

# **Universidad Americana**

**Seminario Desarrollo de Emprendedores  
XVIII Muestra Empresarial UAM 2013**



## **Nicaragua Bilingüe, S.A.**

Jorge Aráuz  
Julio Chavarría  
Celia Porras  
Scarleth Roque

**College of University Studies in English**

**Docente: Roger Conrado**

Managua, Junio 2013

## Contenido

<b>1. RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>6</b>
<b>2. NATURALEZA DEL PROYECTO</b>	
2.1. Lluvia de ideas.....	10
2.2. Matriz de lluvia de ideas .....	11
2.3. Descripción de idea seleccionada.....	12
2.4. Justificación de la empresa.....	12
2.5. Nombre de la empresa.....	13
2.6. Descripción de la empresa	
2.6.1. Misión.....	14
2.6.2. Ubicación.....	14
2.6.3. Tamaño.....	15
2.6.4. Precio.....	15
2.7. Objetivos de la empresa	
2.7.1. Generales.....	16
2.7.1.1. Estrategia genérica.....	17
2.7.1.2. Estrategia maestra.....	18
2.7.2. Específicos.....	19
2.7.2.1. Tácticas funcionales.....	20
2.7.2.2. Políticas de la empresa.....	21
2.8. Que ofrecemos.....	22
2.9. Análisis externo	
2.9.1. Ambiente Remoto	
2.9.1.1. Factores económicos.....	24
2.9.1.2. Factores sociales.....	25
2.9.1.3. Factores tecnológicos.....	25
2.9.2. Ambiente Industrial	
2.9.2.1. Barreras de entrada.....	26
2.9.2.2. Clientes poderosos.....	27
2.9.2.3. Disponibilidad de sustitutos.....	27

2.9.3. Ambiente Operacional	
2.9.3.1. Competencia.....	28
2.9.3.2. Acreedores.....	35
2.9.3.3. Proveedores.....	35
2.9.3.4. Clientes.....	35
2.9.3.5. Laboral.....	36
2.10. Análisis Interno	
2.10.1. Análisis FODA.....	36
2.10.2. Estrategia.....	39
<b>3. MERCADO</b>	
3.1. Objetivos de mercado	
3.1.1. Objetivos a corto plazo.....	40
3.1.2. Objetivos a mediano plazo.....	40
3.1.3. Objetivos a largo plazo .....	40
3.2. Tamaño de mercado.....	41
3.3. Características de mercado.....	42
3.4. Consumo aparente	
3.4.1. Corto plazo.....	42
3.4.2. Mediano plazo.....	43
3.4.3. Largo plazo.....	43
3.5. Estudio de mercado.....	43
3.6. Objetivos del estudio de mercado.....	43
3.7. Encuesta.....	44
3.8. Aplicación de la encuesta.....	45
3.9. Resultados y conclusiones de encuesta.....	46
3.10. Publicidad.....	54
<b>4. PRODUCCIÓN</b>	
4.1. Descripción de cursos.....	60
4.2. Material.....	68
4.3. Profesores.....	70

4.4. Metodología.....	72
4.5. Turnos.....	73
<b>5. ORGANIZACIÓN</b>	
5.1. Objetivos de organización.....	74
5.2. Organigrama de la empresa.....	74
5.3. Funciones del personal.....	75
5.4. Proceso de selección.....	77
5.5. Proceso de contratación.....	77
5.6. Capacitación del personal.....	78
5.7. Administración de sueldos.....	79
<b>6. MARCO LEGAL.....</b>	<b>81</b>
<b>7. FINANZAS</b>	
7.1. Introducción plan financiero.....	82
7.2. Objetivos de finanzas.....	83
7.3. Inversión inicial.....	84
7.3.1. Efectivo en mano.....	84
7.3.2. Equipo.....	85
7.3.3. Gastos pre pagados.....	85
7.3.4. Libros.....	85
7.3.5. Legal.....	85
7.4. Financiamiento del proyecto.....	86
7.4.1. Patrimonio.....	86
7.4.2. Deuda a largo plazo.....	86
7.4.3. Estructura de capital.....	87
7.5. Análisis punto muerto.....	89
7.6. Flujo de efectivo proyectado.....	90
7.7. Análisis de rentabilidad	
7.7.1. Valor neto actual y tasa interna de retorno.....	91
7.7.2. Período de recuperación de la inversión.....	91
7.8. Estado de resultados.....	92

7.9. Estado de situación financiera.....	93
7.10. Indicadores Financieros.....	94
<b>8. ANEXOS</b>	
8.1. Turnos.....	94
8.2. Organización.....	98
8.3. Sueldos.....	101
8.4. Finanzas.....	102
8.5. Legal.....	103

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

Según Alejandro Vogel, especialista en educación, “Existen muy pocas cosas hoy en día en el mundo que puedan sacar de la pobreza de un solo golpe a los ciudadanos de un país con una economía emergente, como es el aprender a hablar inglés. El inconveniente radica en que la demanda de personas que hablan el inglés ha crecido más rápido que la oferta”.

Nicaragua Bilingüe S.A. surge de la necesidad que existe actualmente en Nicaragua de incrementar la oferta de personas que hablan inglés y asimismo ayudar a la población a superarse profesionalmente. Hace pocos años el número de personas que hablaban inglés en Managua se limitaba a aquellos que estudiaban en colegios privados bilingües tales como el Americano Nicaragüense, Teresiano, Lincoln, etc. A medida que inversiones extranjeras han entrado al país demandando trabajadores bilingües, el interés de la población en aprender el idioma ha incrementado. Por lo tanto, creemos que es necesario crear una escuela de inglés que se enfoque en personas de bajos ingresos que no forman parte del objetivo principal de las escuelas de inglés.

Nicaragua Bilingüe es una empresa que ofrece cursos de inglés de alta calidad con un sistema de enseñanza dinámico y personalizado. Inicialmente la compañía se enfocará en dos conceptos importantes para el éxito:

1. Proveer un servicio de alta calidad a través de profesores que cuentan con excelente dominio del idioma inglés.
2. Mantener precios bajos y ofrecer nuestros servicios profesionales a ciudadanos de escasos recursos.

Estos dos conceptos son la base de la compañía, y es lo que nos diferencia de las demás escuelas de inglés. Las academias de inglés usualmente se limitan a personas de clase media y alta puesto que sus precios son muy elevados. Al contrario, nosotros ofrecemos la oportunidad de aprender inglés a personas que cuentan con bajos ingresos, ya que inclusive el salario mínimo es suficiente para solventar la mensualidad de nuestros cursos. Sin embargo, estamos abiertos a todas las personas que deseen inscribirse en nuestros cursos y formar parte de nuestra empresa.

La mensualidad de los cursos de inglés en nuestra empresa tendrá un precio de \$15 dólares. Esto quiere decir que una persona que gana un salario mínimo de C\$3,000 córdobas que está interesada en aprender inglés podría hacerlo invirtiendo aproximadamente 12% de su salario mensual. Mientras que esto se podría considerar como un gasto adicional en el presupuesto de la persona, el gasto sería solo por un periodo de dos años; a largo plazo esta inversión podría incrementar su salario de C\$3,000 hasta C\$11,000 córdobas al mes si la persona opta por obtener un empleo en un call center.

La academia estará ubicada en la Universidad Juan Pablo II que cuenta con 15 aulas. La ubicación será en el Costado Norte del Polideportivo España en el Barrio José Isaías Gómez.

Nicaragua Bilingüe será constituida como una sociedad anónima que tendrá como objetivo principal la enseñanza del idioma inglés a personas de escasos recursos a un precio competitivo. Las personas que conformarán esta sociedad anónima serán los siguientes:

- Jorge Aráuz: asesor de marketing
- Julio Chavarría: asesor de finanzas
- Celia Porras: gerente general
- Scarleth Roque: directora académica

Nuestra empresa contará con profesores que serán clave para el éxito de la compañía y del aprendizaje de nuestros estudiantes. Estos serán evaluados a través de distintos exámenes para comprobar si están calificados para enseñar el idioma. Se les proveerá entrenamiento para enseñarles nuestra metodología dinámica e interactiva. Se fomentará el desarrollo de valores tales como la paciencia y la comprensión hacia los estudiantes.

Crearemos alianzas con distintas organizaciones internacionales de voluntariados para que los niveles más avanzados sean impartidos por personas que tengan el inglés como su lengua materna, asegurando con esto dos factores: mantener nuestros costos bajos gracias al sistema de voluntariado y a la vez certificar la calidad de nuestros cursos finales.

El plan de estudio de Nicaragua Bilingüe cubre 10 niveles en 20 meses con modalidades sabatinas y dominicales más dos meses adicionales para quienes deseen recibir un curso de preparación para call centers; le tomaría a un alumno principiante aproximadamente dos años hablar, escribir, y entender el idioma inglés. A medida que Nicaragua Bilingüe crezca, nuevos servicios como clases privadas y clases a compañías se irán implementando.

Los cursos le enseñarán al estudiante los conceptos gramaticales del idioma pero al mismo tiempo se enfocarán en ayudarle al estudiante a desarrollar la confianza para poder hablarlo y tener la pronunciación adecuada ya que muchas empresas tales como los call centers demandan a los trabajadores una pronunciación y fluidez apropiada para comunicarse con estadounidenses. Por lo tanto, Nicaragua Bilingüe instruirá a los alumnos en maneras interactivas para que logren comunicarse eficazmente en inglés.

La inversión inicial para arrancar el proyecto de Nicaragua Bilingüe es de \$ 3,297.33. Esta cantidad será financiada por un préstamo de \$ 2,481 que será pagado en un plazo de 5 años con una tasa de interés del 18%. El resto del dinero requerido será aportado por los 4 socios en cantidades iguales; 100 acciones comunes serán emitidas y serán repartidas equitativamente entre los 4 socios. Cada acción tendrá un valor de \$ 8.16. El monto inicial es el valor total de gastos legales, materiales, renta inicial, publicidad, equipos, y efectivo en mano.

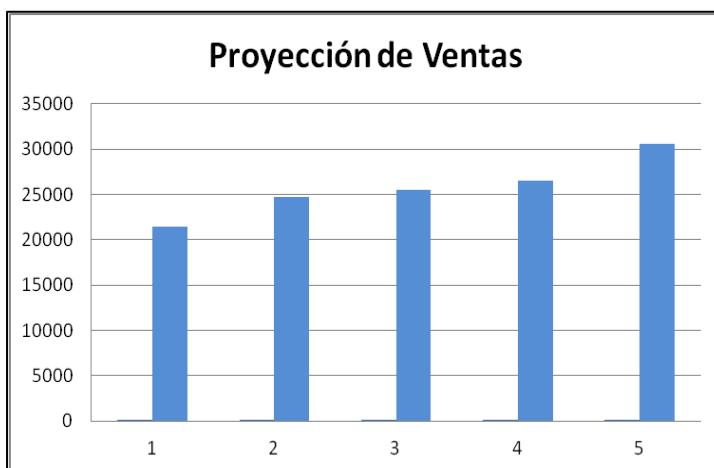
*Tabla 1: Inversión Inicial*

Inversión Inicial	
<b>Legal</b>	\$ 800.00
<b>Libros</b>	\$ 125.00
<b>Renta Inicial</b>	\$ 300.00
<b>Material Inicial</b>	\$ 72.33
<b>Publicidad Inicial</b>	\$ 500.00
<b>Computadoras</b>	\$ 1,000.00
<b>Data shows (usados)</b>	\$ 300.00
<b>Efectivo en Mano</b>	\$ 200.00
<b>Total Inversión</b>	<b>\$ 3,297.33</b>

NICARAGUA BILINGUE S.A.	
Financiamiento de Inversión	
<b>Patrimonio</b>	\$ 816.33
<b>Deuda</b>	\$ 2,481.00
<b>Total</b>	<b>\$ 2,847.33</b>

Las ventas proyectadas del año 1 son de \$21,630 e incrementaran un 14% en el año 2. Este incremento se debe a que se abrirán más turnos que en el año 1. Durante los años 3 y 4 el crecimiento de las ventas se estabilizara en un promedio de 3.5%; este es un crecimiento normal, pero en el año 5 tenemos por segunda vez un crecimiento de 15%. El crecimiento en el año 5 se debe a que la compañía iniciará una campaña agresiva de publicidad, por ende las ventas incrementarán.

*Tabla 2: Proyección de Ventas*



Proyección de Ventas	
Año	Ventas Proyectadas
1	\$ 21,630.00
2	\$ 24,750.00
3	\$ 25,500.00
4	\$ 26,550.00
5	\$ 30,600.00



La rentabilidad del negocio fue medida en base a flujos de efectivo netos anuales por 5 años. Basándonos en estos flujos de efectivo, se hizo posible calcular el valor neto actual, la tasa interna de retorno, y el periodo de recuperación de la inversión. El valor neto actual (VNA o VAN) es la diferencia entre los valores actuales (valor presente) de los ingresos de efectivo y los egresos de efectivo. VNA nos permite medir la rentabilidad de un negocio; si el valor es positivo el proyecto es rentable, si es negativo el proyecto debe ser descartado. En el caso de Nicaragua Bilingüe el VNA es de **\$635.34** por lo tanto la inversión es rentable. La tasa interna de retorno (TIR) es una medida de rendimiento del proyecto. Entre mayor sea el valor, más retorno tendrán los inversionistas. En general para que el proyecto sea rentable, la TIR debe superar la tasa de rendimiento requerida por los inversionistas. En este caso la TIR es de **37.75%** mientras que el rendimiento requerido es de 14%. El periodo de recuperación de inversión (PRI) es el tiempo que llevará a los inversionistas recuperar su inversión inicial. El PRI de la compañía es **de 2.33 años**.

*Tabla 3: Análisis de Rentabilidad (VNA, TIR, PRI)*

Tasa Mínima Aceptable de Riesgo (TMAR):	14%
---	-----

Inversión Inicial	\$ (816.33)
Flujo de Efectivo Año 1	\$ 94.47
Flujo de Efectivo Año 2	\$ 502.78
Flujo de Efectivo Año 3	\$ 656.38
Flujo de Efectivo Año 4	\$ 470.60
Flujo de Efectivo Año 5	\$ 501.10
<b>Valor Neto Actual</b>	<b>\$ 635.34</b>
<b>Tasa Interna de Retorno</b>	<b>37.75%</b>
<b>PRI (en años)</b>	<b>2.33</b>

## 2. NATURALEZA DEL PROYECTO

### 2.1. Lluvia de ideas

*Tabla 4: Lluvia de ideas*

PRODUCTO	CARACTERÍSTICA	NECESIDAD QUE SATISFACE
<b>TRATAMIENTO CAPILAR PARA CAÍDA DEL CABELLO A BASE DE EXTRACTO DE PLANTA SUELDA CON SUELDA</b>	Mediana empresa, Dedicada a la producción y distribución de tratamientos para la caída del cabello a base de suelda con suelda. Este producto sería vendido en supermercados y tiendas de belleza	Esta empresa llenaría la necesidad de un porcentaje grande de hombres y mujeres que presentan problemas de calvicie o caída excesiva del cabello
<b>GEL A BASE DE LINAZA</b>	Pequeña empresa dedicada a la producción y distribución de un gel para el cabello a base de semilla de linaza, la cual sería comercializada en los diferentes supermercados del país	Este producto llenaría la necesidad de hombres y mujeres que utilizan gel para peinar el cabello. La diferencia entre este producto y el gel convencional es que este no maltrataría el cabello como lo hacen los demás, más aún posee propiedades medicinales que embellecen y protegen el cabello
<b>ZAPATO CONVERTIBLE</b>	Mediana empresa dedicada a la producción de zapatos doble función para damas. La característica principal de este producto sería que a los tradicionales zapatos altos que las mujeres utilizan se les podría remover el tacón en cualquier momento	Este producto les evitaría a las mujeres el tener que cargar sandalias de emergencia, lo cual hacen las mujeres siempre que usan tacones, ahorrándoles esa gran molestia

<b>ALQUILER DE MOTOS PARA TRANSPORTE EN ISLA DE OMETEPE</b>	Pequeña empresa dedicada a alquilar motocicletas o cuadriciclos como medio de transporte a los turistas que visitan la Isla de Ometepe	Este Servicio llenaría un vacío que existe en el área turística de la Isla de Ometepe ya que existe una gran demanda y no suficientes establecimientos
<b>ACADEMIA DE INGLÉS PARA PERSONAS DE ESCASOS RECURSOS</b>	Mediana empresa dedicada a la enseñanza del idioma inglés para personas de escasos recursos a un precio accesible	Este servicio proporcionaría la oportunidad a gente con pocas oportunidades de mejorar su calidad de vida mediante el idioma inglés como herramienta indispensable en el mundo profesional hoy en día

## 2.2. Matriz de lluvia de ideas

*Tabla 5: Matriz de lluvia de ideas*

<u>Criterios/ Idea</u>	<u>Nivel de innovación</u>	<u>Mercado Potencial</u>	<u>Conocimiento técnico</u>	<u>Requerimiento de Capital</u>	<u>Total</u>
<b>TRATAMIENTO CAPILAR A BASE DE EXTRACTO DE PLANTA SUELDA CON SUELDA Y SABILA</b>	2	4	2	3	11
<b>GEL A BASE DE LINAZA</b>	2	3	2	3	10
<b>ZAPATO CONVERTIBLE</b>	3	3	1	4	11
<b>ALQUILER DE MOTOS PARA TRANSPORTE EN ISLA DE OMETEPE</b>	2	3	4	2	11
<b>ACADEMIA DE INGLES PARA GENTE CON POCO INGRESO</b>	2	5	4	4	15

## **2.3. Descripción de idea seleccionada**

Nicaragua Bilingüe es una empresa dedicada a la enseñanza de inglés a personas de bajos ingresos a un precio accesible. El plan de estudio consta de diez niveles que concluyen en un periodo de 20 meses. Los 5 libros que serán utilizados para impartir las lecciones son “Essential American English” del editorial Richmond Publishing.

Habrà un curso adicional de dos meses el cual se enfocará en desarrollar el habla y la fluidez del idioma. Lo siguiente será preparar a nuestros alumnos para que tengan una idea de lo que comprende trabajar en un call center, y así estén sumamente preparados para entrar al call center de su preferencia sin ningún inconveniente.

El sistema de nuestro instituto será personalizado e interactivo. Nuestras aulas de clase serán de un máximo de veinte alumnos para garantizar su aprendizaje y también dedicarles el tiempo necesario para clarificar cualquier duda. El propósito de tener un sistema interactivo es lograr que nuestros estudiantes desarrollen la confianza de hablar el idioma desde una temprana etapa, que es el momento clave para adquirir una buena pronunciación.

## **2.4. Justificación de la empresa**

Día a día, el mundo en el que vivimos se vuelve más globalizado, haciendo que las empresas requieran de profesionales bilingües capaces de comunicarse con personas de otros países. A como todos sabemos, el inglés es el idioma universal, y por lo tanto es el principal idioma utilizado en el mundo de los negocios.

Mientras hace un par de años era una ventaja hablar inglés, ahora es una habilidad que se ha convertido en un requisito principal a la hora de conseguir trabajo. Existe una gran cantidad de profesionales con títulos universitarios que están volviendo a estudiar para aprender inglés y así poder competir en el mercado laboral.

Además de personas que ya cuentan con una carrera, Nicaragua Bilingüe quiere enfocarse en personas que no tienen tantas posibilidades económicas y que no cuentan con una carrera universitaria. Muchas personas en empleos con salario mínimo quisieran aprender inglés ya que es uno de los pocos factores que puede sacar a una persona de la pobreza inmediatamente.

Hay muchas empresas provenientes del exterior que pagan un salario alto y cuyo único requisito es que el empleado domine el idioma inglés. Estos son los call centers, una opción a los que muchos aspiran. El problema es que aprender inglés a un nivel adecuado como lo requieren estas empresas es muy costoso. Por eso Nicaragua Bilingüe quiere ofrecer un servicio de calidad y a un precio accesible para que personas de escasos recursos puedan aprender inglés, superarse profesionalmente y lograr una mejor calidad de vida.

Otra ventaja que resulta del dominio del inglés es la facilidad de irse a estudiar al extranjero y ampliar las oportunidades y visión de una persona. Haber estudiado en el extranjero le da a una persona una ventaja sobre los demás. Hay muchas universidades tales UAM, UCA, Y Keiser University que ofrecen programas de intercambio. Además de estudiar en el extranjero, con el programa AIESEC ofrece a los nicaragüenses la oportunidad de conseguir trabajo en el exterior; igualmente este programa tiene como requisito el dominio del inglés. Una ventaja de aún mayor importancia es que en Nicaragua existen varios programas de becas completas en el extranjero que tienen como requisito hablar inglés tales como Fullbright Program, Walton International Scholarship Program, etc.

