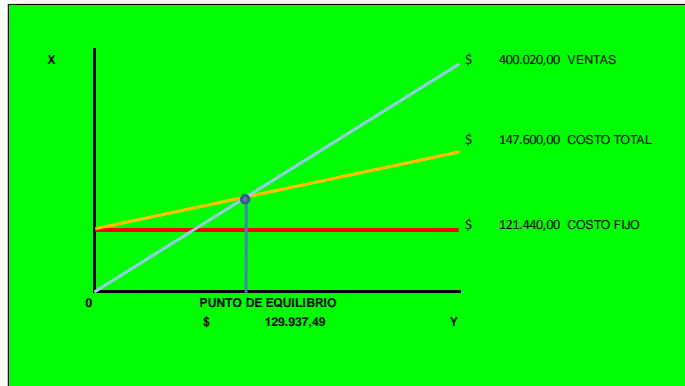
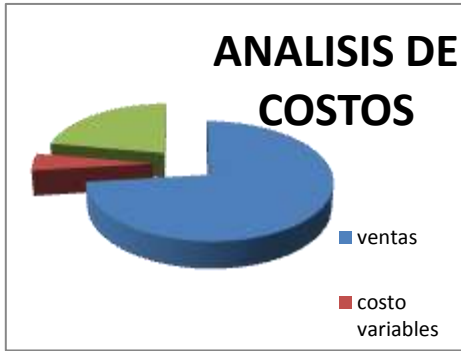
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>VENTAS</b>	348.288	365.702	383.988	403.187	423.346
COSTO DE VENTAS	129.600	135.360	141.376	147.660	154.224
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>218.688</b>	<b>230.342</b>	<b>242.611</b>	<b>255.527</b>	<b>269.122</b>
GASTOS GENERALES	168.117	187.285	195.713	204.520	213.723
DEPRECIACION	3.362,00	3.362,00	3.362,00	1.461	1.461
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>47.209</b>	<b>39.696</b>	<b>43.537</b>	<b>49.546</b>	<b>53.938</b>
GASTOS FINANCIEROS	3.063	2.450	1.838	1.225	613
<b>UTILIDAD ANTES PART. IMP</b>	<b>44.146</b>	<b>37.245</b>	<b>41.699</b>	<b>48.321</b>	<b>53.325</b>
PARTICIPACION EMPLEADOS	6.622	5.587	6.255	7.248	7.999
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPTO</b>	<b>37.524</b>	<b>31.659</b>	<b>35.444</b>	<b>41.072</b>	<b>45.327</b>
IMPUESTO RENTA	4.503	1.583	3.544	4.929	6.799
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>33.021</b>	<b>30.076</b>	<b>31.900</b>	<b>36.144</b>	<b>38.528</b>

### 6.5. Punto de equilibrio (Escenario Optimista).

PUNTO DE EQUILIBRIO		Y	X
<b>DATOS EN DOLARES</b>			\$ 400.020,00
ventas	400.020,00		\$ 147.600,00
costo variables	26.160,00		\$ 121.440,00
Costos fijos	121.440,00		

DATOS EN DOLARES			
PE=	CF	=	121440,00
	1- CV		0,93
PE=		=	129937

Podemos cubrir los costos totales



(Escenario Optimista).

### PUNTO DE EQUILIBRIO

DATOS EN DOLARES	
ventas	348.288,00
costo variables	24.000,00
Costos fijos	105.600,00

Y	X
	\$ 348.288,00
	\$ 129.600,00
	\$ 105.600,00

DATOS EN DOLARES			
PE=	CF	=	105600,00
	1- CV		0,93
PE=		=	113415

Podemos cubrir los costos totales

## 6.6. Resultados de la valoración.

Resultados de la valoración del Escenario Optimista.

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-75.000,00	633,00	75.872,70	126.374,23	188.828,52	253.402,37

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	15%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		374.963,28
VAN	<b>POSITIVO</b>	<b>299.963,28</b>
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,25
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	25,00
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>		<b>81,34%</b>

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	400020,00
COSTO DIRECTO	147.600,00
COSTO INDIRECTO	0,00
FLUJO NETO	75872,70
PAGO DE CAPITAL	6000,00
GASTOS FINANCIEROS	3063,00
GASTOS PERSONAL	168117,30

RATIO DE ENDEUDAMIENTO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total Pasivo	30000	40872,0636	29809,53447	27728,931	24833,451	22471,5889
Total Activo	75000	135953	177791	230275	286644	344250

CAPACIDAD DE PAGO DE INTERESES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad antes impuesto e intereses	66196	61850	67235	74546	80571
Gastos financieros	3063	2450	1838	1225	613

ROTACION DE ACTIVOS FIJOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	400020	420021	441022,05	463073,15	486226,81
Activos Fijos Totales	71005	71005	71005	72906	72906

PUNTO DE EQUILIBRIO	
EN DOLARES	129937,49
EN PORCENTAJE	32,48%

CAPITAL DE TRABAJO		
	<b>POSITIVO</b>	62454,29
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	13,65
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	42,79 %
INDICE DE EMPLEO		2,21

DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	64.947,63
ACTIVOS TOTALES	135.952,63
UTILIDAD NETA	58.252,52

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,5223	52%

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,4285	42,85%

Resultados de la valoración del Escenario Conservador.

