

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

Facultad De Educación, Ciencias De La Comunicación Y Humanidades

Escuela Profesional Ciencias de la Comunicación



“CREACIÓN DE UN INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO DE DISEÑO GRÁFICO Y PUBLICIDAD”

TESIS

Presentado por:

Bach. DANIELA DE LOURDES MARTINEZ PALZA

Para optar el Título Profesional de:

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TACNA-PERÚ

2016

Dedicatoria

“Era una lucha de cuatro, quedamos tres. Pero llegamos a la meta”

Gracias a mis padres, que me dieron todas las oportunidades, y que a pesar de los obstáculos del camino hicieron hasta lo imposible para que sus hijas cumplieran cada uno de sus sueños. Sé que nadie les enseña a ser padres, pero les digo que hicieron el mejor trabajo del mundo con nosotras.

Gracias a mi hermana mayor Pamela, quien es mi ejemplo, mi heroína, aprendí tanto de ella sin que ella lo notará. Siempre hizo que las cosas más difíciles sean más sencillas para mí.

Gracias a mi Abuelita Yonny Albarracín, el motor que me empuja, a mi Tía Patricia Martinez, quien me recuerda que la familia siempre está unida, aunque esté cerca, lejos o en el cielo.

A mis tíos Ana, Carmen y Roberto ejemplos de hermandad y lucha constante. A Vittorio Nieto, quien fue el apoyo más importante en esta aventura. A mis maestros que me enseñaron lo necesario para emprender mí vuelo.

A mis primas y primos, que son más como los hermanos que te regala la vida. A mis amigos que me enseñaron a ser quien soy. A mis tíos y tías, que están siempre en mi corazón. A mis nuevas amigas con quienes soy, quien realmente quiero ser y que me enseñaron que la distancia no es impedimento para querer.

Y a Dios quien ha estado presente en cada uno de los momentos de mi vida. Y nunca me dejó sola.

Gracias por todo a todos.

Índice

1. Información general del proyecto de inversión	9
1.1. Nombre	9
1.2. Naturaleza	9
1.3. Ubicación	9
1.4. Presentación de los promotores	9
1.5. Horizonte de evaluación	9
1.6. Idea de la necesidad u oportunidad de negocio	9
1.7. Objetivos del proyecto	10
1.8. Estrategias	10
2. Estudio de mercado	11
2.1. Descripción del servicio	11
2.1.1.La carrera profesional técnica de diseño gráfico publicitario	11
2.1.1.1. Requisitos de admisión	12
2.1.1.2. Malla curricular	12
2.1.2.Servicios sustitutos	13
2.2. Análisis del entorno de mercado	13
2.2.1.Marco económico	13
2.2.2.Marco socio cultural	14
2.2.3.Marco tecnológico	16
2.2.4.Marco institucional político	17
2.3. Análisis de la Demanda	18
2.3.1. Segmentación de mercado	18
2.3.1.1. Segmentación demográfica	18
2.3.1.2. Segmentación geográfica:	18
2.3.1.3. Segmentación Psicográfica – conductual	18
2.3.1.4. Determinación el segmento de mercado	19
2.3.2.Tipo de mercado y cuantificación de la demanda	19
2.3.2.1. Tipos de Mercado	19
2.3.2.1.1. Mercado Potencial	19
2.3.2.1.2. Mercado Disponible	20
2.3.2.1.3. Mercado Efectivo	20
2.3.2.1.4. Mercado Objetivo	20
2.3.2.2. Cuantificación de la demanda	21
2.3.2.2.1. Determinación de la demanda presente	21
2.3.2.2.2. Proyección de la Demanda	21