Por todas las razones mencionadas anteriormente creemos que Nicaragua Bilingüe tiene un gran potencial, ya que la demanda para aprender inglés es muy grande considerando que solo el 10% de la población de Managua domina el idioma y son muchos los interesados en aprenderlos. Además esta es la única academia en Nicaragua que ofrece un programa de calidad y a un bajo precio ya que cuenta con profesores 100% bilingües que dominan todos los aspectos del idioma.

## 2.5. Nombre de la empresa

Para poder seleccionar el nombre de la empresa se creó una tabla listando las siguientes características: descriptivo, original, atractivo, y significativo. Se seleccionaron 5 nombres que podrían ser el de la empresa y a cada característica se le dio un número. Los números varían del 1 al 5; siendo el 5 el puntaje más alto y 1 el puntaje más bajo.

*Tabla 6: Lluvia de ideas para nombre de empresa*

Nombre	Descriptivo	Original	Atractivo	Significativo	Total
<b>No Borders</b>	2	4	4	4	14
<b>Learn English Nicaragua</b>	5	2	2	3	12
<b>Nicaraguan Dream</b>	1	2	2	1	6
<b>World of Opportunities</b>	2	2	4	1	9
<b>Nicaragua Bilingüe</b>	5	4	4	5	18

Gracias a la tabla anterior se pudo determinar que el nombre más adecuado y que resume en dos palabras el propósito de la empresa es NICARAGUA BILINGÜE. Las razones por las cuales se escogió el nombre de Nicaragua Bilingüe son las siguientes:

- Representa una característica indispensable para ser exitoso
- Es corto y fácil de recordar
- Es un nombre que todos pueden entender
- Es algo con que nuestros clientes pueden sentirse identificados

## 2.6. Descripción de la empresa

### 2.6.1. Misión

Nicaragua Bilingüe es una empresa cuyo propósito es ofrecer la oportunidad de aprender inglés a un precio competitivo a personas de escasos recursos en Nicaragua mediante un sistema de enseñanza personalizado e interactivo que garantiza el aprendizaje de cada uno de nuestros alumnos.

### 2.6.2. Ubicación

Nicaragua Bilingüe estará ubicada en la Universidad Juan Pablo II que cuenta con 15 aulas de clases. La dirección exacta es del costado Norte del Polideportivo España en el Barrio José Isaías Gómez.



*Figura 2: Pizarra y Escritorio*



*Figura 1: Aula de Clases*

### **2.6.3. Tamaño**

De acuerdo con el Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC), una empresa que cuenta con 5 trabajadores o menos, como lo hace Nicaragua Bilingüe, se clasifica como una microempresa.

Al momento de inaugurar la academia, esta contará con 5 empleados: un asesor financiero, un asesor de mercadeo, la directora académica, la gerente general y un asistente administrativo. La directora académica y la gerente general también ocuparan el puesto de profesores.

### **2.6.4. Precio**

Considerando la cantidad de escuelas de inglés que están presentes en Managua, es necesario lograr diferenciarnos en cuanto al precio, ya que es uno de los factores más importantes para los clientes potenciales a la hora de optar por cualquier instituto.

El objetivo de Nicaragua Bilingüe es atraer especialmente a las personas de bajos recursos; por lo tanto, ha decidido tener un precio que la mayoría podría costear incluso con un salario mínimo. Este precio será de \$15 dólares al mes, y será un precio fijo durante los primeros 5 años de la empresa para evitar que nuestros estudiantes se vean forzados a retirarse del programa por un incremento en el precio.

## **2.7. Objetivos de la empresa**

### **2.7.1. Generales**

- Posicionarnos en el mercado nacional como líderes en la enseñanza del idioma inglés a personas de escasos recursos a finales del año 2016.
- Alcanzar al final de dos años una cantidad de 150 alumnos con ingresos mensuales brutos de \$18,238.
- Para el año 2015 invertir en todos nuestros profesores para que obtengan certificación para enseñar inglés.
- Expandirnos a los diferentes departamentos del país en un lapso de 5 años.
- Mantener a nuestros estudiantes motivados y así lograr que el 85% concluya nuestros cursos de inglés para alcanzar el desarrollo profesional.
- A inicios del 2014 ofrecer cursos privados para aquellos que desean una atención personalizada y que se adapte a su tiempo.
- En el año 2014 enfocar publicidad en empresas que desean brindar a sus empleados la oportunidad de aprender inglés.
- Formar alianzas estratégicas con instituciones gubernamentales como INATEC a inicios del año 2015.
- A inicios del 2016, empezar un programa de becas para gente que muestren un verdadero interés en aprender el idioma y que no cuenten con los recursos necesarios.



### 2.7.1.1. Estrategia genérica

Nuestra estrategia genérica será una **estrategia de enfoque puesto** lo cual quiere decir que nos concentramos en un segmento de la población que es ignorado por las otras academias de inglés. Este segmento abarca la población de ingresos bajos entre los c\$3,000 y c\$10,000. Toda la publicidad de las academias de inglés va dirigida a personas con el suficiente capital para costear dichos cursos. No hay ninguna academia de inglés que exhiba clases a un precio accesible.

Día a día el dominio del inglés se convierte en un factor de mayor importancia en la vida profesional de los nicaragüenses. A medida que el porcentaje de personas bilingües aumenta en Nicaragua, también lo hacen las inversiones que vienen del extranjero tales como los famosos call centers. Hace un par de años una persona que sabía inglés destacaba de los demás y le daba una ventaja competitiva sobre el resto de la población que buscaba empleo; ahora se ha vuelto una necesidad dominar el inglés para conseguir un buen trabajo.

Aún contando con un título universitario, muchas personas pasan un gran periodo de tiempo sin trabajo por lo que recurren a los call centers como último recurso. Esto sucede porque es un trabajo que ofrece mayores beneficios que uno que tal vez sea relacionado a la carrera estudiada de un joven. Un call center brinda \$500 dólares al mes, lo cual es considerado un sueldo lo suficientemente alto para mantenerse. Eso es lo que la población de Nicaragua busca, un salario fijo que les permita ser económicamente estables.

Los call centers han brindado la oportunidad a mucha gente de escasos recursos a alcanzar ingresos más altos y cada día más personas que no cuentan con el dinero suficiente para entrar a una academia de inglés de \$100 dólares la mensualidad buscan otras alternativas para aprender inglés. La mayoría de los cursos de inglés son demasiado caros para miles de personas interesadas en aprender. Es por eso que Nicaragua Bilingüe desea brindar esta oportunidad al gran segmento de la población que es de escasos recursos que no encuentra opciones viables para lograr su aprendizaje. Es este segmento a quien nosotros queremos dirigirnos ya que es una gran parte de la población en busca de una alternativa para aprender inglés que se ajuste a su realidad.

### 2.7.1.2. Estrategia maestra

#### **Desarrollo de Mercado**

Una de nuestras estrategias maestras será desarrollo de mercado ya que estamos conscientes de la gran demanda que existe de academias de inglés. En la capital, donde inicialmente vamos a estar ubicados, existen diversas academias pero la mayoría tiene un precio demasiado alto. Nosotros queremos convertirnos en la primera opción para personas de escasos recursos. A medida que vayamos creciendo deseamos perseguir una expansión nacional. Nuestra intención es hacer un estudio de mercado en diferentes departamentos del país y crear otras academias en donde haya más demanda.

Además de ubicarnos en otros sectores del país, queremos atraer otros segmentos de mercado a medida que vamos desarrollando reconocimiento y prestigio. Nuestro objetivo es llegar a ofrecer clases personalizadas dependiendo de la necesidad de nuestros clientes. Si una persona desea aprender inglés sin formar parte de un aula de clase, ofreceremos a dicha persona clases privadas a un precio más alto y de esta manera esta persona tendrá la oportunidad de aprender a su propio ritmo.

Como parte de nuestras clases privadas, implementaremos publicidad especialmente dirigida para compañías que desean educar a sus empleados y permitir que aprendan un nuevo idioma. Hay muchas compañías que desean tener empleados bilingües para así ofrecer un mejor servicio a sus diferentes clientes. Nosotros vamos a cumplir con la demanda de estas empresas y satisfacer una necesidad, facilitándoles el proceso ya que nuestras clases privadas ofrecerán profesores a domicilio si así nuestros clientes lo desean.

#### **Desarrollo del producto**

Nuestra intención es tomar la idea convencional de una clase de inglés y modificarla para que se adapte a las necesidades actuales de las compañías que requieren empleados bilingües. Además de enseñar la estructura básica de la gramática, planeamos enfocarnos en el habla, fluidez, y pronunciación, que es el área faltante en las otras academias habituales.

Desde el primer día de clases motivaremos a los estudiantes a conversar acerca de los diferentes temas siendo estudiados, y continuaremos con esta modalidad hasta finalizar los libros del plan de estudio. Una vez concluido el dicho plan de estudio, nos enfocaremos en consolidar la fluidez a través de diferentes simulaciones que fomentarán el habla. Como muchos de nuestros estudiantes buscan una carrera en call centers, habrá un curso final que preparará a nuestros estudiantes mediante ejercicios como llevar a cabo conversaciones típicas de un call center. Este curso será elaborado por el asesor de finanzas y la directora académica que tienen experiencia en call centers y conocen la dinámica que se lleva a cabo dentro de tales.

### 2.7.2. Específicos

- En el año 2013 se iniciará una campaña masiva de mercadeo implementada por nuestro asesor de mercadeo Jorge Arauz con el propósito de atraer a nuestros clientes iniciales.
- Alcanzar al final del 2013 una cantidad de 128 alumnos
- Contratar a profesores que aprueben una variedad de exámenes realizados por la directora académica Scarleth Roque.
- Realizar evaluaciones de los profesores y de las clases en general luego de dos meses de haber iniciado los cursos para asegurarnos que nuestros clientes iniciales están satisfechos con la calidad de la educación. Estas evaluaciones serán realizadas y analizadas por la gerente general.
- Al finalizar el año 2013 otorgar una beca al mejor estudiante quien deberá haber cursado los primeros 3 niveles del plan de estudio para así motivar a los estudiantes a finalizar los cursos.
- Para inicios del 2014 coordinar visitas de oradores americanos para estudiantes cursando a partir del tercer nivel para que vayan familiarizándose con la pronunciación de un hablante nativo.
- Llevar a cabo una reunión en conjunto con la directora académica, la gerente general y el profesor para tocar puntos tales como el progreso de los estudiantes, áreas de dificultad por parte de los mismos y así encontrar soluciones. Dichas reuniones se realizarán cada tres meses.
- Contratar a un nuevo profesor después de 3 meses de haber empezado los cursos quien será aprobado por la directora académica en conjunto con la gerente general.

### 2.7.2.1. Tácticas funcionales

Las tácticas funcionales son las actividades rutinarias que se llevarán a cabo en las diferentes áreas de Nicaragua Bilingüe. También se detallarán los medios utilizados para alcanzar los objetivos específicos.

#### Marketing

El asesor de marketing, Jorge Aráuz, estará a cargo de darle publicidad a la compañía y de realizar una campaña publicitaria masiva para así atraer a nuestros clientes potenciales. Para lograr nuestros objetivos de marketing se colocarán anuncios de Nicaragua Bilingüe en la revista cinematográfica, mantas en puntos claves de Managua, posters en diferentes universidades, y volantes distribuidos en toda Managua. Esta campaña publicitaria se llevará a cabo al iniciar un curso nuevo, con el propósito de dar a conocer las fechas de inscripciones así como la fecha en que inician los cursos.

#### Producción y gestión de operaciones

Las tácticas funcionales relacionadas con producción y gestión de operaciones empezaron desde el momento que se eligió la ubicación de la academia. Se optó por localizarnos en el Barrio José Isaías Gómez ya que nos permitiría estar cerca de nuestro mercado objetivo.

Estas tácticas también nos ayudarán a mantener la calidad del servicio que proveemos. Las tácticas desarrolladas para el control de la calidad serán las siguientes:

- Analices continuos del rendimiento de los alumnos tomando como base sus calificaciones.
- El desempeño de los profesores que se medirá a través de evaluaciones hechas por los estudiantes.
- Reuniones llevadas a cabo con el personal académico con el propósito de discutir dificultades y buscarles soluciones a estas.

## Recursos humanos

La importancia de enfocarse en tácticas de recursos humanos se debe a que es en el proceso de reclutamiento que se escogerá a los profesores que formarán parte de Nicaragua Bilingüe y son un aspecto clave para el éxito de la compañía.

Para el proceso de selección y reclutamiento se realizarán pruebas extensas para asegurarnos de escoger a los profesores más calificados. Una de las funciones de recursos humanos será invertir en los profesores y entrenarlos para que logren desarrollarse eficazmente como profesores.

## Finanzas

El área de finanzas es especialmente importante ya que proporciona directrices que se deben seguir para alcanzar los objetivos de la empresa. El asesor de finanzas, Julio Chavarría, deberá asignar costos a las diferentes actividades de la compañía; asimismo, estará encargado de crear la nómina de sueldos y estimar los gastos mensuales de la compañía.

### **2.7.2.2. Políticas de la empresa**

- Los profesores tienen la libertad para preparar la clase a su gusto y conveniencia y crear sus propias actividades siempre y cuando fomenten el aprendizaje de los estudiantes y abarquen el plan de estudio.
- Se debe mantener siempre el respeto hacia los estudiantes y aunque se promueve crear una relación de amistad entre el profesor y el alumno, tener en cuenta que deben de haber límites y que la relación no debe llegar a ser íntima.
- No debe de haber ningún tipo de favoritismo de parte de los profesores hacia los estudiantes.
- Está completamente prohibida la discriminación a cualquier estudiante ya sea por raza, estatus, religión o capacidad de aprendizaje.
- Los profesores deben de incitar a los estudiantes a aprender tanto en el aula de clase como por su propia cuenta.
- En Nicaragua Bilingüe debe haber un ambiente organizacional agradable en el cual tanto los empleados como los estudiantes deben sentirse cómodos en el entorno en el que se encuentran.

## 2.8. Que ofrecemos

Nicaragua Bilingüe ofrece la oportunidad de aprender inglés a personas de escasos recursos a un precio favorable. A largo plazo, esto tendrá un gran impacto en las vidas de estas personas ya que contarán con una habilidad muy importante en Nicaragua, como lo es el saber inglés. Muchas personas en nuestro país están interesadas en aprender inglés ya que entienden los beneficios que esto brindaría a sus carreras; sin embargo, muchas de estas personas no tienen la oportunidad de aprender puesto que las academias de inglés son muy caras o simplemente no brindan una educación de calidad. Nicaragua Bilingüe es la solución a este gran problema ya que proporciona la calidad necesaria a un precio accesible.

A nosotros nos interesa ofrecer más que simple cursos de inglés. Nosotros ofreceremos un cambio de vida que se llevará a cabo a través del esfuerzo y dedicación de las personas. Una vez que un estudiante haya culminado nuestro plan de estudio, sus oportunidades de empleo aumentarán tanto en número como en calidad. Los ingresos que una persona bilingüe tiene son mucho más altos de aquellos que no cuentan con el idioma inglés.

Nicaragua Bilingüe ofrece un plan de estudio basado en los libros Essential American English de Richmond Publishing. El conjunto de libros está compuesto por cinco libros divididos de la siguiente manera:

1. Beginner
2. Elementary
3. Pre-Intermediate
4. Intermediate
5. Upper Intermediate

Queremos proveer un servicio de calidad y mantener a nuestros estudiantes interesados en cada una de las lecciones. Creemos que estos libros son los más adecuados para alcanzar este objetivo ya que están diseñados para adultos y contienen temas contemporáneos que pueden ser de gran interés para nuestros estudiantes.

Los cinco libros serán completados en un total de 20 meses más dos meses adicionales para aquellos interesados en recibir un curso especializado para call centers. Además de seguir el curso del libro, se realizarán diferentes actividades en las cuales el alumno podrá poner en práctica el habla del idioma y así mejorar la pronunciación y la fluidez, al mismo tiempo que adquirirá la confianza necesaria para hablar el idioma en público sin mayor dificultad.

Se realizarán presentaciones en grupo en las cuales los estudiantes abordarán temas relacionados con el material de estudio para que se acostumbren a hablar el idioma en frente de otras personas y desarrollen la fluidez.

Nicaragua Bilingüe ofrece cursos de inglés con una metodología personalizada e interactiva. Brindará a los estudiantes la motivación para continuar hasta la culminación del plan de estudio y les mostrará a sus estudiantes las diferentes oportunidades que se presentan a una persona bilingüe. La mayoría de personas en Managua que son de bajos ingresos no tienen mucha visión ni esperanza de superación. Nicaragua Bilingüe pretende ser más que solo una escuela de inglés; en Nicaragua Bilingüe somos impulsores y llevaremos a nuestros estudiantes a perseguir metas más altas que nunca antes hubieran pensado posibles.

Tendremos clases enfocadas a la superación profesional del estudiante y haremos que los alumnos preparen discursos en los cuales mencionen sus distintas metas y lo que consideran como su trabajo ideal y como el inglés les ayudará a alcanzar estas metas.

Ofrecemos un ambiente de clases en el cual el alumno se sentirá perfectamente cómodo tanto con sus compañeros como con sus profesores. Los profesores siempre estarán disponibles para responder a las necesidades y dudas de sus alumnos de una manera grata para que el alumno tenga la confianza para hacer preguntas cada vez que sea necesario.

Nuestros profesores serán entrenados para que desarrollen la paciencia, que es un elemento clave para lograr confianza entre el alumno y el docente. El profesor procurará que cada uno de los alumnos comprenda la lección y se enfocará principalmente en aquellos alumnos que presenten dificultades en algún tema en específico y brindará la atención y asistencia al estudiante para que logre superar cualquier dificultad y alcance el mismo ritmo de la clase.

En resumen, Nicaragua Bilingüe es una academia de inglés que ofrecerá un ambiente de aprendizaje grato para los alumnos, haciéndoles sentir mucha seguridad a la hora de hablar y a la hora de aclarar sus dudas. Adicionalmente, Nicaragua Bilingüe incorporará actividades en las que los estudiantes abran sus mentes a diferentes posibilidades de trabajo y de estudio, motivándolos a seguir esforzándose por alcanzar el éxito profesional.

## **2.9. Análisis externo**

### **2.9.1. Ambiente Remoto**

#### **2.9.1.1. Factores económicos**

Nicaragua es un país en vías de desarrollo, por lo que la enseñanza del idioma inglés está limitada a escuelas privadas y a otras instituciones. Este factor hace que el idioma inglés solo esté disponible a aquellos que tienen el poder adquisitivo de obtener una educación privada o pagar cursos de inglés en otras instituciones.

Uno de los problemas que mantiene a Nicaragua empobrecida es la poca inversión por persona que existe en el país; esto significa que cada persona tendría que invertir un poco más. La inversión en la educación es un ejemplo de este concepto; si todos los ciudadanos nicaragüenses aumentaran la calidad y la cantidad de educación que reciben, entonces el país sí tendría un crecimiento económico a largo plazo. Lo cierto es que Nicaragua tiene riquezas en recursos naturales de todo tipo, y es una pena que estos no sean usados al máximo. El PIB ha ido incrementado, así como las inversiones extranjeras directas; pero estas cifras no significarán nada a menos que Nicaragua invierta en la educación de los jóvenes que son el futuro del país. Hoy en día el inglés es una necesidad en el mundo laboral y empresarial, por lo que aprender inglés es una inversión importante.

El concepto de nuestra institución es enseñar inglés a ciudadanos de clase baja y media baja, o en otras palabras a personas de escasos recursos. La idea es que las personas tengan una oportunidad de invertir en su carrera como profesionales. Nos enfocamos en personas de escasos recursos porque la clase media y clase alta tienen el poder adquisitivo para recibir educación privada en la que ya vienen incluidos cursos de inglés. Nuestra estrategia es enfocar a personas que tengan el deseo de aprender inglés pero que no tengan el poder adquisitivo de una educación en un instituto de alto costo.



## **2.9.1.2. Factores sociales**

En Nicaragua existen 3 clases sociales; la clase baja que comprende la mayoría del país, la clase media, y la clase alta. En la clase baja, el 46% de la población vive por debajo de la línea de pobreza, además la inversión en la educación es de tan solo 3.1% del producto interno bruto. La tasa de desempleo es de 8.6% en los jóvenes entre 15 y 24 años de edad, y la tasa de alfabetización es de 67.5%. Nuestra filosofía es enfocarnos en la gente de bajos recursos porque a cómo podemos ver, ellos comprenden la mayor parte de la población, por lo tanto tendremos un mercado más grande.