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	<b>-75.000,00</b>	633,00	42.140,70	65.623,29	97.514,47	131.496,98

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	15%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		196.694,69
VAN	<b>POSITIVO</b>	<b>121.694,69</b>
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,62
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	61,63
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>		<b>50,10%</b>

RATIOS FINANCIEROS	
VENTAS	348288,00
COSTO DIRECTO	129.600,00
COSTO INDIRECTO	0,00
FLUJO NETO	42140,70
PAGO DE CAPITAL	6000,00
GASTOS FINANCIEROS	3063,00
GASTOS PERSONAL	168117,30

RATIO DE DE ENDEUDAMIENTO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Total Pasivo	30000	40872,0636	29809,53447	27728,931	24833,451	22471,5889
Total Activo	75000	135953	177791	230275	286644	344250

CAPACIDAD DE PAGO DE INTERESES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad antes impuesto e intereses	37524	31659	35444	41072	45327
Gastos financieros	3063	2450	1838	1225	613

CAPITAL DE TRABAJO		
	<b>POSITIVO</b>	31891,18
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	8,02
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	49,15
INDICE DE EMPLEO		2,21

DATOS	
ACTIVO CORRIENTE	64.947,63
ACTIVOS TOTALES	135.952,63
UTILIDAD NETA	33.020,98

RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,5223	52%

RENDIMIENTO CORRIENTE			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,2429	24,29%

## 6.7. Impacto y sostenibilidad del negocio

Los resultados obtenidos en el análisis financiero muestran que el negocio es viable de acuerdo con las condiciones propuestas de costos y ventas las cuales generan una utilidad neta de 58.253 al primer año.

La Tasa Interna de Retorno es de 81,34 %, la cual muestra que el proyecto es bastante rentable y atractivo para los inversionistas.

La inversión inicial es tal vez un poco elevada teniendo en cuenta que son solo dos inversionistas de inicio con el 60% y la diferencia financiado con la banca , los cuales

cuentan con la capacidad de endeudamiento que solicitan los bancos para hacer un préstamo de inversión.

Para la inversión inicial se tuvieron en cuenta solo los implementos necesarios para realizar una buena asesoría, y contar con unas buenas instalaciones y elementos de ayuda para la capacitación de los estudiantes.

## **7. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

Henic Foreign Languages contribuye al desarrollo cantonal, regional y estatal del país con el pago puntual de los impuestos al gobierno y de todas sus obligaciones fiscales con sus empleados, también contribuye siendo un generador de empleo con calidad, el cual implica salarios justos, buen clima organizacional y un buen lugar de trabajo para sus empleados, buscando una calidad de vida que contribuya a tener una sociedad sana y feliz.

Henic Foreign Languages contribuye al desarrollo económico del país, generando servicios de calidad que satisfagan los requerimientos de los clientes, siendo una empresa eficiente en su administración que genera elementos competitivos para generar una economía dinámica, que permita alcanzar procesos de globalización.

La compañía también contribuye con el cuidado del medio ambiente generando políticas de reciclaje en la empresa que busca promover la implementación de las herramientas tecnológicas para reducir el gasto de papel.

## **8. CONCLUSIONES**

Henic Foreign Languages es una empresa financieramente viable y las proyecciones de rentabilidad son atractivas al hacer una proyección en dos escenarios tanto optimista y conservadora a cinco años. La inversión inicial es una inversión relativamente moderada que puede ser cubierta íntegramente por los préstamos solicitados por parte de los inversionistas al banco y su propio capital.

Henic Foreign Languages se enfocará en cubrir las necesidades de asesorías en tareas y capacitaciones del idioma Inglés para estudiantes entre los 5 y 25 años de edad académicamente activos en unidades educativas e institutos superiores ubicados en la ciudad urbana de Milagro provincia del Guayas, enfocándose en la calidad y buen servicio de sus profesionales.

El mayor recurso a utilizarse en la empresa para las asesorías brindadas por Henic Foreign Languages es el conocimiento de los profesionales que nos colaboraran en la asesoría y capacitación brindada para cada estudiante, los cuales serán pedagogos expertos en educación y con certificación de la proeficiencia del idioma con conocimiento de un 100% en lectura, escritura, habla y escucha en el Idioma Inglés y una segunda lengua extranjera.



## 9. BIBLIOGRAFÍA

- Analisis Externo. (s.f.). Obtenido de  
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1380/3/CAPITULO%202.pdf>
- Censo, I. N. (s.f.). Censo de Poblacion y Vivienda 2010. Obtenido de  
[http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN  
&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl](http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl)
- Ecuador, B. N. (s.f.). <http://www.bce.fin.ec/>. Obtenido de  
<http://www.bce.fin.ec/index.php/nuevas-publicaciones1>
- Ecuatoriana, E. (s.f.). Wikipedia. Obtenido de  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa\\_de\\_Ecuador](http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Ecuador)
- educacion, M. d. (s.f.). Archivo Maestro de Instituciones Educativas. Obtenido de  
<http://reportes.educacion.gob.ec:8085/reportesPlantilla.aspx?rep=8>
- INEC. (s.f.). Censo 2010. Obtenido de Educacion en edad escolar:  
[http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN  
&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl](http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl)
- INEC. (s.f.). Censo 2010. Obtenido de Poblacion en edad escolar de 18 a 25 años:  
[http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN  
&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl](http://redatam.inec.gob.ec/cgibin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl)
- Mora, M. A. (2012). Plan de Soluciones de Trabajos. Obtenido de  
<http://repository.ean.edu.co/bitstream/10882/2530/1/AceroMariluz2012.pdf>
- SRI. (s.f.). <http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>.
- VUE. (s.f.). Requisitos para la creacion de una Compañia . Obtenido de  
[http://www.otavaloempresarial.com/index.php?option=com\\_content&view=article  
&id=31&Itemid=10](http://www.otavaloempresarial.com/index.php?option=com_content&view=article&id=31&Itemid=10)