2.4. Análisis de la Oferta	22
2.4.1. Análisis de los competidores potenciales	22
2.4.1.1. Competencia Directa	23
2.4.1.2. Competencia indirecta	24
2.5. Balance Oferta – Demanda	25
2.6. Análisis del Mercado de Proveedores	26
2.7. Análisis de la Comercialización	28
2.7.1. Producto	28
2.7.2. Precio	29
2.7.3. Plaza	29
2.7.4. Promoción	29
3. Estudio de Capacidad Organizacional	30
3.1. Tipos de Organización	30
3.1.1. Tipo de persona jurídica	30
3.1.2. Trámites y licencias	31
3.1.2.1. Trámites legales	32
3.1.2.2. Trámites contables y tributarios	32
3.1.2.3. Trámites laborales	33
3.1.2.4. Trámites municipales	33
3.1.2.5. Trámites específicos	34
3.2. Estructura Orgánica	34
3.2.1. Órganos de la empresa	34
3.2.2. Organigrama	35
3.3. Funciones de los órganos	37
3.4. Calculo de costos de los trabajadores y beneficiados sociales	48
4. Estudio Técnico	50
4.1. Tamaño del Proyecto	50
4.1.1. Capacidad de Producción	50
4.1.2. Tamaño y Mercado	50
4.1.3. Tamaño e Inversión	50
4.2. Localización	51
4.2.1. Niveles de Localización	51
4.2.2. Localización	51
4.3. Proceso Productivos	52
4.3.1. Diagrama de Proceso	52
4.4. Requerimiento del proceso	54
4.4.1. Requerimientos de Infraestructura	54

4.4.2.Requerimientos del mobiliario y equipo	54
4.4.3.Requerimientos Alumnos/Ciclo	55
5. Estudio Financiero	56
5.1. Inversión	56
5.1.1.Inversión fija tangible	56
5.1.2.Inversión fija intangible	57
5.1.3.Capital de trabajo	57
5.1.4.Inversión total	58
5.2. Ingresos	58
5.2.1.Ingresos por venta	58
5.2.2.Valor residual	58
5.2.3.Recuperación del capital de trabajo	59
5.3. Costos	59
5.3.1.Materiales	59
5.3.2.Mano de obra	60
5.3.3.Costos indirectos de producción	61
5.3.4.Depreciación y amortización	61
5.3.5.Costos totales	61
5.4. Gastos	62
5.4.1.Gastos de venta	62
5.4.2.Gastos administrativos	62
5.4.3.Gastos financieros	63
5.5. Estados financieros	65
5.5.1.Estado de ganancias y pérdidas	65
5.5.2.Flujo de caja económico	65
5.5.3.Flujo de caja financiero	66
6. Evaluación	67
6.1. Determinación de la tasa de descuento	67
6.2. Evaluación económica	68
6.3. Evaluación financiera	68
6.4. Punto de equilibrio	68
7. Diagnóstico (matriz FODA)	69
8. Plan de marketing	70
8.1 Producto	70
8.2 Posicionamiento	70
8.3 Manual de Identidad	70
8.4 Justificación de plan de marketing	70

8.5	Objetivo de Marketing	71
8.5.1	Venta	71
8.5.2	Ganancia	71
8.5.3	Tiempo	71
8.5.4	Participación de ventas	71
8.5.5	Posición	71
8.6	Estrategias de marketing	72
8.6.1	Segmentación	72
8.6.2	Perfil del Consumidor del servicio o producto	72
8.6.3	Posicionamiento	72
8.6.4	Estrategias Competitivas	73
9.	Campana Publicitaria	73
9.1	Denominación	73
9.2	Objetivos	73
9.3	Descripción de las Herramientas	74
9.4	Cuadro mix de publicidad	77
9.5	Cronograma	78
9.6	Presupuesto	78
9.7	Control	79
9.8	Ficha de validación	80
10.	Conclusiones	86
11.	Sugerencias	86
12.	Bibliografía	86
13.	Anexos	87

Abstract

In recent years, tourism has increased considerably in Tacna. Visitors who come to this region, dedicated to commercial tourism, as prices of products offered in the markets are at a low cost. Also, it is known that a large proportion of tourists coming to Tacna hire the services of graphic design and printing of graphic materials for restaurants, hotels, parties, baptisms, among others.

The establishments that offer this service has young designers without a theoretical background and thorough knowledge of design and color psychology or consumer analysis, these "designers" just know the correct use of the tools in the software, the pieces made these young people are not convinced, client loyalty and capture the attention of the target audience.

Therefore, it is envisaged the creation of IMAGO, a company specializing in graphic design school where develop the necessary topics for young tacneños are technical professionals in the design, improve the quality of publicity in Tacna and this so look for a growth in tourism in the region.

Introducción

El diseño gráfico es una actividad que posibilita comunicar gráficamente ideas, hechos sintetizados en términos de forma y comunicación.