Un gran desafío que tenemos es que la mayoría de los pobres están acostumbrados a ser pobres y no valoran lo importante que es aprender el idioma inglés. Mucha gente hace un gran esfuerzo para alcanzar a tener un techo y comida, y sería casi imposible que tengan un gasto más grande. Es ahí donde Nicaragua Bilingüe entrará y les facilitará un cambio que posiblemente sea la inversión más importante de sus vidas. La clave es entrar a este mercado de ciudadanos de bajos ingreso y facilitar un cambio en la sociedad. El mercado para la clase media y alta está saturado con grandes empresas e institutos de prestigio y experiencia por lo que estaríamos en una posición estratégicamente vulnerable si decidiéramos entrar desde el principio a ese mercado.

## **2.9.1.3. Factores tecnológicos**

Nosotros fomentamos el uso de la tecnología, ya que incluso en Nicaragua los servicios de televisión por cable e internet están presentes casi en todos lados. El cable y el internet son los puentes con el mundo, y son una gran herramienta para aprender inglés. Mucha gente de bajos recursos tiene televisor y también tienen la opción de cambiar el audio de los programas a inglés. Si los estudiantes miraran televisión en inglés, les sería mucho más fácil llegar a entenderlo y hablarlo, por lo tanto nosotros los motivaremos a convertir esta práctica en un hábito. El internet nos crea una oportunidad de expansión hacia un instituto virtual. Aunque nuestros servicios no usan mucha tecnología en realidad, la tecnología nos ayuda de muchas maneras a nosotros y a nuestros clientes.

## **2.9.2. Ambiente Industrial**

### **2.9.2.1. Barreras de entrada**

Una de las barreras de entrada sería el capital requerido que se necesita para empezar cualquier negocio. Al inicio, cada empresa tiene que buscar como crecer y conseguir los clientes suficientes para sostenerse. Debido a esto, uno de los grandes obstáculos que Nicaragua Bilingüe enfrenta es el hecho de si tendrá los clientes suficientes desde el momento que empiece operaciones para poder cubrir todos los gastos.

La ventaja de Nicaragua Bilingüe es que se diferenciará en el hecho de que será accesible para gente de escasos recursos. Con un precio más bajo que el de nuestros competidores lograremos resaltar entre tantos institutos de inglés que se encuentran en Nicaragua. Como muy pocos o ningún otro instituto ofrece un precio igualmente favorable no tomamos en cuenta rivalidad competitiva ya que nosotros estamos apuntando a personas de bajos ingresos que no podrían costear los institutos existentes tales como Academia Europea, Americano Nicaragüense, Centro Cultural Nicaragüense Norteamericano, etc.

Además de tener un precio más accesible que la mayoría de los institutos de inglés, Nicaragua Bilingüe ofrece una educación personalizada con aulas de no más de 20 alumnos para garantizar el aprendizaje. También, aseguraremos la calidad de nuestra enseñanza al contratar personal que esté altamente calificado y nos aseguraremos de esto al realizar un examen extensivo escrito y oral para verificar que la persona tenga un excelente dominio del idioma.

Aunque Nicaragua Bilingüe si cuenta con características que logran que se diferencie de otras compañías, el mayor obstáculo será dar a conocerlas a los futuros clientes. Es por esto que especialmente al inicio se invertirá en una extensa campaña de publicidad.

#### **2.9.2.2. Clientes poderosos**

Todos nuestros clientes son igualmente poderosos ya que pagan por el mismo servicio. Es por esto que el éxito de nuestra compañía depende altamente de la satisfacción de nuestros clientes con nuestro servicio y calidad y con su disposición de continuar en nuestros cursos de inglés.

Sin embargo, de cierta manera nuestra compañía ofrece grandes beneficios a nuestros clientes ya que nuestro precio competitivo hace que el cambio a otra compañía sea de gran dificultad para nuestros clientes. Difícilmente nuestros alumnos encontrarán precios tan competitivos en un instituto de la misma calidad.

También, una ventaja que tiene la compañía sobre sus competidores es que nuestro servicio es una inversión para los alumnos y no es un gasto. Esto quiere decir que a la larga nuestros alumnos estarán mejor posicionados en el ámbito profesional; esto quiere decir que Nicaragua Bilingüe es tan importante para nuestros alumnos como ellos lo son para nosotros, lo cual provee un balance de poder.

#### **2.9.2.3. Disponibilidad de sustitutos**

A pesar de que hay muchas escuelas del idioma inglés en Nicaragua, la mayoría no tienen precios accesibles para el mercado al que nosotros estamos apuntando. Si un alumno decidiera cambiarse a otra escuela, eso representaría un incremento significativo en la mensualidad que debería pagar. Por lo tanto consideramos que la disponibilidad de sustitutos no es una amenaza para Nicaragua Bilingüe.

### 2.9.3. Ambiente Operacional

#### 2.9.3.1. Competencia

Los centros de idiomas son muy populares en Managua, Nicaragua. La competencia es extensa pero en este caso, estaremos comparando Nicaragua Bilingüe con otros seis centros de idiomas que imparten cursos de inglés. Los centros que estaremos comparando son los siguientes: Academia Europea, American Nicaraguan School, Centro Cultural Nicaragüense Norteamericano, Cornerstone English Institute, Oxford International School y Universidad Centroamericana.

Los factores con los cuales estaremos comparando los diferentes centros de idiomas son los siguientes: 1) Competitividad de precios 2) Efectividad de promoción y publicidad 3) Experiencia 4) Calibre de personal 5) Reputación.

*Tabla 7: Competencia Nicaragua Bilingüe*

Nicaragua Bilingüe			
Factores Clave del éxito	Peso	Clasificación*	Puntaje
<b>Competitividad de precios</b>	0.30	4	1.20
<b>Efectividad de promoción y publicidad</b>	0.10	3	0.60
<b>Experiencia</b>	0.30	2	0.40
<b>Calibre de personal</b>	0.10	4	0.80
<b>Reputación</b>	0.20	1	0.10
<b>Total</b>	1		3.10
*Clasificación es la siguiente: muy fuerte=5; fuerte=4; regular=3; débil=2; muy débil=1			

Los puntos fuertes de Nicaragua Bilingüe se encuentran en la competitividad de precios y en el calibre del personal. Nicaragua Bilingüe cobra una mensualidad de \$15, la cual es muy razonable y accesible para nuestros clientes. El calibre del personal es también fuerte ya que Nicaragua Bilingüe contará con personal altamente calificado para la enseñanza del idioma inglés. La efectividad de promoción y publicidad cuenta con diferentes métodos para dar a conocer el nombre de Nicaragua Bilingüe.

Entre los métodos de publicidad está una página en Facebook a nombre de Nicaragua Bilingüe, y la repartición de panfletos en diferentes puntos de la capital. La experiencia de Nicaragua Bilingüe es débil ya que es algo relativamente nuevo. Similar a la experiencia, la reputación está muy débil ya que no es muy conocida entre los habitantes del país.

*Tabla 8: Competencia Academia Europea*

<b>Academia Europea</b>			
<b>Factores Clave del éxito</b>	<b>Peso</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Puntaje</b>
<b>Competitividad de precios</b>	0.30	2	0.40
<b>Efectividad de promoción y publicidad</b>	0.10	3	0.60
<b>Experiencia</b>	0.30	5	1.50
<b>Calibre de personal</b>	0.10	2	0.20
<b>Reputación</b>	0.20	5	1.00
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3.70</b>
<b>*Clasificación es la siguiente: muy fuerte=5; fuerte=4; regular=3; débil=2; muy débil=1</b>			

La Academia Europea tiene sus puntos más fuertes en la experiencia y en la reputación. Esto se debe a que tiene una experiencia de 41 años en el mercado y cuenta con una excelente reputación. El calibre de personal es su punto más débil ya que aquí en Nicaragua ha habido muchas quejas de los profesores que laboran ahí y no presentan el nivel adecuado de inglés para enseñarlo. La efectividad de promoción y publicidad es regular; de vez en cuando usan cartelera cinematográfica o el periódico para hacer más publicidad. El punto más débil de la Academia Europea es el hecho que sus precios son poco competitivos en este mercado. Los precios son de \$99.50 en cursos regulares y \$69.75 en cursos sabatinos, más un costo adicional de matrícula que es de \$20. Muchos nicaragüenses que quieren aprender el idioma no se pueden dar el lujo de estudiar en un centro con precios tan elevados.

*Tabla 9: Competencia American Nicaraguan School*

<b>American Nicaraguan School</b>			
<b>Factores Clave del éxito</b>	<b>Peso</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Puntaje</b>
<b>Competitividad de precios</b>	0.30	1	0.10
<b>Efectividad de promoción y publicidad</b>	0.10	3	0.60
<b>Experiencia</b>	0.30	5	1.50
<b>Calibre de personal</b>	0.10	4	0.80
<b>Reputación</b>	0.20	5	1.50
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>4.50</b>
<b>*Clasificación es la siguiente: muy fuerte=5; fuerte=4; regular=3; débil=2; muy débil=1</b>			

En el caso de American Nicaraguan School, su punto más débil son sus precios. Los precios para los cursos regulares son de \$117 y para cursos sabatinos son de \$130. Como se podrá observar, estos precios son poco competitivos ya que para poder estudiar en esta escuela la persona tiene que ser de altos recursos económicos. La efectividad de promoción y publicidad de ANS es regular ya que no cuenta con muchas promociones y busca publicidad de diferentes maneras como revistas, televisión, etc. Sin embargo esto no es muy seguido. El calibre de personal es fuerte ya que cuenta con profesores americanos la mayoría graduados en USA y altamente calificados para el trabajo. La reputación y experiencia son excelentes ya que tienen mucho tiempo de existir desde que se fundó en 1944. Esta cuenta con una muy fuerte reputación al ser considerada una de las mejores escuelas en Nicaragua.

*Tabla 10: Competencia Cornerstone English Institute*

<b>Cornerstone English Institute</b>			
<b>Factores Clave del éxito</b>	<b>Peso</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Puntaje</b>
<b>Competitividad de precios</b>	0.30	4	1.20
<b>Efectividad de promoción y publicidad</b>	0.10	2	0.20
<b>Experiencia</b>	0.30	3	0.60
<b>Calibre de personal</b>	0.10	3	0.60
<b>Reputación</b>	0.20	3	0.60
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3.20</b>
<b>*Clasificación es la siguiente: muy fuerte=5; fuerte=4; regular=3; débil=2; muy débil=1</b>			

Cornerstone English Institute es un centro de idiomas cuyo punto más fuerte que tiene es la competitividad de precios. La cuota es de \$40 dólares con material incluido. Esto les permite a muchos nicaragüenses poder realizar el sueño de aprender inglés. La efectividad de promoción y publicidad es muy débil ya que es un instituto que no tiene mucha publicidad y no lo escuchamos mencionar mucho. El calibre de personal es también regular así como la reputación de ser un buen centro para aprender inglés.

*Tabla 11: Competencia Centro Cultural Nicaragüense Norteamericano*

<b>Centro Cultural Nicaragüense Norteamericano</b>			
<b>Factores Clave del éxito</b>	<b>Peso</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Puntaje</b>
<b>Competitividad de precios</b>	0.30	4	0.80
<b>Efectividad de promoción y publicidad</b>	0.10	3	0.30
<b>Experiencia</b>	0.30	4	0.80
<b>Calibre de personal</b>	0.10	4	1.20
<b>Reputación</b>	0.20	4	0.80
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3.90</b>
<b>*Clasificación es la siguiente: muy fuerte=5; fuerte=4; regular=3; débil=2; muy débil=1</b>			

El Centro Cultural Nicaragüense Norteamericano tiene una larga trayectoria que va desde 1942 cuando se fundó. Los precios no son muy competitivos y la mensualidad de \$120 se puede pagar en dos cuotas. Cuando hablamos de promoción y publicidad esta es regular porque tienen promociones y publicidad pero no tan pronunciadas. Los años que lleva operando dicen todo acerca de la experiencia y reputación. Tiene una larga trayectoria que lo pone como uno de los mejores lugares para aprender inglés. Su calibre de personal es fuerte ya que cuenta con profesores preparados en las mejores universidades del país.



*Tabla 12: Competencia Oxford International School*

<b>Oxford International School</b>			
<b>Factores Clave del éxito</b>	<b>Peso</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Puntaje</b>
<b>Competitividad de precios</b>	0.30	5	2.00
<b>Efectividad de promoción y publicidad</b>	0.10	2	0.20
<b>Experiencia</b>	0.30	3	0.60
<b>Calibre de personal</b>	0.10	3	0.60
<b>Reputación</b>	0.20	2	0.20
<b>Total</b>	1		3.6
<b>*Clasificación es la siguiente: muy fuerte=5; fuerte=4; regular=3; débil=2; muy débil=1</b>			

Oxford International School tiene como mayor debilidad la efectividad de promoción y publicidad al igual como la reputación. Este es un centro que no es conocido por la mayoría de los habitantes de Managua. No le dan tanta publicidad y es por eso que no tiene mucha reputación. Sin embargo, su mayor fortaleza es la competitividad de sus precios, los cuales hacen que muchos nicaragüenses tengan la oportunidad de estudiar inglés. La mensualidad es normalmente de 800 córdobas con matrícula de 200 córdobas; pero ellos otorgan una media beca la cual reduce el precio a 300 córdobas y 100 córdobas la matrícula. Su experiencia y calibre de personal es regular.

*Tabla 13: Competencia Universidad Centroamericana*

<b>Universidad Centroamericana</b>			
<b>Factores Clave del éxito</b>	<b>Peso</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Puntaje</b>
<b>Competitividad de precios</b>	0.30	2	0.6
<b>Efectividad de promoción y publicidad</b>	0.10	2	0.2
<b>Experiencia</b>	0.30	5	1.5
<b>Calibre de personal</b>	0.10	4	0.4
<b>Reputación</b>	0.20	3	0.6
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3.3</b>
<b>*Clasificación es la siguiente: muy fuerte=5; fuerte=4; regular=3; débil=2; muy débil=1</b>			

El centro de idiomas de la Universidad Centroamericana tiene mucho que ofrecer al público con enseñanzas de más de 4 idiomas. El idioma inglés es de gran demanda para esta universidad, sin embargo tiene algunos aspectos que son poco favorables para la población de Managua. La competitividad de precios es muy débil ya que la mensualidad es de \$90 por los primeros 9 niveles y después los últimos 4 niveles cuestan entre \$100 y \$130. Estos son precios muy altos y sólo pocos en Managua pueden costearlo. UCA es débil cuando se habla de promoción y publicidad del centro de idioma. Este centro no es muy conocido fuera de la misma universidad ya que hay poca publicidad en otros sectores de la capital que den a conocer los programas de idioma que ofrece. La reputación es regular, muchos dicen que este centro de idiomas es muy bueno y otros ni saben que existe por falta de publicidad. Los puntos más fuertes son la experiencia ya que cuentan con muchos años de estar en el negocio de la educación. Por último cuenta con un personal muy fuerte y bien capacitado para la enseñanza del idioma inglés.

### **2.9.3.2. Acreedores**

Nicaragua Bilingüe hará uso de acreedores para poder financiar parte del costo de la inversión inicial.

### **2.9.3.3. Proveedores**

Todos los materiales que se usarán para las oficinas serán adquiridos en Librería Gonper, ya que después de haber visitado las diferentes librerías hemos concluido que Gonper ofrece los precios más competitivos del mercado. Los textos a utilizar son “Essential American English” y serán adquiridos en librería Hispamer. Los pupitres, pizarras, sillas y escritorios están incluidos en la renta del lugar por lo cual no se necesitan proveedores para estos objetos.

### **2.9.3.4. Clientes**

- ***Geográfico***

Nicaragua Bilingüe tiene como futuros clientes a habitantes de la capital de Nicaragua, Managua. Sin embargo, estamos siempre abiertos a la posibilidad que personas interesadas en nuestros cursos de inglés nos visiten de otros departamentos del país.

- ***Demográfico***

Los clientes potenciales de Nicaragua Bilingüe están en un rango de edad entre 16-40 años de edad. De estos, estamos enfocándonos en la población de escasos recursos con un salario aproximadamente de C\$3,000 a C\$10,000. Asimismo, estamos abiertos a personas de cualquier género ya sea femenino o masculino y sin importar el estado civil en el que se encuentran.

- ***Psicográfico***

Nicaragua es un país lleno de tradiciones y rico en cultura. La gente nicaragüense tiene muy presente su cultura y vive las tradiciones al máximo. También, los nicaragüenses son trabajadores, aplicados, y decididos. A pesar de todo esto, hay una gran diferencia entre las clases sociales y claro esta que el mismo tipo de vida que lleva la clase alta no lo puede llevar la clase baja. Nicaragua bilingüe busca a clientes que quieran una mejor oportunidad laboral en un ambiente tan competitivo. Queremos gente que tenga deseos de aprender inglés para así en el futuro tener un trabajo digno que pueda ayudarlo o ayudarla a sustentar a su familia.

### 2.9.3.5. Laboral

En el aspecto laboral, Nicaragua Bilingüe no tiene problema para conseguir su personal. Cuenta con profesores nicaragüenses con excelente dominio del idioma inglés. Asimismo, contaremos con la presencia de profesores provenientes del extranjero que brindarán su servicio de enseñanzas de inglés a nuestro centro.

## 2.10. Análisis Interno

### 2.10.1. Análisis FODA

#### Fortalezas

- ✚ Precio
- ✚ Calidad
- ✚ Sistema personalizado
- ✚ Profesores calificados

#### Oportunidades

- ✚ Tecnología
- ✚ Métodos Interactivos
- ✚ Demanda
- ✚ Uniones con instituciones y empresas

#### Debilidades

- ✚ Prestigio
- ✚ Experiencia
- ✚ Capital inicial
- ✚ Ganancias

#### Amenazas

- ✚ Competencia (entrante-existente)
- ✚ Regulaciones
- ✚ Interés
- ✚ Economía del país

## Fortalezas

La fortaleza principal de Nicaragua Bilingüe es su precio, el cual es accesible a gente de escasos recursos. La mayoría de institutos de inglés cuentan con un alto precio, el cual es inalcanzable para una gran parte de la población. Es por eso que Nicaragua Bilingüe tiene una gran ventaja en comparación con otras academias de inglés.

Nosotros no sólo nos enfocamos en el precio, sino también en la calidad del servicio que brindamos. En un país no muy desarrollado como Nicaragua es muy difícil encontrar calidad a un bajo precio. Eso es lo que nosotros queremos ofrecer ya que los ciudadanos merecen tener la oportunidad de aprender inglés para poder superarse a pesar de las limitaciones económicas que tengan.

Otro factor que hace a Nicaragua Bilingüe superior a otras academias es que cuenta con aulas de clase no mayores a 20 estudiantes. Esto brinda al estudiante la atención personalizada necesaria al aprender otro idioma. Uno de los obstáculos más grandes al aprender un nuevo idioma es que cada alumno tiene distintas dudas que no se pueden aclarar en clases con una gran cantidad de alumnos. Es por eso que nosotros hemos decidido tener aulas con pocos alumnos para garantizar que cada uno pueda aclarar sus respectivas dudas respecto al tema siendo estudiado.

## Oportunidades

Nicaragua Bilingüe tiene muchas oportunidades que con el tiempo se pueden convertir en fortalezas. Una de las oportunidades es la tecnología. Esta representa una gran oportunidad para Nicaragua Bilingüe ya que en un futuro cercano se puede utilizar la tecnología para la enseñanza del idioma inglés. Esto nos ayudaría a ofrecerles a nuestros clientes una forma diferente y divertida de aprender inglés a través de videos en youtube o visitas a redes sociales.

Otra oportunidad para Nicaragua Bilingüe es el hecho que contamos con métodos interactivos que van más allá de usar libros en una manera poco creativa. El propósito de esto es tomar los ejercicios del libro y transformarlos en algo divertido y creativo para que los estudiantes se interesen más en aprender inglés.

Una gran oportunidad para Nicaragua Bilingüe es la gran demanda que existe en el país para escuelas de inglés. Mucha gente en Nicaragua sueña con aprender el inglés pero tristemente no tienen el presupuesto para hacerlo. Los precios bajos que ofrecemos junto con las otras fortalezas hacen que la demanda para Nicaragua Bilingüe aumente cada día más.

Oportunidades se encuentran también a través de futuras uniones con diferentes instituciones en el país como INATEC. Asimismo, esperamos poder extender nuestro trabajo a empresas que buscan el servicio de enseñanzas del idioma inglés para sus empleados.

### Debilidades

La mayor debilidad de la empresa es que no cuenta con el prestigio de otras academias que tienen años de experiencia. A pesar de que Nicaragua Bilingüe se distingue de otras academias por su bajo precio y atención personalizada, la población no está consciente de estas características lo cual dificulta el proceso de obtener más clientes. La falta de prestigio hace más complejo el proceso de adquirir estudiantes, quienes pueden tener dudas de la calidad de la empresa.

La empresa debe incurrir en gastos para darse a conocer y lograr atraer clientes. Puesto que es una empresa emergente, Nicaragua Bilingüe no cuenta con experiencia lo cual es un desafío porque nuestros clientes potenciales no tendrían manera de saber que el servicio ofrecido es realmente de calidad.

Otra debilidad es el hecho de que nuestro capital inicial es muy limitado y eso obstaculiza un mercadeo adecuado para lograr darnos a conocer y captar la atención de la población. Además, puesto que nuestro precio y número de estudiantes por aula son muy bajos, nuestra ganancia depende de la cantidad de estudiantes con la que contemos. Si estudiantes deciden salirse de nuestro curso necesitaríamos conseguir otros estudiantes para que tomen su cupo, lo cual representa un obstáculo ya que esos estudiantes tendrían que ser del mismo nivel de aquellos que se retiraron del curso.

## Amenazas

Las amenazas son situaciones poco favorables para la compañía. Hay muchos factores que amenazan la estabilidad y el crecimiento de Nicaragua Bilingüe. La primera amenaza es la competencia, ya sea nueva o ya existente. Esto es una amenaza porque como hay más competencia, los clientes tienen más de donde escoger. Por ejemplo, la amenaza de escuelas de inglés en línea está creciendo ya que a muchos les gusta la idea de estudiar en la comodidad de sus casas.

Nuevas regulaciones en el país también pueden llegar a ser grandes amenazas para Nicaragua Bilingüe ya que pueden formar leyes nuevas que nos impidan continuar haciendo nuestro trabajo.

El interés en aprender inglés es una de nuestras mayores amenazas ya que la gente con el tiempo puede perder el interés o en un futuro no tener interés para nada. Los clientes son lo más importante en Nicaragua Bilingüe y sin ellos no existiría. Muchas veces pasa que los alumnos empiezan motivados pero con el tiempo pierden esa motivación, ese interés por el idioma y terminan saliéndose del curso. Si esto pasa, Nicaragua Bilingüe estaría en gran riesgo y la continuidad de la escuela estaría en duda.

Una gran amenaza es la economía del país ya que si no hay una economía estable, la gente no podrá mantener un gasto como cursos de inglés. También, si hay un aumento en factores como energía, agua, canasta básica, es muy probable que la población decida gastar más en esos factores que invertir en cursos de inglés.

### **2.10.2. Estrategia**

Nicaragua Bilingüe encuentra muchas oportunidades que le permitirán crecer y fortalecerse en el futuro. Esto le permite seguir una estrategia agresiva en el mercado para que eventualmente estas oportunidades se conviertan en fortalezas de la empresa.

### **3. MERCADO**

#### **3.1. Objetivos de mercado**

##### **3.1.1. Objetivos a corto plazo (1 año)**

- Presentarnos en el mercado como una opción inmediata para el aprendizaje de inglés.
- Lograr ejecutar nuestros cursos iniciales con un mínimo de 85 estudiantes.
- Finalizar el año con un total de 150 alumnos.
- Dar a conocer a nuestra empresa mediante diferentes métodos de publicidad.
- Adquirir el 0.15% de la demanda para cursos de inglés con estudiantes en un rango de 16-40 años de edad y con un salario básico.

##### **3.1.2. Objetivos a mediano plazo (3 años)**

- Adquirir la lealtad de nuestros clientes así como el reconocimiento de parte de los mismos.
- Desarrollar mayor experiencia en el ámbito educativo.
- Finalizar el año con un total de 160 alumnos.
- Adquirir el 0.16% de la demanda para cursos de inglés con estudiantes en un rango de 16-40 años de edad y con un salario básico.

##### **3.1.3. Objetivos a largo plazo (5 años)**

- Para el año 2015 formalizar alianzas con instituciones del gobierno como INATEC.
- Expandir nuestras ganancias ofreciendo nuestros servicios a empresas privadas para el año 2014.
- Al finalizar los 5 años, tener un total de 195 alumnos
- Adquirir el 0.20% de la demanda para cursos de inglés con estudiantes en un rango de 16-40 años de edad y con un salario básico.



### 3.2. Tamaño de mercado

En el mundo globalizado en el que vivimos hoy, el dominio del idioma inglés es fundamental para el desarrollo profesional de los ciudadanos nicaragüenses. Nuestros cursos de inglés están abiertos al público en general; sin embargo, estos están enfocados principalmente para el sector de bajos ingresos en el área de Managua.

Según un estudio realizado por PRONicaragua, la población en Managua es de 1.4 millones de habitantes. De acuerdo a un estudio realizado por el Fondo de Población de las Naciones Unidas, 468,973 de los habitantes en Managua oscilan entre 16-40 años de edad. De estos, 10% (46,897) hablan el idioma inglés. Esto demuestra que el 90% de habitantes en Managua en edades de 16-40 no habla inglés.

**Personas que no hablan inglés en Managua: 422,075**

*Tabla 14: Ingresos en córdobas*

NSE	CLASE	INGRESOS C\$	PORCENTAJE
<b>CLASE MEDIA</b>			
<b>C2</b>	Media Media	PROMEDIO C\$10,100	16%
<b>C3</b>	Media Baja	PROMEDIO C\$7,146	
<b>CLASE TRABAJADORA O POPULAR</b>			
<b>D1</b>	Popular Alta	PROMEDIO C\$3,063	8%

Fuente: Banco Central de Nicaragua

Esta tabla refleja las diferentes clases que se encuentran en el rango del mercado que Nicaragua Bilingüe quiere abarcar. De este cuadro se puede ver que la clase C2 Media Media gana en promedio C\$10,100 mensual. La clase que le sigue es C3 Media Baja que gana en promedio C\$7,146 mensual. La última clase es parte de la clase trabajadora o popular; D1 Popular Alta gana aproximadamente C\$6,063 mensual. El porcentaje final de los habitantes que ganan aproximadamente entre C\$3,000 a C\$10,000 es de 24%.

Las personas que no hablan inglés en Managua son 422,075; de esto, el 24% de 422,075 sería nuestro tamaño de mercado.

**Tamaño de Mercado: 101,298**

### **3.3. Características de mercado**

Nuestro mercado meta está conformado por personas:

- De escasos recursos con ingresos mensuales de 3,000 a 10,000 córdobas.
- Habitantes de Managua que estén interesados en aprender inglés.
- Que estén interesados en construir su carrera en un call center.
- Que estén entre las edades de 16-40 años de edad.

### **3.4. Consumo aparente**

#### **3.4.1. Corto plazo**

Los consumidores potenciales a corto plazo son del 0.15% de 101,298 = 151

Según la encuesta realizada a 100 potenciales consumidores:

- 89% Si están interesados en aprender el idioma inglés
- 4% No están interesados en aprender el idioma inglés
- 7% Tal vez están interesados en aprender el idioma inglés

Por lo tanto:

- 89% de 151 estarían interesados en aprender el idioma inglés= 134 estudiantes
- 4% de 151 no estarían interesados en aprender el idioma inglés= 6 estudiantes
- 7% de 151 tal vez estarían interesados en aprender el idioma inglés= 10 estudiantes

### 3.4.2. Mediano plazo

Los consumidores potenciales a medio plazo son del 0.16% de 101,298 = 162

Por lo tanto:

89% de 162 estarían interesados en aprender el idioma inglés= 144 estudiantes

4% de 162 no estarían interesados en aprender el idioma inglés= 6 estudiantes

7% de 162 tal vez estarían interesados en aprender el idioma inglés= 11 estudiantes

### 3.4.3. Largo plazo

Los consumidores potenciales a medio plazo son del 0.20% de 101,298 = 202

Por lo tanto:

89% de 202 estarían interesados en aprender el idioma inglés= 179 estudiantes

4% de 202 no estarían interesados en aprender el idioma inglés= 8 estudiantes

7% de 202 tal vez estarían interesados en aprender el idioma inglés= 14 estudiantes

## 3.5. Estudio de mercado

Para realizar el estudio de mercado se utilizó la herramienta de la encuesta. Esta fue distribuida a una muestra de 100 habitantes. Asimismo, la encuesta fue distribuida en diferentes localidades como centros comerciales, universidades, y restaurantes.

## 3.6. Objetivos del estudio de mercado

A través de las encuestas se quiere determinar los siguientes aspectos claves:

- El verdadero interés que tienen los habitantes de Managua en aprender inglés.
- Si consideran importante saber el idioma inglés para mejorar su futuro en el ámbito profesional.
- Si alguna vez han estudiado inglés y el motivo por el cual decidieron no terminar el curso.
- El precio que estarían dispuestos a pagar por cursos de inglés.

**3.7. Encuesta**

¿Estarías interesado en aprender el idioma inglés?

Sí\_\_\_\_ Tal vez\_\_\_\_ No\_\_\_\_

Si contestaste no a la pregunta anterior, puedes dejar de contestar esta encuesta. Gracias por tu tiempo. ☺

¿Consideras que hablar inglés te ayudaría en tu vida profesional?

Sí\_\_\_\_ Tal vez\_\_\_\_ No\_\_\_\_

¿Qué horario considerarías más favorable para ir a clases de inglés?

Sábados 8am-12pm \_\_\_\_\_ Sábados 1pm-5pm \_\_\_\_\_  
Domingos 8am-12pm \_\_\_\_\_ Domingos 1pm-5pm \_\_\_\_\_

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por cursos de inglés al mes?

\$10-15\_\_ \$16-20\_\_ \$21-30\_\_

¿Has estudiado inglés alguna vez?

Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_

¿Cuánto tiempo estudiaste?

¿Dónde lo estudiaste?

¿Fue esa una experiencia positiva?

¿Por qué motivo no terminaste?

Económico\_\_ Tiempo\_\_ Insatisfacción\_\_ Continúa\_\_

¿Qué edad tenes?

16-24\_\_ 25-33\_\_ 34-40\_\_

Si te gustaría aprender inglés, puedes dejarnos tu información:

Nombre:

Correo:

Número de teléfono:



### **3.8. Aplicación de la encuesta**

La aplicación de la encuesta se realizó utilizando el programa IBM SPSS Statistics 20 con el cual fue posible introducir las diferentes variables (preguntas) y así poder relacionarlas y analizarlas entre sí.

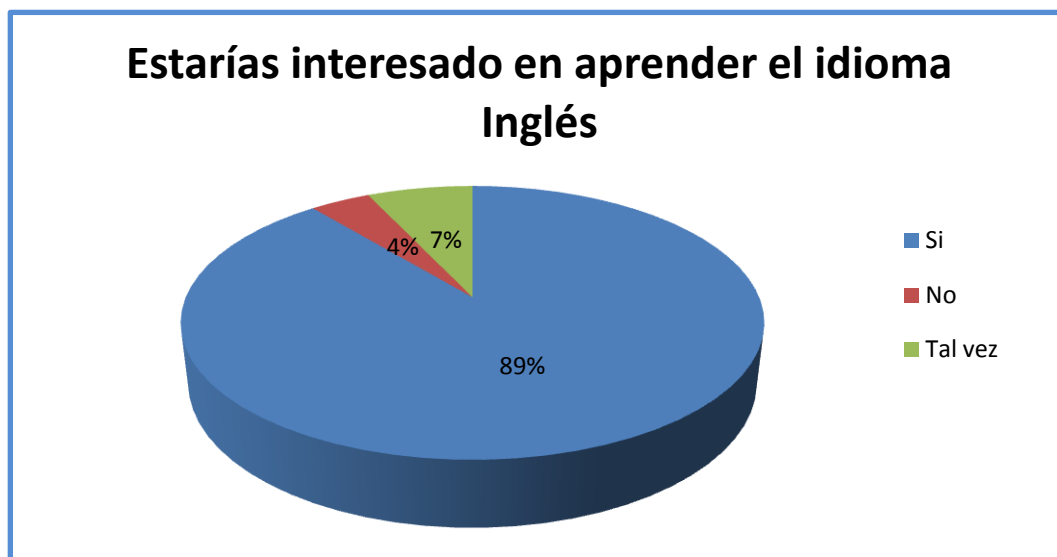
La encuesta consta de una combinación de preguntas cerradas y abiertas en la cual el participante puede en la primera parte escoger una de varias opciones y en la segunda parte puede contestar con su opinión.

Se utilizaron tablas y gráficos circulares para presentar y analizar los resultados obtenidos de la encuesta.

**3.9. Resultados y conclusiones de encuesta**

*Tabla 15: Interés en el idioma*

<b>Estarías interesado en aprender el idioma inglés</b>			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valid	Si	89	89.0
	No	4	4.0
	Tal vez	7	7.0
	Total	100	100.0



*Gráfico 1: Interés en el idioma*

En el primer gráfico se presenta el porcentaje de personas que estarían interesados en aprender el idioma inglés, personas que no estarían interesados en aprender este idioma, y personas que tal vez estarían interesadas en aprender inglés. Un 89% de la población entrevistada en las edades de 16-40 años tiene un verdadero interés en aprender el idioma. El 4% de una muestra de 100, contestó que no están interesados en el idioma. Por último, el 7% contestó que tal vez estarían interesados en aprender el idioma.

*Tabla 16: Consideración de oportunidades*

**Consideras que hablar inglés te ayudaría en tu vida profesional**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valid	Si	96	96.0	100.0
Missing	System	4	4.0	
Total		100	100.0	



*Grafico 2: Consideración de oportunidades*

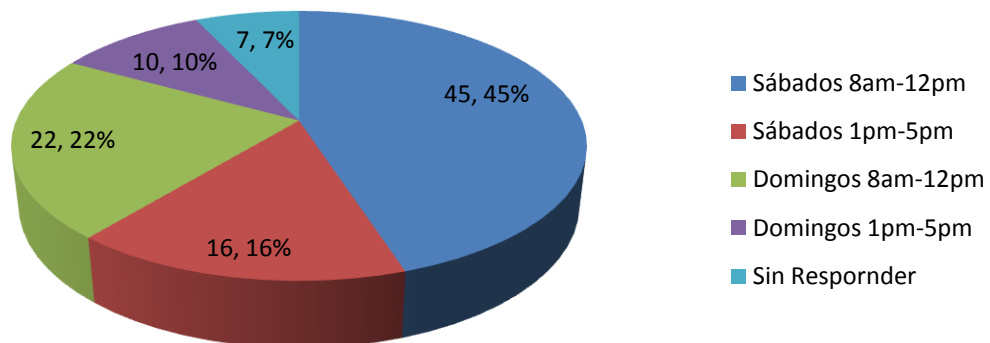
En este grafico se puede apreciar que la mayoría de las personas que contestaron la pregunta concuerdan con el hecho que hablar inglés sería muy útil en la vida profesional de una persona. El 96.96% de las respuestas fueron un “sí” y solamente un 4.4% se negó a contestar esta pregunta. Como pudimos observar en el gráfico anterior, hay un pequeño porcentaje de gente que no está interesado en aprender el idioma. Sin embargo, casi todos consideran que hablar inglés sería de gran ayuda en el campo laboral.

*Tabla 17: Horario*

**Qué horario considerarías más favorable para ir a clases de inglés**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valid	Sábados 8am-12pm	45	45.0	48.4
	Sábados 1pm-5pm	16	16.0	65.6
	Domingos 8am-12pm	22	22.0	89.2
	Domingos 1pm-5pm	10	10.0	100.0
	Total	93	93.0	
Missing	System	7	7.0	
Total		100	100.0	

**Qué horario considerarías más favorable para ir a clases the inglés**



*Gráfico 3: Horario*



Para poder saber los días y horas en cuales nuestros futuros estudiantes están más cómodos para asistir a los cursos de inglés se creó esta pregunta para así conocer cuáles son las mejores opciones para los horarios de la escuela. Los resultados fueron los siguientes:

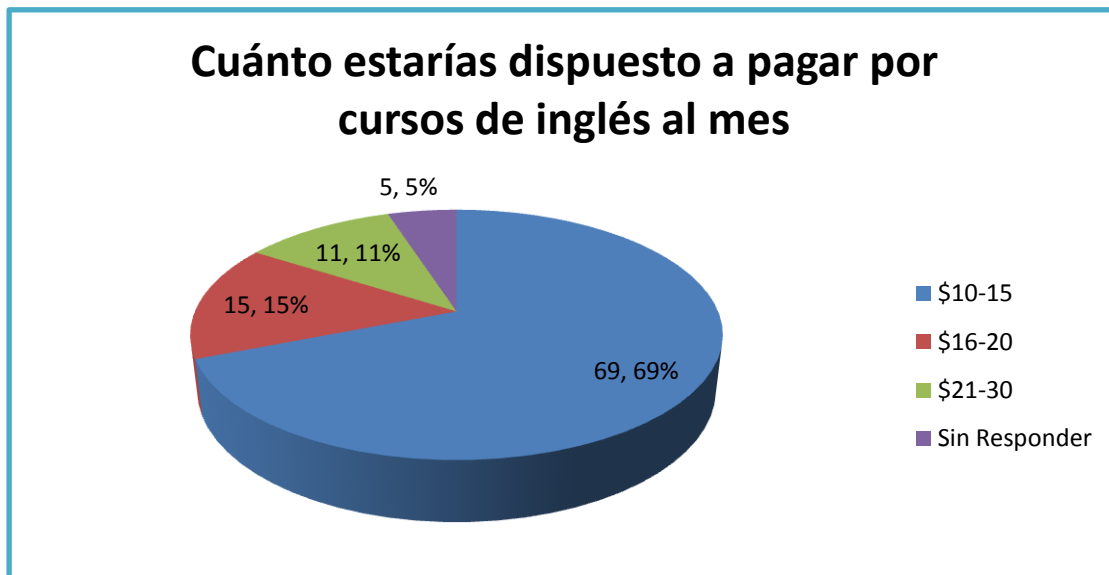
Sábados 8am-12pm	45%
Sábados 1pm-5pm	16%
Domingos 8am-12pm	22%
Domingos 1pm-5pm	10%
Sin Responder	7%

De esto, se concluye que los horarios a establecer para los cursos de inglés serían sábados 8am-12pm, sábados 1pm-5pm, y domingos 8am-12pm. Gracias a esto pudimos establecer horarios que fueran cómodos para los clientes y así lograr que se sientan más a gusto con Nicaragua Bilingüe y poder alargar su estancia con nosotros.

*Tabla 18: Precio*

**Cuánto estarías dispuesto a pagar por cursos de inglés al mes**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valid	\$10-15	69	69.0	72.6
	\$16-20	15	15.0	87.4
	\$21-30	11	11.0	98.9
	Total	95	95.0	
Missing	System	5	5.0	
Total		100	100.0	



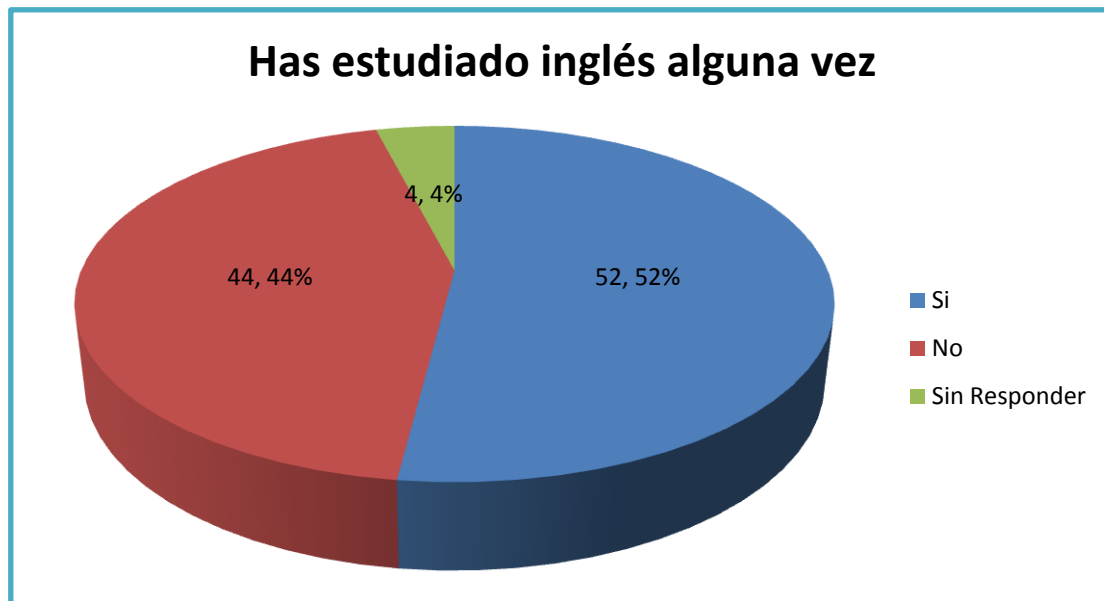
*Gráfico 4: Precio*

Para que Nicaragua Bilingüe pudiera elegir el precio de sus cursos de inglés, era necesario preguntarles a los clientes potenciales cual rango de precios estarían dispuestos a pagar cuando se habla de cursos de inglés. Para poder atraer y retener clientes, es necesario tomar en cuenta sus necesidades. En este caso, un precio bajo es lo que los clientes prefieren y pueden pagar. Más de la mitad de los encuestados (69.69%) acordaron que el precio ideal para estos cursos sería entre \$10-\$15. El 15% de los clientes potenciales estarían dispuestos a pagar entre \$16-\$20. Solamente el 11% estaría dispuesto a pagar entre \$21-\$30. El 5% de los entrevistados decidieron no responder a esta pregunta. De acuerdo a lo que este gráfico nos dice, el precio que la gente está dispuesta a pagar y que Nicaragua Bilingüe debería de cobrar está entre \$10-\$15.