También se conoce con el nombre de diseño en comunicación visual, ya que algunos asocian la palabra gráfico únicamente a la industria gráfica, y entienden que los mensajes visuales se canalizan a través de muchos medios de comunicación, y no solo los impresos.

Instituto Superior Tecnológico "IMAGO" busca incentivar en los jóvenes estudiantes de Tacna el amor por el diseño, la publicidad y el arte, de esta forma crear profesionales capaces de crear piezas con los elementos técnicos suficientes, tales como, combinaciones de colores, tipografías, conceptualización que logren captar los objetivos parámetros por los clientes para fidelizar, o captar la atención de su público objetivo.

Así mismo, Imago pretende que a través de sus cursos especializados y sus docentes capacitados, lograr que la calidad de los trabajos realizados por sus egresados sean los mejores a nivel nacional y de esta forma hacer que los que los nuevos profesionales en el diseño gráfico cumplan todas sus metas. Así como también se busca mejorar la calidad del diseño gráfico en Tacna, para que de esta forma, la economía de la región se incremente.

1. Información general del proyecto de inversión

1.1. Nombre

Instituto Superior Tecnológico "IMAGO"

1.2. Naturaleza

Servicio de Educación Superior Tecnológica

1.3. Ubicación

Departamento: Tacna

Provincia: Tacna

Distrito: Tacna

Dirección: Av. Pinto N° 50

1.4. Presentación de los promotores

Formulación del Proyecto: Bach. Daniela Martinez Palza

Profesión: Ciencias de la Comunicadora Social

1.5. Horizonte de evaluación

El horizonte de evaluación Instituto Superior Tecnológico "IMAGO" será de 7 años.

1.6. Idea de la necesidad u oportunidad de negocio

En Tacna, existen institutos en el que enseñan cursos de diseño gráfico de 2, 3 y 4 meses, pero estos solo enseñan las herramientas básicas para realizar producciones gráficas, sin tener en cuenta los conceptos básicos que debe tener un diseño para captar la atención del consumidor final.

Es por esto que se ha previsto la creación del Instituto Educativo Superior "IMAGO" de diseño gráfico, que tendrá como principal objetivo, enseñar a sus jóvenes estudiantes los conocimientos tales como: color, tipografía uso de

elementos, utilizar la creatividad de estos para enseñarles temas como la organización de una campaña publicitaria, el desarrollo de una identidad creativa, marketing y publicidad, herramientas informáticas de diseño, psicología del consumidor.

Para que los estudiantes puedan desarrollarse en la especialidad en cualquier empresa pública o privada en diferentes ámbitos como el corporativo, packing, diseño web, multimedia entre otros, tener propios estudios de diseño gráfico.

1.7. Objetivos del proyecto

- Crear una escuela de Diseño gráfico en la que los estudiantes aprendan todas las áreas de la especialidad.
- Mejorar la calidad de las producciones gráficas de la ciudad de Tacna.
- Dar oportunidades de estudio a los jóvenes de la localidad.

1.8. Estrategias

Para este proyecto la estrategia que utilizaremos será estrategias de diferenciación, la cual busca establecer un vínculo entre compradores y la marca de la empresa, posicionando las cualidades de producto y minimizando el efecto del precio en la decisión de compra.

2. Estudio de mercado

2.1. Descripción del servicio

“IMAGO” es una Institución Educativa Superior Tecnológica (IEST) que ofrecerá servicios de educación superior, específicamente brindará la Carrera Profesional Técnica de Diseño Gráfico Publicitario, la cual tendrá una duración de 3 años, equivalente a 6 semestres académicos de 5 meses cada uno.

Imago, el nombre de esta IEST, proviene del latín cuyo significado es equiparable a su derivada española imagen. Una imagen es la figura y representación visual o mental de alguna cosa o situación. Asimismo es la base etimológica de IMAGINACIÓN, una de las herramientas del diseño gráfico.

2.1.1. La carrera profesional técnica de diseño gráfico publicitario

El Diseñador Gráfico Publicitario es un profesional que se caracteriza por su interés por el arte, la forma, el color, la luz y la composición visual. Los egresados reciben una formación integral, lo cual les permite expresarse creativamente a través de herramientas de Diseño, Dibujo, Semiótica, Signos visuales, Software Gráfico y de Web. Asimismo, el profesional de Diseño Gráfico Publicitario durante su formación, es orientado a la búsqueda de su identidad, su propio estilo, a fin de hacerlo único y competitivo.