*Tabla 17: Estudios previos*

**Has estudiado inglés alguna vez**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valid	Si	52	52.0	54.2
	No	44	44.0	100.0
	Total	96	96.0	
Missing	System	4	4.0	
Total		100	100.0	



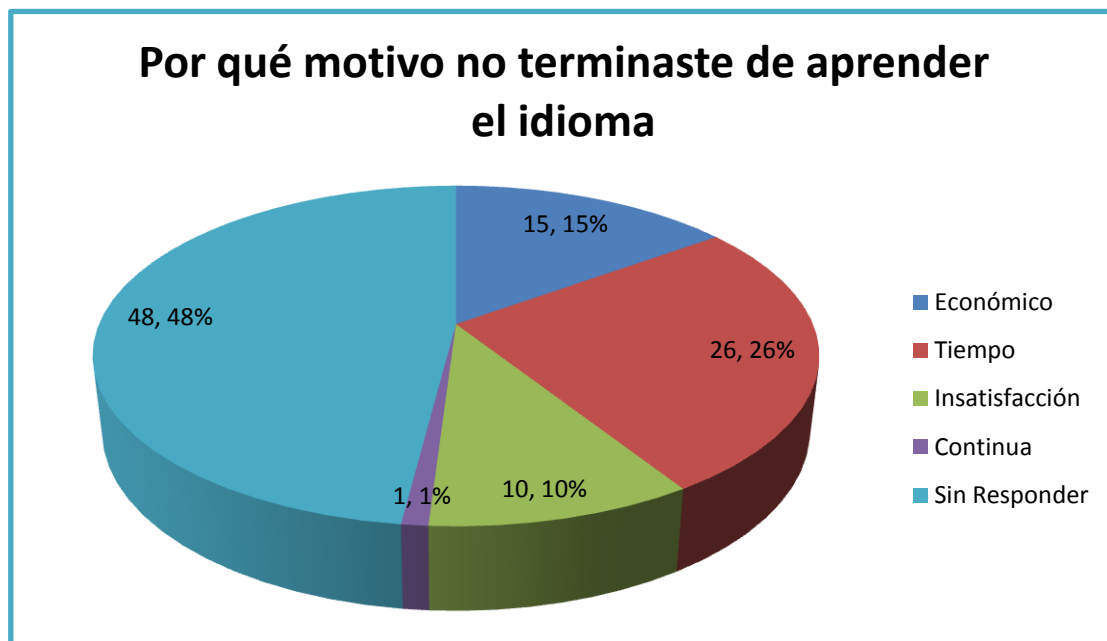
*Gráfica 5: Estudios previos*

Para Nicaragua Bilingüe es muy importante saber la experiencia que la muestra tiene aprendiendo el idioma inglés. Esto nos va a ayudar a poder separar a la gente que ya tiene alguna experiencia aprendiendo inglés y a la que no tiene experiencia alguna. Los resultados fueron muy parejos; el 52% ha tenido previo aprendizaje del idioma y el 44% nunca ha estado en un curso de inglés. Solamente el 4% no respondió si había estudiado inglés alguna vez.

*Tabla 18: Motivo por el cual no termino cursos*

**Por qué motivo no terminaste de aprender el idioma**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Valid	Económico	15	15.0	28.8
	Tiempo	26	26.0	78.8
	Insatisfacción	10	10.0	98.1
	Continua	1	1.0	100.0
	Total	52	52.0	
Missing	System	48	48.0	
Total		100	100.0	



*Gráfica 6: Motivo que no termino cursos*

Para Nicaragua Bilingüe es sumamente importante conocer el motivo por el cual muchos de los encuestados no pudieron terminar los cursos de inglés. Esto nos va a ayudar a poder evitar aquellas cosas con las cuales los estudiantes no se sienten cómodos y así lograr mayor aceptación entre la población. El 48% fue sin responder ya que hay aproximadamente un 44% de los encuestados que no han estado en cursos de inglés. Una fuerte razón por la cual no han podido terminar los cursos es económica con 15%. Esto se debe a que muchas de las academias de inglés tienen un alto costo que es muy difícil de pagar cuando se es de escasos recursos. El tiempo es la mayor razón (26%) por la cual los cursos de inglés quedan inconclusos. El 10% concuerda con que muchas academias no brindan un buen servicio y los estudiantes terminan saliéndose de las clases porque no están satisfechos con la enseñanza brindada. Algo que nos llamó mucho la atención fue el hecho que solamente 1% de 100 muestras contesto que continúa con sus cursos de inglés.

Lo que se puede concluir del análisis de la encuesta es que hay una gran relación entre el interés que tiene una persona por estudiar inglés y su opinión acerca del hecho que saber inglés si le permite a uno llegar a obtener un mejor trabajo o mejores oportunidades de trabajo. Hubo un pequeño porcentaje que mostró no tener interés en aprender el idioma pero aun así piensan que saber inglés es fundamental para poder tener mejores oportunidades en el ámbito laboral. Hubo muchos factores que pudieron haber influenciado el resultado de estas encuestas como lo son el ambiente donde fueron administradas y la actitud de la persona a la que fue administrada. Por ejemplo, algunos de los que contestaron estaban en sus horas de trabajo; por lo tanto, pudieron haber contestado las preguntas en apuro sin verdaderamente pensar si esa sería la respuesta adecuada. La actitud de algunas personas también tuvo mucho que ver porque habían algunos que verdaderamente no están interesados en llenar la encuesta por lo tanto sus respuestas no fueron pensadas y pierden un poco de credibilidad. A pesar de todos los inconvenientes, el resultado es positivo para Nicaragua Bilingüe y el futuro crecimiento de la empresa.

### 3.10. Publicidad

#### Logo

El logo de Nicaragua Bilingüe fue diseñado para expresar el dominio de un nuevo idioma, en este caso el idioma inglés. Contamos con dos tipos de logos, uno vertical y otro horizontal. El logo intenta enfocarse no sólo en la parte gramatical del idioma sino en la fluidez y dominio del habla a través de la simulación de un soplo de viento. Se utilizaron colores llamativos para capturar la atención de nuestros clientes potenciales y reflejar un ambiente dinámico en el que se impartirán los cursos.



*Figura 3: Logo vertical*



**NICARAGUA  
BILINGÜE**

*Figura 4: Logo horizontal*

**Slogan**

*“Educando a la población, cambiando vidas”*

Con nuestro slogan queremos transmitir a la población que la educación es el elemento primordial para superarse profesionalmente. Asimismo, queremos manifestar el propósito de Nicaragua Bilingüe: apoyar a nuestros estudiantes no sólo enseñándoles un nuevo idioma sino también motivándolos a construir su futuro y enseñándoles las diferentes maneras en las que pueden hacer uso del inglés.

**Posters**

La primera parte de publicidad para Nicaragua Bilingüe consta de posters colocados en puntos estratégicos donde puedan ser vistos por nuestros clientes potenciales. Algunos de los lugares en donde estarán ubicados estos posters serán diferentes universidades como UNAN, UNICIT, etc. Se colocarán alrededor de cinco posters en las universidades para así lograr mayor reconocimiento.

Los posters cuentan con la información necesaria que cualquier cliente potencial se preguntaría. Este poster también lista los números de contacto, horarios, correo electrónico, etc. Las medidas para estos posters serán de 11 x 17 pulgadas.



**NICARAGUA BILINGÜE**

**Ofrecemos Cursos de Inglés a tan sólo US\$15!**

**Llámanos:**  
8382-2685  
8966-2085



**Horarios:**  
**Sábados:** 8:00am-12:00pm  
ó 1:00pm -5:00pm  
**Domingos:** 8:00-12:00pm

**E-mail:**  
nicaragua.bilingue@gmail.com

**Búscanos y dale Like!** 



Figura 5: Poster

## Mantas

Las mantas serán nuestro segundo método para lograr salir al mercado. Planeamos colocar tres mantas en tres lugares estratégicos. La ubicación de las tres mantas sería en los siguientes sectores: Barrio José Isaías Gómez, Rotonda de Metrocentro, Avenida Bolívar. Las mantas serán de dos colores diferentes; azul y blanco. Asimismo, brindan la información necesaria para contactarse en caso que uno esté interesado en los cursos de inglés. El tamaño de las mantas es de 3 metros x 1 metro.



**Cursos de Inglés**

**US\$15!**

Llámanos:  
Tel: 8382-2685  
8966-2085



**NICARAGUA  
BILINGÜE**

*Figura 6: Manta 1-Azul*



**Cursos de Inglés**

**US\$15!**

Llámanos:  
Tel: 8382-2685  
8966-2085



**NICARAGUA  
BILINGÜE**

*Figura 7: Manta 2-Blanca*



**Flyers**

Los Flyers son una forma más de darnos a conocer en el mercado. Se necesitan como mínimo cuatro meses para lograr tener una campaña publicitaria efectiva; por esto, planeamos la entrega de aproximadamente 450 flyers por un periodo de cuatro meses consecutivos. Para diferenciarnos de la competencia, hemos creado tres tipos diferentes de flyers para que se distribuya un tipo de flyer por mes; cada flyer con la información necesaria pero presentada de una manera totalmente diferente para así atraer la mayor cantidad de clientes posibles.

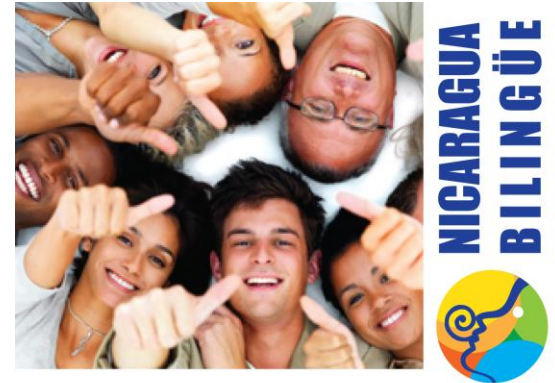


Figura 9: Flyer 2



Figura 8: Flyer 1



Figura 10: Flyer 3



Figura 11: Flyer 4

## Página de Facebook

Hemos creado una página de Facebook para que nuestros alumnos puedan contactarnos fácil y rápidamente. Esto permite que cualquier duda que tengan nuestros alumnos o demás interesados pueda ser aclarada a través de un simple mensaje. Nuestra página también cuenta con el logo de la empresa como foto de perfil para que las personas nos puedan identificar. En la página se encuentra toda la información de importancia para los interesados tales como la mensualidad, la dirección, número de teléfono y el material de estudio que serán los libros Essential American English de Richmond.

En una de nuestras fotografías de portada tenemos el dicho “La educación no es un gasto, es una inversión” ya que es el mensaje que queremos transmitir a la población; queremos que las personas abran sus mentes a un mundo de posibilidades y piensen en el impacto económico que esto tendría en sus vidas a largo plazo. La fotografía de portada actual es el logo horizontal de Nicaragua Bilingüe.



Figura 12: Página de Facebook

Anuncio en Revista Cinematográfica



The advertisement collage includes the following elements:

- Dr. Gabriel Borgen A.:** Ortopodista y Ortopedista Maxilar. Instituto Nacional de Ortodoncia y Ortopedia Maxilar, Juasco, México. Teléfono: 2266-2051. Atención a niños a partir de los 6 años. Rotonda El Güegüense 200 mts. este, frente al costado norte de Bancentro Bolonia.
- Dr. Gutiérrez:** Odontóloga Integral. Descuida tu Salud Bucal por falta de tiempo? Nosotros nos adecuamos a tu horario!! Servicios: Endodoncias, Implantes Dentales, Blanqueamiento, Estética, Cirugías, Periodoncia.
- Paquete Especial Mamá:** 5 pasos. Galería Sto. Domingo, 1er. PISO - 2276-5229.
- FLORI:** Muebles para Exteriores e Interiores. Feliz Día de la Madre. Descuentos todo el mes de mayo. Pisco Parí, segunda piso, Maricao 18. Tel: 8274-9192. Contacto: floribon@flori.com
- Weight Loss:** Especiales Mayo. Citas: 2266-8813 / 8888-2024. Rotonda El Güegüense 1c. Lago, 3c. Amba.
- Las Brasas:** Sorprenda en Restaurante Las Brasas este 30 de mayo. ¡Para ti! ¡Para él! ¡Para él! ¡Para ella! ¡Para él! ¡Para ella!
- Total Gym:** Sigue tu entrenamiento. 15% descuento en membresías apartir de 3 meses y masajes.
- Fotos de Graduación:** Yo sí me tome mis fotos en: Special Moments.

**Nicaragua Bilingüe Contact Information:**  
 Ofrecemos Cursos de Inglés a tan sólo US\$15!  
 Tel: 8382-2685 • 8966-2085  
 Sábados: 8:00am-12:00pm ó 1:00pm-5:00pm  
 Domingos: 8:00-12:00pm

Figura 13: Anuncio en Revista Cinematográfica

Nicaragua Bilingüe contará con un anuncio en la revista cinematográfica para así poder llegar a más clientes potenciales. Este anuncio en la revista tendrá las medidas de 1.85 x 3.11 pulgadas. Tendrá los colores que caracterizan a nuestra escuela como el azul, naranja, verde, y amarillo. Lo más importante es que detalla la información necesaria para que las personas interesadas nos contacten.

## **4. PRODUCCION**

### **4.1. Descripción de cursos**

El plan de estudio estará basado en el conjunto de libros de Essential American English. Cada libro estará dividido en parte A y B de la manera expresada a continuación. Esto conformará un total de diez niveles a concluir.

El primer día de clases servirá como una clase introductoria en la cual se enseñarán cosas básicas como podemos ver a continuación:

#### **Introductory Class**

1. Alphabet
2. Numbers
3. Days of the week
4. Months
5. Personal Information
  - a. Name/Age
  - b. Address
  - c. Occupation
  - d. Family

El Segundo día se empezará con el primer libro “Beginner” y en la siguiente sección podemos ver cuáles son los temas que se abordaran en cada nivel.

#### **Level I: Beginner A**

##### **Unit 1**

- Indefinite Articles: a, an
- Adjective + noun
- Verb Be
- Wh-questions
- this, that, these, those
- Can/can't



## Unit 2

- Prepositions of time & place
- On, in
- Verb be (he, she, it)
- Who
- Possessive pronouns
- Simple present
- Questions & short answers
- Prepositions of time in, on, at

## Level II: Beginner B

### Unit 3

- Can for requests
- Let's + verb for suggestions
- Simple present (he, she, it)
- Affirmative forms
- Adverbs of frequency
- How many...?

### Unit 4

- Simple present
- Prepositions of time in, on
- Object pronouns
- Verb + -ing (for activities)
- How often?
- Prepositions of time at, in, on
- Prepositions of place & movement at, to

### Level III: Elementary A

#### Unit 1

- Simple Present
- Present Continuous
- A lot of, some, not any
- How much + singular and plural
- Which one(s)?
- There is/there are
- Many/lots/a lot of
- Prepositions of place
- Is there/are there?
- Countable and uncountable nouns

#### Unit 2

- Was/were
- There was/ there were
- Simple past (regular)
- Simple past (irregular)
- Simple past- negative
- Simple past: Wh-? Short answers

### Level IV: Elementary B

#### Unit 3

- Linking ideas: present and past
- How much/ how many?
- None. Some
- Can for ability
- Could/ couldn't
- Well/ very well/ a little
- Adjectives and adverbs
- He has... for description
- Adjective + noun
- Question information
- General fluency practice

#### **Unit 4**

- Have to/ don't have to/ had to
- Countable and uncountable nouns
- Some/ any
- Offering and inviting
- Why/ because
- Would you like to...?
- Let's...?
- Be going to + infinitive for plans
- How do you get to...?
- How long... take?
- How far...?
- Prepositions in questions
- Be going to + infinitive for plans

#### **Level V: Pre-Intermediate A**

#### **Unit 1**

- Be like
- Word order in questions
- Simple present and present continuous
- Present continuous for future
- Will/ won't and be going to
- Past continuous
- Should/ shouldn't
- Articles

#### **Unit 2**

- Comparatives
- Present perfect
- Too and enough
- Superlatives
- Superlatives and present perfect
- So/ such... that

**Level VI: Pre-Intermediate B**

**Unit 3**

- Must/ have to/ mustn't/ don't
- Have to
- Present perfect to join the past and the present
- Anybody/ everybody/ nobody/ somebody
- Who/ which/ that
- As... as
- Subject and object questions
- Phrasal verbs

**Unit 4**

- -ing form
- Will and might
- First conditional
- Much, a lot, a little, a bit + comparative
- Used to
- Verb + back

**Level VII: Intermediate A**

**Unit 1**

- Word order in questions
- Simple and continuous tenses
- Present perfect for experience
- For and since
- Questions with How long...?
- Present perfect with already/ just/ yet
- Every-/ some-/ any-/ no- + body/ one/ thing/ where
- Verbs with two objects
- Present perfect or Simple Past
- Ever/ never
- Articles and some/ any



## Unit 2

- Can/ could/ be able to/ managed to
- Must(n't)/ (don't) have to
- (all forms)
- How? Questions with adjectives/ adverbs
- Auxiliary verbs
- So/ neither
- Tag questions
- Should(n't)/ ought (not) to
- Comparing with adverbs

## Level VIII: Intermediate B

### Unit 3

- Present continuous or going to
- Will or going to for predictions
- Modals of deduction (present tense)
- Present perfect simple or continuous
- Zero and first conditionals
- Other future sentences with unless/ in case/ as soon as...
- Relative clauses with who/ which/ that/ where/ when/ whose

### Unit 4

- Passive voice (simple present)
- Other forms of the passive
- Second conditional for unreal/ unlikely situations
- Past perfect
- Reported speech
- Reported questions, requests and commands

**Level IX: Upper Intermediate A**

**Unit 1**

- Tense review (past, present and future)
- Phrasal verbs
- Narrative tenses
- Be used to
- Get used to
- Zero conditional
- First conditional
- Second conditional
- As vs like
- Future forms (will, going to, simple present, present continuous)

**Unit 2**

- Defining and non-defining relative clauses
- Tag questions
- Reported speech
- Reported questions
- Verb + infinitive
- And/ or
- Verb + gerund
- Simple future
- Future continuous
- Future perfect for predictions
- Past modals for speculation and obligation
- What + noun
- How + adjective

**Level X: Upper Intermediate B**

**Unit 3**

- Articles
- Indirect questions
- Present perfect
- Simple vs. present perfect continuous
- Wish and if only
- Third conditional
- More irregular past participles

**Unit 4**

- The future in the past
- Be (about) to..
- Quantifiers (much, many, little, a few etc.)
- The passive
- Mixed conditionals
- Making comparisons
- Linking phrases

#### 4.2. Material

El principal material de estudio tendrá como base los libros Essential American English de Richmond Publishing. El conjunto de libros está compuesto por cinco libros que llevarán al estudiante principiante a un nivel intermedio avanzado. Los libros están divididos de la siguiente manera:

1. Beginner
2. Elementary
3. Pre-Intermediate
4. Intermediate
5. Upper Intermediate



*Figura 14: Libros Essential American English*

Los libros de Essential American English fueron diseñados especialmente para adultos que quieren aprender inglés rápidamente. Como nuestro mercado objetivo consiste de personas que oscilan entre los 16 y 40 años, escogimos estos libros ya que se adaptan a nuestros clientes potenciales logrando así capturar su interés y atención. Los libros presentan los elementos esenciales de la gramática, habilidades y vocabulario a través de distintos temas contemporáneos que mantendrán al estudiante entretenido.