El egresado del IEST “IMAGO” podrá desenvolverse en:

- Departamentos de Arte de Agencias Publicitarias.
- Áreas de diseño de instituciones públicas o privadas.
- Empresas de medios de comunicación.
- Empresas de Publicidad Exterior.
- Empresas de BTL (proyectos especiales).
- Áreas de Producción Gráfica y Editorial: como diseñador de libros, folletos, revistas
- periódicos, catálogos, historietas, ilustraciones.
- Áreas de prensa Digital.

- Empresas de diseño de envases, empaques, escaparates, stands y exposiciones.
- Empresas o áreas de imagen corporativa (diseño de logotipos, creación de marcas).
- Áreas de Diseño, construcción y mantenimiento de espacios digitales en Web y animación.
- Áreas de diseño y mantenimiento del comercio electrónico.
- Áreas de diseño visual aplicado a las nuevas tecnologías.

Asimismo, se otorgará certificaciones y titulaciones:

- Al concluir el 2do ciclo: Asistente de Diagramación Digital.
- Al concluir el 3er ciclo: Asistente de Diseño Digital.
- Al concluir el 4to ciclo: Asistente de Diseño Corporativo.
- Al concluir el 5to ciclo: Asistente de Diseño Web y Multimedia.
- Al concluir el 6to ciclo: Asistente en Pre-prensa Digital.
- Al finalizar la carrera el egresado obtendrá el Título a nombre de la Nación: Profesional Técnico en Diseño Gráfico.

2.1.1.1. Requisitos de admisión

Para estudiar una carrera profesional uno de los principales requisitos es haber concluido la educación secundaria de manera satisfactoria.

Se requiere presentar:

- Copia del Certificado de Secundaria.
- Copia del DNI o partida de Nacimiento.
- Ficha de Matricula correctamente llenada.
- Recibo de pago por derecho de Matricula.
- 02 Fotos tamaño carnet a color con fondo blanco.

2.1.1.2. Malla curricular

En el siguiente cuadro presentamos la malla curricular para la carrera técnico profesional de diseño gráfico publicitario:

Cuadro N° 01

Malla Curricular
Carrera Técnico – Profesional de diseñador gráfico publicitario

DISEÑO GRÁFICO PUBLICITARIO					
I CICLO	II CICLO	III CICLO	IV CICLO	V CICLO	VI CICLO
Dibujo Artístico	Fundamentos Visuales I	Diseño Digital II	Pre Prensa Digital	Prensa	Gestión de Prensa
Diseño Digital I	Técnicas de la Comunicación Social	Marketing y Publicidad	Redacción Creativa Publicitaria	Diseño Publicitario	Campañas Publicitarias
Apreciación del Arte	Diseño Digital Editorial	Fundamentos Visuales II	Estrategia y Diseño de Identidad Corporativa	Marcas y Patentes	Ilustración Publicitaria II
Creatividad	Edición Digital I	Proyectos de Comunicación Corporativo	Semiótica II	Ilustración Publicitaria I	Intervención de Espacios Públicos
Arte Dramático	Dibujo Artístico II	Semiótica I	Fotografía Publicitaria	Etiquetas y Empaques	Diseño de Videojuegos Web
Géneros y Narrativa Audiovisual	Ilustración Editorial	Fotografía General	Animación Digital 3D I	Proyecto Digital Multimedia	Proyectos Digitales en 3D
Comunicación I	Medios y Nuevas Tecnologías	Animación Digital 2D	Diseño Web	Animación Digital 3D II	Diseño de Espacios Digitales 3D
Matemática	Comunicación II	Portafolio Gráfico		Diseño de Espacios Digitales I	Proyecto de Innovación Tecnológica
Programas Complementarios - Ofimática - Fundamentos de Investigación	Programas Complementarios - Ofimática - Fundamentos de Investigación	Programas Complementarios - Sociedad y Economía - Idioma Extranjero - Investigación	Programas Complementarios - Sociedad y Economía - Idioma Extranjero - Investigación	Programas Complementarios - Idioma Extranjero - Gestión Empresarial	Programas Complementarios - Idioma Extranjero - Gestión Empresarial

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

2.1.2. Servicios sustitutos

En el caso en que la economía de la región aumente y los estudiantes egresados de las instituciones educativas podría migrar a carreras profesionales a en las universidades de la localidad. En el caso en que la economía disminuyese, los egresados solo tendría la posibilidad de estudiar los llamados cursos libres.