Cada uno de los libros consiste de 4 unidades. El plan de estudio contará de 10 niveles, cada nivel conformado de 2 unidades más un nivel adicional para quienes deseen tener una preparación para call centers. La duración de cada nivel será de 2 meses haciendo que el plan de estudio sea completado en un total de 20 meses más los 2 meses adicionales para la preparación para call centers.

Cada libro está dividido en libro de texto y libro de trabajo. El libro de texto incluye figuras, lecturas, y conversaciones y el libro de trabajo se enfoca en ejercicios relacionados con la gramática y vocabulario. Los libros también incluyen una unidad de CD-ROM que permite a los estudiantes practicar la pronunciación en sus casas y dedicarle el tiempo necesario a las partes en las que encuentren mayor dificultad.



Figura 15: Set de Libros

Este set de libros fue seleccionado cuidadosamente tomando en consideración muchos aspectos. Uno de los factores más importantes al escogerlos fue que estos libros están dirigidos específicamente a adultos, ya que queremos que nuestros estudiantes se sientan relacionados con los temas que abordan los libros. También otro factor que se tomó en cuenta fue el precio bajo de \$12.50 dólares que ya incluye el CD-ROM, haciendo que el precio del set completo sea de tan solo \$62.5. Nuestro objetivo era que los libros se adaptaran a los gustos e intereses de los estudiantes y por lo tanto se seleccionó este libro para impartir las clases de inglés.



Figura 16: Libro + CD

### 4.3. Profesores

Nicaragua Bilingüe es una academia comprometida con mantener la calidad en la enseñanza del idioma inglés, mediante técnicas innovadoras y clases interactivas. Es por esto que los profesores de Nicaragua Bilingüe son sumamente importantes para el éxito de esta escuela. Al contar con una mezcla de profesores nicaragüenses con un inglés avanzado y profesores americanos se le garantiza al alumno una enseñanza de calidad a un precio accesible.

Nicaragua Bilingüe empezará sus cursos de inglés con profesores completamente bilingües que se hayan sometido a diferentes exámenes administrados por la directora académica para ver el nivel de inglés que poseen. Se iniciarán las clases con dos profesores nicaragüenses que enseñarán el idioma durante los primeros cursos, del nivel 1 hasta el nivel 8.

A partir del nivel 9 hasta la culminación del curso, los alumnos de Nicaragua Bilingüe tendrán la oportunidad de tener como profesores a personas que tengan el inglés como su primera lengua. Tenemos contemplado en nuestro programa educativo realizar alianzas con programas de voluntariado internacional como Projects Abroad que están dispuestos a mandar personas comprometidas a enseñar inglés de una manera gratuita como parte de sus estudios o simplemente por pura voluntad.

El objetivo de esta alianza con esta organización, Projects Abroad, es brindarles a nuestros estudiantes la experiencia de interactuar y aprender de una persona que tiene el inglés como su lengua nativa. Esto no quiere decir que nuestros profesores nicaragüenses no estén calificados para esto, sino que queremos brindarles a nuestros futuros estudiantes las herramientas necesarias para que se desenvuelvan en cualquier país o en cualquier trabajo. Muchas veces pasa que los estudiantes aprenden el inglés solamente escuchando la pronunciación de personas que tienen el inglés como segunda lengua; esto puede llegar a crear un inconveniente al alumno en un futuro cuando tengan que lidiar con hablantes nativos ya que no tienen el oído acostumbrado para escuchar y poder entender bien a personas americanas que hablan el inglés de una manera rápida y de una manera que puede llegar a ser confusa para el estudiante. Por esto es que en Nicaragua Bilingüe queremos que nuestros alumnos al terminar sus cursos con nosotros estén preparados para poder llevar una conversación con una persona americana sin problema alguno de fluidez o comprensión.

Nicaragua Bilingüe está trabajando para lograr una alianza con la organización de voluntariado Projects Abroad. Esta organización tiene sus oficinas en el Reino Unido y cuenta con más de 20 años de experiencia en el ámbito de voluntariado. Projects Abroad empezó con personas que querían tomarse un descanso de los estudios o del trabajo y viajar a diferentes partes del mundo para ayudar a la gente del país. Projects Abroad no tiene un programa de voluntariado para Nicaragua, pero esperamos que al finalizar el año 2014, sean parte de la familia de Nicaragua Bilingüe.

Este programa de voluntariado funciona de la siguiente manera: personas de alrededor de todo el mundo aplican para ser mandados a cualquier parte del mundo para hacer distintas labores de voluntariado, siendo enseñar inglés lo que tiene más demanda. Estas personas pagarían una cierta cantidad de dinero de su propio bolsillo para venir a Nicaragua y tener esa experiencia de enseñar inglés a los estudiantes de Nicaragua Bilingüe. En esa cantidad de dinero que el voluntario le paga a las oficinas de Projects Abroad es para los gastos del voluntariado. Estos gastos son de comida, comida, transporte, seguro medico, etc. El período de tiempo por el cual vendría el voluntario es de un mes. Los voluntarios no solo vendrían a trabajar pero también tendrían el tiempo suficiente para poder descubrir y explorar todas las maravillas que Nicaragua les ofrece.



Además de contar con la participación de los profesores voluntarios provenientes de Projects Abroad, Nicaragua Bilingüe contará con la colaboración de alumnos de intercambio que vienen de otros países con un excelente inglés a estudiar a la Universidad Americana. Este programa de intercambio se llama International Student Exchange Program (ISEP) y consiste en estudiantes de diferentes países que vienen a



Nicaragua a estudiar en UAM por un periodo de un semestre o dos. La idea es que los estudiantes de intercambio que estén dispuestos a trabajar como profesores voluntarios de inglés, lo hagan en conjunto con Nicaragua Bilingüe. La idea ya fue presentada a la coordinadora de programas internacionales de la Universidad America, Mary Helen Espinoza, para así presentarles la idea a los estudiantes de intercambio; esto permitirá que Nicaragua Bilingüe pueda contar con ellos como invitados especiales y brindar a nuestros alumnos más práctica en el idioma.

#### **4.4. Metodología**

Nuestro objetivo como academia de inglés es lograr transmitir nuestros conocimientos a los estudiantes para que desarrollen todas las habilidades del idioma como lo son la expresión oral, la comprensión oral, la expresión escrita y comprensión escrita. Para poder cumplir con estos objetivos decidimos que lo más pertinente es optar por una metodología interactiva y personalizada.

La metodología interactiva involucra a los estudiantes en la clase y a la vez hace la clase más entretenida y participativa. Los profesores fomentarán el diálogo y el debate por parte de los estudiantes. Esto hace que la expresión oral se vaya mejorando y que los alumnos aprendan a formar ideas y expresarlas oralmente.

La intención es mantener un ambiente de respeto y ayuda mutua para que los alumnos se sientan animados a participar sin restricciones. Se indicará que todas las ideas deben respetarse y valorarse tanto por parte de los profesores como de los alumnos. Tener una interacción positiva llevará al estudiante a desarrollar la expresión oral desde una etapa temprana en el proceso de aprendizaje, lo cual tiende a ser el mayor reto a la hora de aprender un idioma.

El punto de una metodología personalizada es comprender que cada uno de los estudiantes es una persona original, única y con capacidades diferentes. El profesor deberá establecer una relación de comprensión y empatía con cada alumno y a nivel individual y cooperará con los estudiantes tanto a nivel grupal como individual. Se reconocerá que además de ser un grupo de clase, también los alumnos son personas individuales y se atenderá a las necesidades, dudas y preocupaciones de cada uno. Para hacer esto posible, se debe tener un límite en el número de estudiantes por clase, el cual será de 20 alumnos.

Como parte de una educación personalizada, el profesor se asegurará de reconocer las fortalezas de los estudiantes para así desarrollarlas; al mismo tiempo deberá reconocer las debilidades para poder superarlas y ayudar al estudiante en los aspectos que más se le dificultan.

Una parte primordial de una metodología personalizada es reconocer que no todos los alumnos avanzan al mismo ritmo. Por lo tanto el profesor solo avanzará hasta que todos los estudiantes estén claros del tema siendo estudiado. El profesor se enfocará en esos alumnos con dificultades y también tratará de aclarar dudas en momentos libres tales como recesos o después de la clase para así no retrasar tanto a los demás estudiantes.

Creemos que la combinación de una metodología interactiva y personalizada es primordial para la enseñanza de un nuevo idioma. Es la manera más efectiva para que los alumnos aprendan todas las habilidades que un idioma requiere y por ende ha sido escogida por Nicaragua Bilingüe.



**4.5. Turnos**

NUMERO DE TURNOS	Año 1					
	Mes 1-2	Mes 3-4	Mes 5-6	Mes 7-8	Mes 9-10	Mes 11-12
Nivel I	5	1	1	1	1	1
Nivel II	0	5	1	1	1	1
Nivel III	0	0	5	1	1	1
Nivel IV	0	0	0	5	1	1
Nivel V	0	0	0	0	5	1
Nivel VI	0	0	0	0	0	5
Nivel VII	0	0	0	0	0	0
Nivel VIII	0	0	0	0	0	0
Nivel IX	0	0	0	0	0	0
Nivel X	0	0	0	0	0	0
Call Center Prep.	0	0	0	0	0	0
<b>Total de Turnos</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>

La tabla anterior detalla el número de turnos que serán ofrecidos durante el primer año de operaciones. La compañía empezará únicamente con nivel I ofreciendo un total de 5 turnos semanal durante los meses 1-2. Serán 5 turnos por 2 meses porque se necesitan de 2 meses para completar un nivel. Ya que los estudiantes que se encontraban en nivel I en los meses 1 y 2 pasaron a nivel II, durante los meses 3-4 se abrirán los mismos 5 turnos pero para nivel II. El incremento de un turno cada dos meses se debe a que se abrirá un turno para cada nivel inferior a la referencia (5 turnos). El año terminará con un total de 10 turnos; los niveles I-V recibirán un turno semanal, mientras que se abrirán 5 turnos para nivel VI.

Año 1	Distribución de Turnos	Sab am	Sab pm	Dom am	Total Turnos	Profesores
	Mes 1-2		2	2	1	<b>5</b>
Mes 3-4		3	2	1	<b>6</b>	3
Mes 5-6		4	2	1	<b>7</b>	4
Mes 7-8		5	2	1	<b>8</b>	5
Mes 9-10		6	2	1	<b>9</b>	6
Mes 11-12		7	2	1	<b>10</b>	7

La distribución de turnos se hará en base a tres horarios. Los horarios son los días sábados de 8am-12pm y de 1pm-5pm; también se abrirá un turno los días domingo de 8am-12pm. Puede haber más de un turno para un solo horario; este el caso de los sábados por la mañana, ya que este horario es el más demandado. Por ejemplo, en el mes 7-8 habrán 5 grupos de alumnos recibiendo clase simultáneamente de 8am-12pm. El mayor número de turnos en un solo horario nos dará el número de profesores necesarios para cubrir todos los turnos.

Ver tablas completas de turnos en ANEXOS-TURNOS

## 5. ORGANIZACIÓN

### 5.1. Objetivos de organización

- Asignar las diferentes tareas y responsabilidades a cada uno de los empleados de Nicaragua Bilingüe para mantener la eficiencia y asegurarse que todas las actividades sean completadas.
- Brindar la correcta capacitación a los profesores para que estos puedan desarrollar las lecciones de clase de forma adecuada.
- Desarrollar una relación de cooperación entre todos los miembros de la empresa y que tengan la habilidad de trabajar en equipo.
- Lograr que cada nivel de la empresa pueda responder a los diferentes inconvenientes o situaciones que se presenten sin que sea necesario la intervención de la gerencia general para lograr soluciones rápidas y efectivas.

### 5.2. Organización de cargos



### 5.3 Funciones generales y específicas

#### Gerente General

La gerente general será el centro de Nicaragua Bilingüe. Estará encargada de asegurarse que todo esté en orden y que todas las funciones de la compañía se estén implementando adecuadamente.

Celia Porras, gerente general, estará a cargo de las actividades básicas que se necesitan para lograr que la empresa opere sin problemas. Entre las funciones específicas de la gerente se encuentran las siguientes: contratar nuevos profesores, darle seguimiento al progreso de los profesores, y revisar que los asesores de marketing y finanzas estén cumpliendo con sus obligaciones.

#### Directora Académica

La función principal de la directora académica, Scarleth Roque, es la elaboración del plan de estudio y el material a usar. Debe coordinar con los profesores como serán impartidas las clases y que lecciones deben cubrirse en cada periodo de clase.

La directora académica es la encargada principal en cuanto a las clases y sirve de apoyo a los profesores en cualquier duda que tengan relacionada con temas de clase. También está encargada de proveer la capacitación a los profesores nuevos.

#### Asesor de finanzas

Su responsabilidad es asesorar a la gerente general en los asuntos financieros de la compañía. Julio Chavarría está a cargo de mantener el balance general positivo, registrar el efectivo entrante y saliente, y asegurarse de que todo esto se refleje en los estados de cuenta de la empresa.

Julio Chavarría lleva la contabilidad de la empresa y por ende debe mostrar a la gerente general el progreso de la misma. Su deber es presentar informes para garantizar que la empresa está generando ganancias y también proyectar las ganancias futuras.

## Asesor de marketing

Las funciones del asesor de marketing, Jorge Arauz, son especialmente fundamentales al inicio de esta empresa, no obstante él deberá continuar implementando la publicidad y el reconocimiento de Nicaragua Bilingüe. Para atraer clientes Jorge implementará una campaña publicitaria agresiva utilizando medios como flyers, mantas, anuncios en revistas, etc.

Jorge tiene como responsabilidad encontrar métodos innovadores para atraer clientes. Semanas previas de la apertura de un nuevo curso, se le deberá dar publicidad para que los interesados se enteren de las fechas de inscripción y mantener el crecimiento de la empresa.

## Asistente

El asistente tendrá cargos como el de atender a los clientes, recibir los pagos mensuales de los estudiantes y formular recibos. Apoyará a la gerente general en cualquier función que necesite. También estará encargado de llevar el record de los estudiantes que estén inscritos en los cursos.

El asistente debe manejar toda la información relacionada con Nicaragua Bilingüe y especificaciones de los cursos para poder contestar las dudas de las personas que llamen interesadas en los cursos. El asistente también debe estar pendiente de que todos los alumnos cumplan con sus pagos; si este no es el caso, él deberá contactar a aquellos estudiantes que no están solventes con la mensualidad para que se pongan al día con los pagos.

## Profesores

Los profesores son la clave del éxito ya que son ellos los que brindarán la enseñanza por las cual nuestros clientes están pagando. Ellos tienen como responsabilidad transmitir sus conocimientos a los alumnos y aclarar cualquier duda para que ellos puedan aprender inglés.

Los profesores tienen que llegar a conocer a cada uno de sus estudiantes y saber cuales son sus dificultades. Deben hacer su mejor esfuerzo por mantener a todos los estudiantes al mismo nivel para que la clase no se atrase. Además de dar la clase, los profesores deben de calificar a los estudiantes y pasar las calificaciones a la gerente general.

### **5.3. Proceso de selección**

Cada vez que se necesiten nuevos profesores publicaremos la vacante en el periódico, en la sección de clasificados. Indicaremos el correo electrónico al cual los interesados deberán enviar sus currículos. El proceso de selección se hará en base a la educación de aquellos que tengan más experiencia con el idioma. . Nicaragua Bilingüe desea contratar a personas que tengan excelente gramática y pronunciación; por lo tanto, las personas que aprendieron inglés en colegios bilingües tendrán prioridad ya que han sido expuestos al idioma por mucho más tiempo y su aprendizaje ha sido profundizado. Los mejores candidatos serán llamados para una entrevista.

La entrevista será realizada por la gerente general y se llevará a cabo en inglés para comprobar la competencia del entrevistado en el idioma. Después de la entrevista se realizará una prueba escrita administrada por la directora académica para comprobar que la persona tiene habilidades en el idioma en la parte oral y también en la parte escrita.

Al finalizar las pruebas se analizarán los resultados para ver quien está mejor preparado para enseñar inglés en base al puntaje conseguido. Además de tener en cuenta el nivel de inglés de la persona, se tomará en cuenta también la personalidad de la misma ya que nuestros profesores deben contar con la habilidad de poder desenvolverse con todo tipo de personas y sentirse cómodos interactuando con los alumnos. Se procederá a seleccionar a los candidatos que cuenten con todos estos requisitos y así asegurarnos que estamos seleccionando a los mejores profesores.

### **5.4. Proceso de contratación**

Una vez finalizado el proceso de selección se les extenderá la oferta de trabajo a los profesores seleccionados. Se les explicará las diferentes normativas de la compañía y las especificaciones que deben de seguir. Se señalará asimismo que nuestros profesores serán pagados por cada hora trabajada lo cual significa que el salario variará dependiendo de las horas que trabaje el profesor al mes. El contrato entre Nicaragua Bilingüe y el empleado se extiende hasta que la empresa desee terminar la relación laboral con el empleado o el empleado desee irse por su propia voluntad. Una vez que esté listo el contrato, este será firmado por el Gerente General y el empleado.

Ver formato de contrato en ANEXOS-ORGANIZACIÓN

### 5.5. Capacitación del personal

Una vez que se haya contratado a los que formarán parte del equipo de profesores de Nicaragua Bilingüe se procederá al entrenamiento y capacitación. Este será un proceso de dos semanas que se realizará lunes, miércoles y viernes y será conducido por la directora académica. El primer día se tocarán temas como la misión de la compañía, nuestro propósito, y principalmente la metodología. Se les explicará a los futuros profesores lo que esperamos de ellos, que es básicamente que cumplan creando un ambiente de clase dinámico e interactivo y que logren conocer a cada uno de sus estudiantes.

En el segundo día la directora académica hará una simulación de lo que se espera de un profesor a la hora de dar la lección de clase. Ver como la directora académica dirige la clase le enseñará al profesor cuales son los pasos que debe seguir. También un aspecto muy importante en el que se enfatizará será el mayor uso de inglés posible. Es primordial que desde los primeros niveles se instruya la clase en inglés. Aunque los alumnos no tengan ningún conocimiento del idioma esto es posible a través de ejemplos ya que muchas cosas pueden ser entendidas por contexto y eso ayudará al alumno a desarrollar una gran comprensión del idioma, aún cuando se trata de palabras desconocidas.

Al tercer día el profesor deberá llevar preparada su clase para exponerla a la directora académica y ver como se desenvuelve a la hora de explicar la lección. Se le motivará al profesor a ser lo más dinámico posible y también ser alguien en quien los alumnos podrían tener confianza. Esto se logrará haciendo que el profesor se relacione con los estudiantes y hable de diferentes temas con ellos aún cuando no estén relacionados con la clase.

En la segunda semana de la capacitación el profesor seguirá enseñando diferentes lecciones y la directora académica en conjunto con la gerente general simularán ser las estudiantes. Ellas pondrán al profesor ejemplos de lo que puede pasar en una clase real. Por ejemplo, un alumno que hace la misma pregunta varias veces porque no le entiende al tema. Esto permitirá que el profesor se vaya familiarizando con los obstáculos que usualmente se encuentran en un aula de clase y así irá adquiriendo paciencia y comprensión hacia sus estudiantes.

Básicamente, el punto de la capacitación es lograr que el profesor se sienta cómodo dando clases y que aprenda a mantener a los estudiantes involucrados en la clase. Asimismo, se pretende que el profesor se adapte a las diferentes situaciones que se presentan en un aula de clase para que así desarrolle valores como la paciencia, el respeto, etc. Por último, el entrenamiento enseñará al profesor como llevarse bien con los estudiantes para que se pueda crear un ambiente de clase agradable.

## 5.6. Administración de sueldos

*Tabla 18: Salarios Administrativos*

	Salarios Año 1-4	Salarios Año 5
<b>Directora Académica</b>	\$ 250.00	\$ 300.00
<b>Gerente General</b>	\$ 300.00	\$ 350.00
<b>Asistente</b>	\$ 140.00	\$ 190.00

La tabla anterior muestra los salarios administrativos de Nicaragua Bilingüe. Durante los primeros cuatro años de la empresa, los salarios administrativos mensuales serán lo siguiente: la directora académica ganará \$250 mensuales, la gerente general \$300 mensual, y el asistente \$140 mensual. Es fundamental mencionar que estas personas que cumplen con las funciones administrativas solamente trabajan los fines de semana; es por esto que el salario que reciben mensualmente no es tan elevado. A partir del año cinco, gracias al crecimiento de Nicaragua Bilingüe, habrá un incremento en el salario administrativo de \$50. Por lo tanto, en el año 5, la directora académica ganará un total de \$300, la gerente general ganará \$350, y el asistente estará ganando \$190.