2.2. Análisis del entorno de mercado

2.2.1. Marco económico

Educación es el sector de mayor monto ejecutado por la actual gestión del Gobierno Regional de Tacna desde el 2011 a la fecha. En este sector se ejecutaron en total 126 millones 167 mil nuevos soles. El proyecto de

mayor monto es el “Mejoramiento del proceso enseñanza aprendizaje utilizando recursos interactivos en el aula, de las instituciones educativas de la región” en el cual se ha ejecutado a la fecha más de 23 millones y medio (desde junio de 2009).

Otros proyectos importantes son “La construcción e implementación de la IE Militarizada Albarracín”, que supera los 12.5 millones de nuevos soles ejecutados y el “Mejoramiento de la del IST Vigil”, que supera los 17 millones ejecutados; así como el “Mejoramiento de la IE Modesto Basadre” con 15 millones ejecutados.

El segundo sector de mayor monto ejecutado es transporte, el principal proyecto es el “Mejoramiento de la carretera TA-109 tramo Ticaco - Candarave” con 79.9 millones ejecutados. MIM Tacna encontró que este proyecto representa el 80% de lo ejecutado en este sector.

El tercer sector de mayor monto ejecutado es Agropecuaria, en el cual se ha ejecutado en total casi 100 millones de soles, principalmente en el proyecto “Mejoramiento y ampliación de la provisión de agua para desarrollo agrícola en el valle de Tacna - Vilavilani II - Fase I” que en el periodo de 2011-2014 se ha ejecutado casi 27 millones de soles.

Los sectores de menor ejecución son: Cultura (menos de medio millón), Industria (2 mil 800 soles) y Turismo en el que no se ha ejecutado monto alguno en este periodo. Cabe resaltar que más del 65% del monto ejecutado se financió con canon y regalías mineras, al ser una fuente de financiamiento temporal, es importante apuntar con este recurso a sectores que otorguen desarrollo sostenible en el tiempo.

2.2.2.Marco socio cultural

El Instituto Superior Tecnológico IMAGO, ofrece sus servicios de Carreras Técnicas a estudiantes que hayan concluido su educación básica y que sean de la localidad de Tacna, por tal motivo, en el Cuadro N° 02 se muestra el número de instituciones públicas y privadas que existen en Tacna y los niveles educativos. Seguidamente, en el Cuadro N° 03, observamos las carreras técnicas a las que optan los estudiantes que concluyen sus estudios secundarios en la ciudad de Tacna.

Cuadro N° 02

Región Tacna: Instituciones educativas en el sistema educativo, por unidad de gestión educativa local, según etapa y nivel educativo, 2012

NIVEL / MODALIDAD	UGEL				
	TOTAL	TACNA	TARATA	J. BASADRE	CANDARAVE
Total	1068	806	85	87	90
I. Escolarizado	684	496	57	66	65
Educación Inicial	246	188	12	22	23
Estatal	166	111	13	19	23
Privado	80	11	-	3	-
Educación Primaria	238	150	31	28	29
Estatal	180	95	31	25	29
Privado	58	55	-	3	-
Educación Secundaria	125	92	10	12	11
Estatal	87	57	10	9	11
Privado	38	35	-	3	-
Educación Superior no universitaria	15	13	1	1	-
<i>Superior Pedagógica</i>	3	3	-	-	-
Estatal	1	1	-	-	-
Privado	1	1	-	-	-
<i>Superior Tecnológica</i>	11	9	1	1	-
Estatal	3	1	1	1	-
Privado	8	8	-	-	-
<i>Superior Artística</i>	1	1	-	-	-
Estatal	1	1	-	-	-
Privado	-	-	-	-	-
<i>Otras Modalidades</i>	60	53	2	3	2
Educación Especial	3	3	-	-	-
Estatal	2	2	-	-	-
Privado	1	1	-	-	-
<i>Básica Alternativa</i>	25	21	1	2	1
Estatal	20	16	1	2	1
Privado	5	5	-	-	-
CETPRO	32	29	1	1	1
Estatal	10	7	1	1	1
Privado	22	22	-	-	-
II. No escolarizado	384	310	28	21	25
Programas	384	310	28	21	25