*Tabla 19: Salarios profesores*

<b>\$3.70</b>						
<b>SALARIOS (Profesores)</b>	<b>Año 1</b>					
	<b>Mes 1-2</b>	<b>Mes 3-4</b>	<b>Mes 5-6</b>	<b>Mes 7-8</b>	<b>Mes 9-10</b>	<b>Mes 11-12</b>
<b>Turnos</b>	5	6	7	8	9	10
<b>Horas (4)</b>	20	24	28	32	36	40
<b>Semanal</b>	\$ 74.00	\$ 88.80	\$ 103.60	\$ 118.40	\$ 133.20	\$ 148.00
<b>Mensual (4)</b>	\$ 296.00	\$ 355.20	\$ 414.40	\$ 473.60	\$ 532.80	\$ 592.00

Esta tabla refleja los salarios que estarán recibiendo los profesores durante el primer año de Nicaragua Bilingüe. Lo primero que hay que saber es que se les pagará \$3.70 la hora. El salario de un profesor depende de la cantidad de turnos que vaya a dar al mes y las horas que vaya a trabajar al mes. Por ejemplo, un profesor durante el primer y segundo mes tiene cinco turnos. Cada turno es de cuatro horas, por ende, las cuatro horas por cinco turnos dan un total de 20 horas trabajadas en los dos primeros meses. El salario semanal de este profesor sería entonces las 20 horas trabajadas por \$3.70, esto da un total de \$74 dólares ganados durante la semana. El salario mensual se calcula de la siguiente manera: como hay cuatro semanas en el mes, los \$74 ganados por semana se multiplican por las 4 semanas del mes. En este caso, el profesor estaría haciendo mensualmente la cantidad de \$ 296. A medida que el profesor va incrementando los turnos que va dando y las horas de clase que da, su salario va incrementando de la misma manera.

Ver proyecciones de salarios de profesores hasta los cinco años en ANEXOS-SALARIOS



## 6. MARCO LEGAL

Nicaragua Bilingüe será constituida como una sociedad anónima bajo el nombre de Nicaragua Bilingüe S.A. Los socios fundadores y propietarios de esta empresa son los siguientes:

- Celia Porras: Gerente General
- Scarleth Roque: Directora Académica
- Julio Chavarría: Asesor de finanzas
- Jorge Arauz: Asesor de marketing

Esta sociedad tendrá como domicilio legal la ciudad de Managua y su duración será de noventa y nueve años a partir del día de su inscripción, Viernes 24 de Mayo 2013. El capital social será de C\$20,000 aportado en partes iguales por los socios y esto se divide en 100 acciones de C\$200 cada una. De esto se determina que cada uno de los cuatro socios suscribe y paga 25 acciones.

Nicaragua Bilingüe S.A. ha sido constituida bajo los oficios notariales del abogado y notario público Francisco José Mayorga Zelaya. Esta empresa se constituyó como una sociedad anónima con el objetivo de que en caso de tener una deuda, los socios no tengan que responder con su patrimonio personal sino con la cantidad máxima del capital aportado al inicio de la empresa.

Ver escritura de sociedad anónima en ANEXO-LEGAL

## 7. FINANZAS

### 7.1. Introducción plan financiero

Nicaragua Bilingüe obtendrá ingresos por servicios profesionales de enseñanza. Cada estudiante de Nicaragua Bilingüe debe pagar \$15 de mensualidad; en caso que la persona pague en córdobas, se le aplicará la tasa de cambio oficial publicada mensualmente por el Banco Central de Nicaragua. La compañía tendrá como costo variable los salarios a los profesores, ya que estos están involucrados completa y directamente en el servicio. Los profesores tendrán un salario de \$3.7 la hora.

Los gastos operativos de la compañía incluyen la renta por el uso de la Universidad (Nicaragua Bilingüe no se hará cargo de pagos de luz, agua, etc.). Salarios administrativos pagados a la gerente general, a la directora administrativa, y al asistente administrativo. Gastos de publicidad y materiales también serán un egreso mensual; la compañía también tendrá la obligación de interés.

Esta es una breve introducción de cuáles serán los ingresos y egresos de la compañía; información vital para su planeamiento y administración. Este plan financiero detalla objetivos y procesos que la compañía ha creado para medir y estimar su productividad, rendimiento, solvencia, y liquidez.

## **7.2. Objetivos de finanzas**

### **Objetivos a Corto-Plazo**

- Superar la meta de \$15,000 de ingresos por servicio antes de finalizar el año 1.
- Alcanzar un flujo de efectivo positivo durante el primer año.
- Pagar nuestras obligaciones en tiempo y forma.

### **Objetivos a Mediano Plazo**

- Evaluar y analizar la compañía en base al rendimiento de los primeros años.
- Recuperar la inversión inicial antes del segundo semestre del año 2.

### **Objetivos a Largo Plazo**

- Finalizar el pago por el financiamiento al término del año 5.
- Aumentar el rendimiento de capital hasta un 40% de retorno.
- Continuar con las proyecciones futuras hasta llegar a 10 años.
- Incrementar las ventas por lo menos 10% en el año 5

### 7.3. Inversión inicial

La inversión inicial para arrancar el proyecto de Nicaragua Bilingüe es de \$ 3,297.33. Esta cantidad será financiada por un préstamo de \$ 2,481 que será pagado en un plazo de 5 años con una tasa de interés del 18%. El resto del dinero requerido será aportado por los 4 socios en cantidades iguales; 100 acciones comunes serán emitidas y serán repartidas equitativamente entre los 4 socios. Cada acción tendrá un valor de \$ 8.16. El monto inicial es el valor total de gastos legales, materiales, renta inicial, publicidad, equipos, y efectivo en mano.

*Tabla 20: Inversión inicial*

Inversión Inicial	
Legal	\$ 800.00
Libros	\$ 125.00
Renta Inicial	\$ 300.00
Material Inicial	\$ 72.33
Publicidad Inicial	\$ 500.00
Computadoras	\$ 1,000.00
Proyector	\$ 300.00
Efectivo en Mano	\$ 200.00
<b>Total Inversión</b>	<b>\$ 3,297.33</b>

#### 7.3.1. Efectivo en mano

La compañía empezara con una cantidad de \$200 en efectivo para cubrir cualquier gasto imprevisto. La compañía no será rentable e independiente los primeros meses, para poder cubrir cualquier obligación o gasto no planeado tendremos esta cantidad de efectivo en mano.

### 7.3.2. Equipos

Nicaragua Bilingüe tendrá como inversión inicial la compra de equipos electrónicos. Estos equipos son 2 computadoras portátiles para la administración del negocio, y un proyector para usarse como herramienta de enseñanza y ayuda visual. La depreciación de estos equipos fue calculada en línea recta tomando el valor del activo sobre su vida útil, que en este caso serán tres años para computadoras y proyectores.

*Tabla 21: Depreciación de equipos*

Depreciación Línea Recta (Equipo)	
Equipo (computadoras y proyector)	\$ 1,300.00
Vida Útil (años)	3
<b>Depreciación Anual</b>	<b>\$ 433.33</b>
<b>Depreciación Mensual</b>	<b>\$ 36.11</b>

### 7.3.3. Gastos pre pagados

Los gastos pre pagados incluyen renta de \$300, materiales de \$72, y una publicidad inicial de \$500. Estos gastos fueron pagados antes de iniciar el negocio porque los materiales tenían que ser adquiridos antes de empezar las clases. La renta exigía ser pagada antes de empezar a dar clases, y los volantes, mantas, rótulos, etc. serán colocados antes del día 1 de operaciones.

### 7.3.4. Libros

Los libros que se utilizarán en Nicaragua Bilingüe se comprarán una sola vez como inversión inicial. Los libros tendrán un costo de \$12.50 cada uno; se comprarán 5 libros ya que un libro contiene 2 niveles, en total serían \$125.

### 7.3.5. Legal

Los honorarios al notario y otros tipos de cargos legales sumaron un monto total de \$800. Este monto se paga una vez como gasto inicial, es parte de la inversión inicial porque la empresa tiene que estar legalizada antes de empezar el día 1.

#### 7.4. Financiamiento del proyecto

Nicaragua Bilingüe tendrá dos fuentes de financiamiento. La primera es capital aportado por los socios/fundadores; al iniciar el proyecto se emitirán 100 acciones con un valor de \$8.16 cada una. El patrimonio total sería \$816.33; cada socio posee 25 acciones de la compañía. El resto de la inversión inicial será financiado a través de deuda a largo plazo. Se hará un préstamo de \$2,481 que será pagado en 5 años con una tasa de interés del 18%.

##### 7.4.1. Patrimonio

*Tabla 22: Patrimonio y propietarios*

NICARAGUA BILINGUE S.A.		
Patrimonio y Propietarios		
Socio/Accionista	Acciones Comunes*	Valor Total
<b>Jorge Aráuz</b>	25	\$ 204.08
<b>Julio Chavarría</b>	25	\$ 204.08
<b>Celia Porras</b>	25	\$ 204.08
<b>Scarleth Roque</b>	25	\$ 204.08
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>\$ 816.33</b>

\* Cada acción tiene un valor par de \$8.16

##### 7.4.2. Deuda a largo plazo

*Tabla 23: Amortización del préstamo y detalles*

NICARAGUA BILINGUE S.A.						
Tabla de Amortización						
Año	Saldo Inicial	Intereses	Principal	Cuota	Saldo Final	
<b>1</b>	\$ 2,481.00	\$ 446.58	\$ 346.79	\$ 793.37	\$ 2,134.22	
<b>2</b>	\$ 2,134.22	\$ 384.16	\$ 409.21	\$ 793.37	\$ 1,725.01	
<b>3</b>	\$ 1,725.01	\$ 310.50	\$ 482.87	\$ 793.37	\$ 1,242.14	
<b>4</b>	\$ 1,242.14	\$ 223.58	\$ 569.78	\$ 793.37	\$ 672.35	
<b>5</b>	\$ 672.35	\$ 121.02	\$ 672.35	\$ 793.37	\$ 0.0	

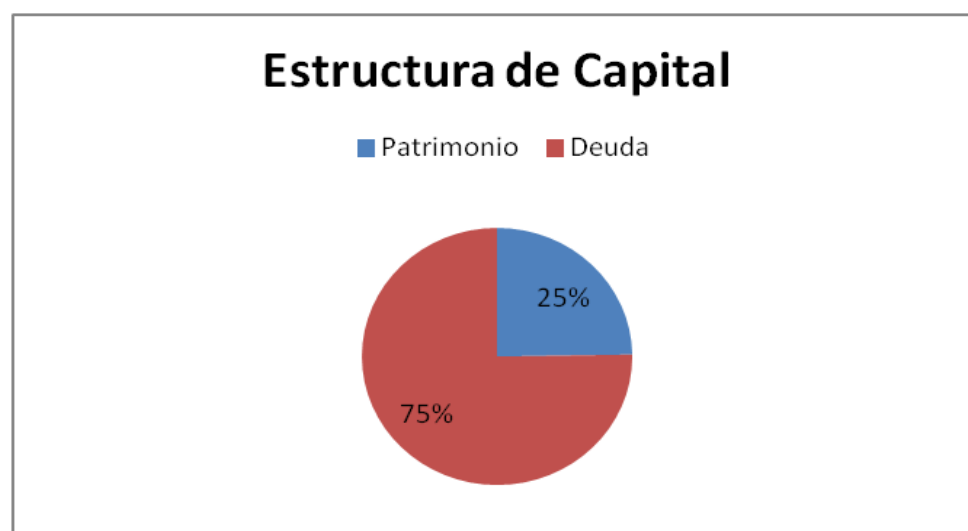
*Tabla 24: Detalles del préstamo*

<b>Detalles del Préstamo</b>	
<b>Saldo Inicial</b>	<b>\$ 2,481.00</b>
Tasa de Interés	18%
No. de Pagos	5
<b>Cuota Anual</b>	<b>\$ 793.37</b>
Cuota Mensual	\$ 66.11
Total Intereses	\$ 1,485.85
<b>Deuda Total</b>	<b>\$ 3,966.85</b>

### 7.4.3. Estructura de capital

*Tabla 25: Estructura de capital*

<b>NICARAGUA BILINGUE S.A.</b>	
<b>Estructura de Capital</b>	
<b>Patrimonio</b>	\$ 816.33
<b>Deuda</b>	\$ 2,481.00
<b>Total</b>	\$ 3,297.33



Los gráficos anteriores nos muestran como está estructurado el capital de la empresa. La deuda ocupa un 75% de todo el capital de la empresa, y el patrimonio ocupa solamente el 25%. La estructura se ve bastante razonable ya que no hay una excesiva cantidad de deuda al comienzo del proyecto. 75% de deuda es un poco alto pero no es alarmante de ningún modo.

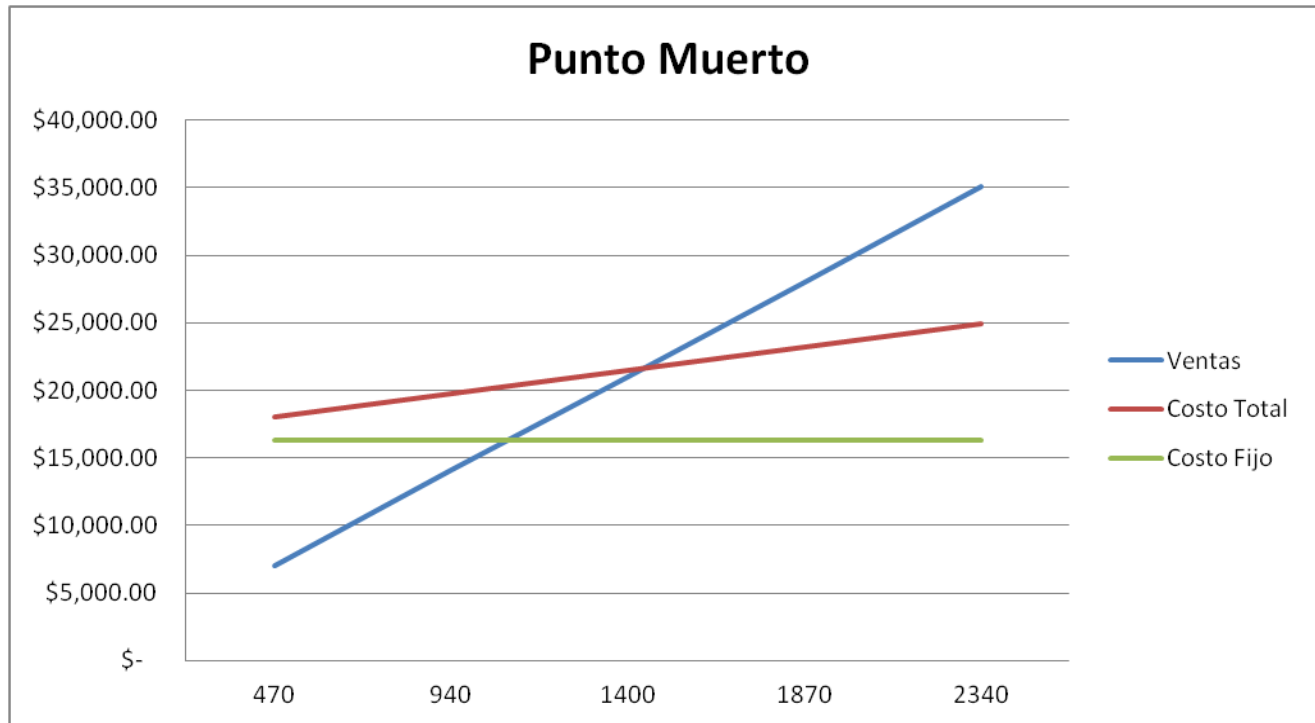
Utilizamos razones financieras para medir el endeudamiento de la compañía, para así tener una mejor idea de lo que la deuda representa para la empresa. Se utilizó la razón de endeudamiento y la razón de pasivo-capital. La razón de endeudamiento mide la proporción de deuda en relación a los activos. Un valor mayor que 1 significa que la compañía tiene más deuda que activos, y si es menor que 1 significa que tiene más activos que deuda. En el caso de Nicaragua Bilingüe, la deuda no supera a los activos durante el año 1, lo cual es una buena señal. La razón pasivo-capital mide el nivel de pasivos (largo plazo) comparado con el de capital. Nicaragua Bilingüe saca un 2.6, lo que confirma que ha financiado más a través de deuda.

	Año 1	Ideal
Razón de Endeudamiento	<b>0.72</b>	<b>1</b>
Razón Pasivo-Capital	<b>2.60</b>	<b>2.0 a 0.5</b>



### 7.5. Análisis punto muerto

*Gráfico 7: Punto Muerto*



Unidades	470	940	1400	1870	2340
Ingresos	\$ 7,050.00	\$ 14,100.00	\$ 21,000.00	\$ 28,050.00	\$ 35,100.00
Costo Total	\$ 18,032.19	\$ 19,771.19	\$ 21,473.19	\$ 23,212.19	\$ 24,951.19
Costo fijo	\$ 16,293.19	\$ 16,293.19	\$ 16,293.19	\$ 16,293.19	\$ 16,293.19
Costo Variable	\$ 1,739.00	\$ 3,478.00	\$ 5,180.00	\$ 6,919.00	\$ 8,658.00

El gráfico anterior es una representación visual del punto en que las ventas son iguales que los costos. Cualquier punto arriba del punto es una ganancia para la empresa; cualquier punto por debajo del punto muerto es una pérdida. El gráfico ilustra el punto muerto de Nicaragua Bilingüe durante el año 1, y nos revela que Nicaragua Bilingüe tiene que vender 1,400 unidades con ingresos de \$22,212 para poder tener un margen bruto de 0.