Fuente: Tacna - Compendio Estadístico 2012-2013. Pág. 137
Elaboración: Escuela Nacional de Investigación y Estadística

Cuadro N° 03

Perú: Población de 17 y más años de edad que estudio o estudia educación superior no universitaria por área de residencia, según carrera técnica, 2007 – 2013

CARRERAS TÉCNICAS	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Total	100						
Salud y servicios sociales y asistenciales	18.9	19.1	18	19	19	19.2	19.8
Educación	19.4	18.1	16.7	15.1	15.2	14.1	13.2
Computación e Informática	13	13	14.2	13.7	13.2	12.9	12.2
Mecánica y motores y metal mecánico	9.4	10.2	11.1	10.9	10.6	10.8	11.8
Contabilidad	8.1	8.6	7.4	8.2	8	8.5	8.6
Administración	7.4	6.5	6.5	7.2	7.3	8.1	8
Secretariado Ejecutivo	6.3	5.5	6.4	6.2	5.9	6	6.3
Electricidad y Electrónica	5.5	6	5.9	5.7	5.9	5.3	5.3
Hotelería y Turismo	2	2.3	3.2	2.9	3.9	4.3	4.1
Actividades agropecuarias	3	3.1	3	3.4	3.2	3.4	3.7
Artes gráficas y publicitarias	3.3	3	2.9	3	3.3	3.1	3.2
Construcción, Minera y Química	1.4	1.5	1.5	1.8	1.7	1.7	1.6
Sub Oficiales de las FF.AA.	1.4	1.8	1.3	1.4	1.8	1.6	0.9
Cosmetología y Confecciones	0.9	1.4	1.9	1.5	1	1.1	1.2

Fuente: Indicadores de Educación por Departamento, 2002 - 2013. Pág. 89

Elaboración: Escuela Nacional de Investigación y Estadística

2.2.3. Marco tecnológico

Además del material físico o Hardware (computadoras), la tecnología influirá en la enseñanza de los estudiantes por medio de los programas informáticos o Software: CorelDraw, Illustrator, Photoshop, programas de diseño gráfico, edición audio y video, multimedia y otros. Así como, internet, herramientas 2.0, redes sociales.

Asimismo, la tecnología en las comunicaciones se ha desarrollado continuamente en los últimos años, y los estudiantes de diseño gráfico y publicidad en este sin fin de cambios tienen que profundizar y aprender el manejo de varias herramientas como:

Aplicaciones, comercio electrónico, videojuegos, servicios móviles, blogs, comunidades virtuales.

2.2.4. Marco institucional político

El país ofrece el marco jurídico necesario para la instalación y progreso de micro y pequeñas empresas a través de una serie de normas vigentes las cuales son:

- Constitución Política del Perú.
- Decreto Legislativo N° 728: La Ley del trabajo del 27 de marzo de 1997.
- Ley N° 26887: Ley General de Sociedades.
- Decreto Legislativo N° 1086: Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y de acceso al empleo decente. Esta norma y sus modificaciones (recopiladas en el Decreto Supremo N° 007-2008-TR, Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente) y modificaciones efectuada por la Ley N° 30056.
- LEY N° 28304 Ley de Promoción del Desarrollo Económico y Productivo. Impulsa la creación, el establecimiento, el crecimiento y el desarrollo de la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas Descentralizadas (MYPE Descentralizada) con la finalidad de insertarlas en la economía.
- Decreto Supremo N° 179-2004-EF: Texto Único ordenado de la Ley del Impuesto a la Renta.
- Decreto Legislativo N° 662, Decreto Legislativo N° 757, Ley Marco para el Crecimiento de la Inversión Privada y Decreto Supremo N°162-92-EF, Reglamento de los Regímenes de Garantía a la Inversión Privada.
- Decreto Legislativo N° 822: Ley sobre el Derecho de Autor del 23 de abril de 1996.

Normas específicas:

- Ley N° 29394 Ley que regula la creación y el funcionamiento de institutos y escuelas de educación superior, públicos o privados, conducidos por personas naturales o jurídicas, que forman parte de la etapa de educación superior del sistema educativo nacional, de

acuerdo con lo establecido en la Ley General de Educación del 05 de agosto de 2009.