## 7.6. Flujo de efectivo proyectado

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO (USD)						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Efectivo Inicial en Caja</b>		\$ 200.00	\$ 294.47	\$ 797.25	\$ 1,453.64	\$ 1,924.23
Inversión Inicial	\$ (3,097.33)					
Capital Preoperativo	\$ (200.00)					
Inversion Total	\$ (3,297.33)					
<b>Ingresos</b>						
Ventas Totales		\$ 21,630.00	\$ 24,750.00	\$ 25,500.00	\$ 26,550.00	\$ 30,600.00
Total Ingresos		\$ 21,630.00	\$ 24,750.00	\$ 25,500.00	\$ 26,550.00	\$ 30,600.00
<b>Total de Efectivo Disponible</b>		\$ 21,830.00	\$ 25,044.47	\$ 26,297.25	\$ 28,003.64	\$ 32,524.23
<b>Egresos</b>						
Costos de Venta		\$ 5,328.00	\$ 6,512.00	\$ 6,630.40	\$ 6,985.60	\$ 8,051.20
Renta		\$ 3,786.00	\$ 4,875.53	\$ 4,875.53	\$ 4,875.53	\$ 4,875.53
Mercadeo y Publicidad		\$ 3,056.28	\$ 3,361.90	\$ 3,698.09	\$ 4,437.71	\$ 5,547.14
Materiales		\$ 231.00	\$ 242.55	\$ 254.68	\$ 267.41	\$ 280.78
Salario Admn		\$ 8,340.00	\$ 8,340.00	\$ 8,340.00	\$ 8,340.00	\$ 10,080.00
Intereses		\$ 446.58	\$ 384.16	\$ 310.50	\$ 223.58	\$ 121.02
Pago Impuesto sobre la Renta		\$ 0.88	\$ 121.87	\$ 251.54	\$ 379.78	\$ 470.88
Total Egresos		\$ 21,188.74	\$ 23,838.01	\$ 24,360.75	\$ 25,509.62	\$ 29,426.56
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	\$ (3,297.33)	\$ 641.26	\$ 1,206.46	\$ 1,936.50	\$ 2,494.02	\$ 3,097.68
Amortización Préstamo	\$ 2,481.00	\$ (346.79)	\$ (409.21)	\$ (482.87)	\$ (569.78)	\$ (672.35)
<b>Efectivo Final en Caja</b>		\$ 294.47	\$ 797.25	\$ 1,453.64	\$ 1,924.23	\$ 2,425.33
<b>Flujo Neto de Efectivo con Financiamiento</b>	\$ (816.33)	\$ 94.47	\$ 502.78	\$ 656.38	\$ 470.60	\$ 501.10

## 7.7. Análisis de rentabilidad

### 7.7.1. Valor Neto Actual y Tasa Interna de Retorno

Tasa Mínima Aceptable de Riesgo (TMAR):	14%
---	-----

<b>Análisis de Rentabilidad</b>	
Inversión Inicial	\$ (816.33)
Flujo de Efectivo Año 1	\$ 94.47
Flujo de Efectivo Año 2	\$ 502.78
Flujo de Efectivo Año 3	\$ 656.38
Flujo de Efectivo Año 4	\$ 470.60
Flujo de Efectivo Año 5	\$ 501.10
<b>Valor Neto Actual</b>	<b>\$ 635.34</b>
<b>Tasa Interna de Retorno</b>	<b>37.75%</b>

### 7.7.2. Periodo de Recuperación de la Inversión

<b>Periodo de Recuperación de Inversión</b>		
Año	Flujo de Efectivo	Flujo Acumulado
0	\$ (816.33)	\$ (816.33)
1	\$ 94.47	\$ (721.85)
2	\$ 502.78	\$ (219.07)
3	\$ 656.38	\$ 437.31
4	\$ 470.60	\$ 907.91
5	\$ 501.10	\$ 1,409.00
<b>PRI (en años)</b>	<b>2.33</b>	

VNA es de **\$635.34** por lo tanto la inversión es muy atractiva y rentable. La tasa interna de retorno (TIR) es de **37.75%**, esta cifra supera los 14% requerido por los inversionistas. El periodo de recuperación de inversión (PRI) es el tiempo que llevará a los inversionistas recuperar su inversión inicial. El PRI de la compañía es de **2.33 años**

**7.8. Estado de Resultados**

<b>NICARAGUA BILINGUE S.A.</b>						
Estado de Resultados						
Año 1-5						
Expresado en Dólares (USD)						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
<b>Ingresos por Servicios</b>	\$ 21,630.00	\$ 24,750.00	\$ 25,500.00	\$ 26,550.00	\$ 30,600.00	
<b>Costo de Venta</b>	\$ 5,328.00	\$ 6,512.00	\$ 6,630.40	\$ 6,985.60	\$ 8,051.20	
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 16,302.00</b>	<b>\$ 18,238.00</b>	<b>\$ 18,869.60</b>	<b>\$ 19,564.40</b>	<b>\$ 22,548.80</b>	
<b>Gastos</b>						
<b>Salarios administrativos</b>	\$ 8,340.00	\$ 8,340.00	\$ 8,340.00	\$ 8,340.00	\$ 10,080.00	
<b>Renta</b>	\$ 3,786.00	\$ 4,875.53	\$ 4,875.53	\$ 4,875.53	\$ 4,875.53	
<b>Mercadeo y Publicidad</b>	\$ 3,056.28	\$ 3,361.90	\$ 3,698.09	\$ 4,437.71	\$ 5,547.14	
<b>Materiales</b>	\$ 231.00	\$ 242.55	\$ 254.68	\$ 267.41	\$ 280.78	
<b>Depreciación</b>	\$ 433.33	\$ 433.33	\$ 433.33	\$ -	\$ -	
<b>Intereses</b>	\$ 446.58	\$ 384.16	\$ 310.50	\$ 223.58	\$ 121.02	
<b>Gastos Totales</b>	\$ 16,293.19	\$ 17,637.48	\$ 17,912.14	\$ 18,144.24	\$ 20,904.48	
<b>Utilidad Antes de Impuestos</b>	<b>\$ 8.81</b>	<b>\$ 600.52</b>	<b>\$ 957.46</b>	<b>\$ 1,420.16</b>	<b>\$ 1,644.32</b>	
<b>Impuesto sobre la Renta 30%</b>	\$ 2.64	\$ 180.16	\$ 287.24	\$ 426.05	\$ 493.30	
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 6.17</b>	<b>\$ 420.37</b>	<b>\$ 670.22</b>	<b>\$ 994.11</b>	<b>\$ 1,151.03</b>	

**7.9. Estado de situación financiera**

**NICARAGUA BILINGUE S.A.**

Estado de Situación Financiera

Año 1-5

Expresado en Dólares (USD)

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVOS</b>					
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	\$ 294.47	\$ 797.25	\$ 1,453.64	\$ 1,924.23	\$ 2,425.33
Gastos Pre pagados	\$ 872.33	\$ 872.33	\$ 872.3	\$ 872.3	\$ 872.3
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>\$ 1,166.80</b>	<b>\$ 1,669.58</b>	<b>\$ 2,325.97</b>	<b>\$ 2,796.56</b>	<b>\$ 3,297.66</b>
Equipo Electrónico	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00
Depreciación Acumulada	\$ (433.33)	\$ (866.67)	\$ (1,300.00)	\$ (1,300.00)	\$ (1,300.00)
Otros Activos No-Corrientes	\$ 925.00	\$ 925.00	\$ 925.00	\$ 925.00	\$ 925.00
<b>Total Activos No-Corrientes</b>	<b>\$ 1,791.67</b>	<b>\$ 1,358.33</b>	<b>\$ 925.00</b>	<b>\$ 925.00</b>	<b>\$ 925.00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 2,958.47</b>	<b>\$ 3,027.92</b>	<b>\$ 3,250.97</b>	<b>\$ 3,721.56</b>	<b>\$ 4,222.66</b>
<b>PASIVOS</b>					
Impuestos por Pagar	\$ 1.76	\$ 60.05	\$ 95.75	\$ 142.02	\$ 164.43
<b>Total Pasivos Corrientes</b>	<b>\$ 1.76</b>	<b>\$ 60.05</b>	<b>\$ 95.75</b>	<b>\$ 142.02</b>	<b>\$ 164.43</b>
Pasivo a Largo Plazo	\$ 2,134.22	\$ 1,725.01	\$ 1,242.14	\$ 672.35	\$ 0.01
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 2,135.98</b>	<b>\$ 1,785.06</b>	<b>\$ 1,337.88</b>	<b>\$ 814.37</b>	<b>\$ 164.44</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Acciones Comunes, \$8.16	\$ 816.33	\$ 816.33	\$ 816.33	\$ 816.33	\$ 816.33
Resultados	\$ 6.17	\$ 420.37	\$ 670.22	\$ 994.11	\$ 1,151.03
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ 6.17	\$ 1	\$ 1,096.76	\$ 2,090.87
<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$ 822.49</b>	<b>\$ 1,242.86</b>	<b>\$ 1,913.08</b>	<b>\$ 2,907.19</b>	<b>\$ 4,058.22</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 2,958.47</b>	<b>\$ 3,027.92</b>	<b>\$ 3,250.97</b>	<b>\$ 3,721.56</b>	<b>\$ 4,222.66</b>

**7.10. Indicadores Financieros**

NICARAGUA BILINGUE S.A. INDICADORES FINANCIEROS						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Ideal
<b>INDICADORES DE LIQUIDEZ Y SOLVENCIA</b>						
<b>Prueba Acida</b>	167.11	13.28	13.28	15.18	13.55	1
<b>Índice de Solvencia</b>	662.15	13.28	27.80	24.29	19.69	1
<b>Capital neto de Trabajo</b>	1165	737	1610	2230	2655	
<b>INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO</b>						
<b>Razón de Endeudamiento</b>	0.72	0.59	0.41	0.22	0.04	1
<b>Razón Pasivo-Capital</b>	2.60	1.44	0.70	0.28	0.04	1.5
<b>INDICADORES DE RENTABILIDAD</b>						
<b>Margen Bruto de Utilidad</b>	75%	74%	74%	74%	74%	
<b>Rendimiento de Activos (ROA)</b>	0.3%	30%	46%	41%	41%	
<b>Rendimiento del Capital (ROE)</b>	1%	41%	42%	41%	33%	
<b>Utilidad por Acción</b>	\$ 0.06	\$ 4.20	\$ 6.70	\$ 9.94	\$ 11.51	
<b>INDICADORES DE COBERTURA</b>						
<b>Cobertura de Gastos Financieros</b>	0.02	1.56	3.08	6.35	13.59	≥ 1.5

Los indicadores de liquidez y solvencia muestran una medida desproporcionada de liquidez. Esto se debe a la política de pago sólo en efectivo y hace que los ingresos de la compañía sean 99% en efectivo. También el número alto de liquidez se debe a que la deuda a corto plazo es mínima comparada a los activos de corto plazo.

Los indicadores de endeudamiento van disminuyendo con los años, esto se debe a que la empresa va pagando la deuda a largo plazo. Al disminuir la deuda, el porcentaje de patrimonio se hace mayor, y el indicador baja.

Los indicadores de rentabilidad muestran un rendimiento muy pobre en el primer año. Esto es normal para un negocio nuevo, pero se puede apreciar el salto del ROA y el ROE en el año 2, para después estabilizarse. Los indicadores de cobertura nos revelan la capacidad que tiene Nicaragua Bilingüe de pagar sus obligaciones. En el año uno el ratio salió menos que 1, quiere decir que la compañía tendrá muchas dificultades al pagar sus obligaciones de impuesto. Durante el año 2 este ratio llega a un nivel óptimo, y sigue incrementando positivamente.

## 8. ANEXOS

### 8.1. Turnos

	Distribución de Turnos	Sáb am	Sáb pm	Dom am	Total Turnos	Profesores
Año 1	Mes 1-2	2	2	1	5	2
	Mes 3-4	3	2	1	6	3
	Mes 5-6	4	2	1	7	4
	Mes 7-8	5	2	1	8	5
	Mes 9-10	6	2	1	9	6
	Mes 11-12	7	2	1	10	7
Año 2	Mes 1-2	7	2	0	9	7
	Mes 3-4	7	2	0	9	7
	Mes 5-6	7	2	0	9	7
	Mes 7-8	7	2	0	9	7
	Mes 9-10	7	2	0	9	7
	Mes 11-12	7	2	1	10	7
Año 3	Mes 1-2	7	1	1	9	7
	Mes 3-4	7	1	1	9	7
	Mes 5-6	7	1	1	9	7
	Mes 7-8	7	1	1	9	7
	Mes 9-10	8	1	1	10	8
	Mes 11-12	7	2	1	10	7
Año 4	Mes 1-2	7	1	1	9	7
	Mes 3-4	8	1	1	10	8
	Mes 5-6	8	1	1	10	8
	Mes 7-8	8	1	1	10	8
	Mes 9-10	7	1	1	9	7
	Mes 11-12	7	2	2	11	7
Año 5	Mes 1-2	7	2	1	10	7
	Mes 3-4	7	2	1	10	7
	Mes 5-6	7	3	1	11	7
	Mes 7-8	7	3	2	12	7
	Mes 9-10	7	3	2	12	7
	Mes 11-12	8	3	2	13	8

NUMERO DE TURNOS	Año 1						Año 2					
	Mes 1-2	Mes 3-4	Mes 5-6	Mes 7-8	Mes 9-10	Mes 11-12	Mes 1-2	Mes 3-4	Mes 5-6	Mes 7-8	Mes 9-10	Mes 11-12
Nivel I	5	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1
Nivel II	0	5	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
Nivel III	0	0	5	1	1	1	1	1	0	0	0	0
Nivel IV	0	0	0	5	1	1	1	1	1	0	0	0
Nivel V	0	0	0	0	5	1	1	1	1	1	0	0
Nivel VI	0	0	0	0	0	5	1	1	1	1	1	0
Nivel VII	0	0	0	0	0	0	4	1	1	1	1	1
Nivel VIII	0	0	0	0	0	0	0	4	1	1	1	1
Nivel IX	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	1	1
Nivel X	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	1
Call Center Prep.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	5
<b>Total de Turnos</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>10</b>

NUMERO DE TURNOS	Año 3						Año 4					
	Mes 1-2	Mes 3-4	Mes 5-6	Mes 7-8	Mes 9-10	Mes 11-12	Mes 1-2	Mes 3-4	Mes 5-6	Mes 7-8	Mes 9-10	Mes 11-12
Nivel I	4	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	3
Nivel II	1	4	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0
Nivel III	0	1	4	1	1	1	1	0	0	1	1	0
Nivel IV	0	0	1	4	1	1	1	1	0	0	1	1
Nivel V	0	0	0	1	4	1	1	1	1	0	0	1
Nivel VI	0	0	0	0	1	2	1	1	1	1	0	0
Nivel VII	0	0	0	0	0	1	4	1	1	1	1	0
Nivel VIII	1	0	0	0	0	0	1	4	1	1	1	1
Nivel IX	1	1	0	0	0	0	0	1	3	1	1	1
Nivel X	1	1	1	0	0	0	0	0	1	3	1	1
Call Center Prep.	1	1	1	1	1	3	0	0	0	1	3	3
<b>Total de Turnos</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>11</b>



NUMERO DE TURNOS	Año 5					
	Mes 1-2	Mes 3-4	Mes 5-6	Mes 7-8	Mes 9-10	Mes 11-12
Nivel I	3	1	2	4	1	1
Nivel II	2	3	1	2	3	1
Nivel III	0	2	3	0	2	3
Nivel IV	0	0	2	3	0	2
Nivel V	1	0	0	1	3	0
Nivel VI	1	1	0	0	1	3
Nivel VII	0	1	1	0	0	1
Nivel VIII	0	0	1	1	0	0
Nivel IX	1	0	0	1	1	0
Nivel X	1	1	0	0	1	1
Call Center Prep.	1	1	1	0	0	1
<b>Total de Turnos</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>13</b>

## 8.2. Organización

### Nicaragua Bilingüe CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO QUE CELEBRARAN, POR UNA PARTE Nicaragua Bilingüe EN LO SUCESIVO DENOMINADA "**LA EMPRESA**" REPRESENTADA POR Celia Ma. Porras Rodríguez EN SU CARÁCTER DE Gerente General Y POR OTRA PARTE \_\_\_\_\_ EN LO SUCESIVO DENOMINADO "**EL EMPLEADO**" AL TENOR DE LAS DECLARACIONES Y CLAUSULAS SIGUIENTES.

#### DECLARACIONES

"**LA EMPRESA**" Declara:

- a. Ser una sociedad anónima nicaragüense, constituida conforme a las leyes del país.
- b. Que tiene su domicilio en Costado Norte del Polideportivo España en el Barrio José Isaías Gómez
- c. Que con motivo de sus actividades requiere de una persona que desempeñe el puesto de \_\_\_\_\_.

"**EL EMPLEADO**" Declara:

- a. Ser de nacionalidad \_\_\_\_\_ por nacimiento, de \_\_\_\_ años de edad, estado civil \_\_\_\_\_ sexo \_\_\_\_\_ y con domicilio en \_\_\_\_\_.
- b. Ser de profesión \_\_\_\_\_ y poseer la experiencia necesaria y los conocimientos suficientes para desempeñar el puesto requerido.

#### CLAUSULAS

**PRIMERA:** Este contrato se celebra por tiempo indefinido.

**SEGUNDA:** El empleado se obliga a prestar sus servicios a la empresa desempeñando el puesto de \_\_\_\_\_, por el tiempo determinado que se convenga y tendrá todas las obligaciones que se deriven de este contrato y de la ley de los reglamentos de la empresa.

**TERCERA:** El empleado deberá prestar sus servicios con la honestidad y esmero apropiado en la forma que la empresa lo indique, ejecutando todas las labores que esenciales al puesto antes mencionado.

**CUARTA:** Se le proporcionará al empleado capacitación en los términos de los planes y programas de capacitación.

**QUINTA:** La empresa está en todo derecho de cambiar los sistemas de trabajo y la organización de sus labores. Por lo tanto, el empleado está obligado a obedecer y acatar cualquier orden relacionada con algún nuevo sistema o nuevas organizaciones; así como la rotación de turnos de clases y variación de días en que se les requerirá sus servicios.

**SEXTA:** Ambas partes acuerdan que la jornada de trabajo en la cual prestara sus servicios el empleado, no excederá los máximos legales en Nicaragua.

**SEPTIMA:** El empleado tendrá un día de descanso por cada seis días de trabajo.

**OCTAVA:** El empleado recibirá como salario base la cantidad de \_\_\_\_\_, que se pagara mensualmente en el domicilio de la empresa.

**NOVENA:** El empleado está obligado a no divulgar ni a servirse personalmente de los negocios de "La empresa". Así mismo, queda prohibido proporcionar a terceros, verbal o por escrito, información sobre los métodos y actividades de la empresa.

**DECIMA:** El empleado reconoce que todos los métodos enseñados, material de estudio, y cualquier otra forma de capacitación brindada por la empresa es propiedad exclusiva de la misma.

**DECIMO PRIMERA:** La empresa tiene todo el derecho a dar por terminado el presente contrato en cualquier momento si es que el empleado no esta cumpliendo con las obligaciones de su trabajo.

**DECIMO SEGUNDA:** Ambas partes acuerdan que estarán conforme a lo dispuesto por el Código del Trabajo de Nicaragua en todo aquello que no haya sido motivo de pacto expreso en este contrato.

EL PRESENTE CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO SE FIRMA POR AMBAS PARTES EN LA CIUDAD DE Managua, EL DIA \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
"La Empresa"

\_\_\_\_\_  
"El Empleado"

## Nicaragua Bilingüe Ficha de contratación

<b>Datos Personales</b>		Fecha:	
Apellidos:		Nombre:	
Edad:	Teléfono:		
Cédula de identidad:			

<b>Nivel de Estudios</b>		
Sin estudios _____	Bachiller _____	Universitarios _____
Trabajo actual:		Donde:

Experiencia Profesional				
Nombre de la empresa	Puesto	Fecha inicio	Fecha fin	Motivo fin

Nivel de inglés				
	Oral	Escrito	Comprensión oral	Fluidez
Nivel BAJO				
Nivel MEDIO				
Nivel ALTO				

**8.3. Salarios**

		SALARIOS (PROFESORES)			
		Turno	Horas	Semanal	Mensual
		<b>\$3.75</b>			
<b>Año 1</b>	Mes 1-2	5	20	\$ 74.00	\$ 296.00
	Mes 3-4	6	24	\$ 88.80	\$ 355.20
	Mes 5-6	7	28	\$ 103.60	\$ 414.40
	Mes 7-8	8	32	\$ 118.40	\$ 473.60
	Mes 9-10	9	36	\$ 133.20	\$ 532.80
	Mes 11-12	10	40	\$ 148.00	\$ 592.00
<b>Año 2</b>	Mes 1-2	9	36	\$ 133.20	\$ 532.80
	Mes 3-4	9	36	\$ 133.20	\$ 532.80
	Mes 5-6	9	36	\$ 133.20	\$ 532.80
	Mes 7-8	9	36	\$ 133.20	\$ 532.80
	Mes 9-10	9	36	\$ 133.20	\$ 532.80
	Mes 11-12	10	40	\$ 148.00	\$ 592.00
<b>Año 3</b>	Mes 1-2	9	36	\$ 133.20	\$ 532.80
	Mes 3-4	9	36	\$ 133.20	\$ 532.80
	Mes 5-6	9	36	\$ 133.20	\$ 532.80
	Mes 7-8	9	36	\$ 133.20	\$ 532.80
	Mes 9-10	10	40	\$ 148.00	\$ 592.00
	Mes 11-12	10	40	\$ 148.00	\$ 592.00
<b>Año 4</b>	Mes 1-2	9	40	\$ 133.20	\$ 532.80
	Mes 3-4	10	40	\$ 148.00	\$ 592.00
	Mes 5-6	10	40	\$ 148.00	\$ 592.00
	Mes 7-8	10	36	\$ 148.00	\$ 592.00
	Mes 9-10	9	40	\$ 133.20	\$ 532.80
	Mes 11-12	11	44	\$ 162.80	\$ 651.20
<b>Año 5</b>	Mes 1-2	10	40	\$ 148.00	\$ 592.00
	Mes 3-4	10	40	\$ 148.00	\$ 592.00
	Mes 5-6	11	44	\$ 162.80	\$ 651.20
	Mes 7-8	12	48	\$ 177.60	\$ 710.40
	Mes 9-10	12	48	\$ 177.60	\$ 710.40
	Mes 11-12	13	52	\$ 192.40	\$ 769.60

**8.4. Finanzas**

<b>Cálculo Impuesto sobre La Renta</b>					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Utilidad antes de I.R.</b>	\$ 8.81	\$ 600.52	\$ 957.46	\$ 1,420.16	\$ 1,644.32
<b>I.R. (30%)</b>	\$ 2.64	\$ 180.16	\$ 287.24	\$ 426.05	\$ 493.30
<b>Anticipo I.R.</b>	\$ 0.88	\$ 120.10	\$ 191.49	\$ 284.03	\$ 328.86
<b>I.R por Pagar</b>	\$ 1.76	\$ 60.05	\$ 95.75	\$ 142.02	\$ 164.43
<b>Pago I.R</b>	\$ <b>0.88</b>	\$ <b>121.87</b>	\$ <b>251.54</b>	\$ <b>379.78</b>	\$ <b>470.88</b>

## **8.5. Legal**