2.3. Análisis de la Demanda

2.3.1. Segmentación de mercado

2.3.1.1. Segmentación demográfica

- Grado de instrucción: Personas que poseen grado de instrucción secundaria completa.
- Edad: Personas que posean edades entre los 16 a 18 años.

2.3.1.2. Segmentación geográfica:

- Lugar de residencia: Personas que hayan culminado sus estudios en la dentro de los siguientes distritos de la provincia de Tacna.

Distritos:

- Tacna
- Gregorio Albarracín
- Alto de la Alianza
- Ciudad Nueva
- Pocollay

2.3.1.3. Segmentación Psicográfica – conductual:

Expectativa educativa: Personas que desean estudiar en un instituto superior tecnológico.

Según la estadística de DRSET, el 37.40% de los egresados de 5to de secundaria ingresan a institutos de educación tecnológica superior

2.3.1.4. Determinación el segmento de mercado:

En el siguiente cuadro presentamos el proceso para la determinación de la cantidad de personas que cumplen con nuestros criterios de segmentación, para tal efecto se ha tomado como fuente el Compendio estadístico 2014 desarrollado por la Dirección Regional Sectorial Tacna.

Cuadro N° 04

Determinación del segmento de mercado

Distrito	Estudiantes egresados de 5to de secundaria (Año 2014)	
	Hombres	Mujeres
Tacna	1359	1181
Gregorio Albarracín	279	320
Alto de la Alianza	138	167
Ciudad Nueva	144	142
Pocollay	40	31
Total	1960	1841
Total general	3801	
Porcentaje de estudiantes que ingresan a institutos superiores tecnológicos.	37.40%	
Segmento de mercado	1421	

Fuente: Compendio estadístico 2014 –
Dirección Regional Sectorial Tacna
Elaboración: Propia

2.3.2. Tipo de mercado y cuantificación de la demanda

2.3.2.1. Tipos de Mercado

2.3.2.1.1. Mercado Potencial

El mercado potencial consta de 1421 personas las cuales cumplen con todos los criterios de segmentación y los cuales han sido cuantificados en el punto 2.3.1.4.

2.3.2.1.2. Mercado Disponible

Según los datos obtenidos en la encuesta efectuada se ha determinado que el 14.03% de las personas que desean estudiar en un instituto de educación tecnología superior, desean estudiar la carrera de diseño gráfico.

Mercado disponible = 1 421 x 7.90%

Mercado disponible = 112

2.3.2.1.3. Mercado Efectivo

Según los datos obtenidos en la encuesta efectuada se ha determinado que el 97.50% de las personas que desean estudiar diseño gráfico en un instituto de educación tecnología superior, elegirán un centro de estudios ubicado en la ciudad de Tacna.

Mercado disponible = 112 x 97.50%

Mercado disponible = 109

2.3.2.1.4. Mercado Objetivo

De acuerdo a la evaluación del mercado, se considera que IMAGO podrá cubrir el 46% del mercado, durante el primer año de operaciones.

Mercado objetivo = 109 x 46.00%

Mercado objetivo = 50

2.3.2.2. Cuantificación de la demanda

2.3.2.2.1. Determinación de la demanda presente

A continuación se muestra el cálculo de la demanda del proyecto de manera inicial, la cual está en función del mercado objetivo y la frecuencia de consumo:

Mercado Potencial : 50

Frecuencia de Consumo Anual:

- Matriculas : 02
- Pensiones : 10

Demanda del Proyecto:

- Matriculas : 100
- Pensiones : 500

2.3.2.2.2. Proyección de la Demanda

En el siguiente cuadro presentamos la cantidad de matrículas y pensiones que se han determinado de forma anual para los 7 años de vida del proyecto. Se ha considerado el incremento de forma gradual en función a la apertura de nuevos ciclos.

Cuadro N° 05

Proyección de la demanda

	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05	Año 06	Año 07
Matriculas	75	175	275	300	300	300	300
Pensiones	375	875	1375	1500	1500	1500	1500

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

En esta cuadro mostramos el incremento de estudiantes en 7 años, cada año se abrirá un semestre académico con 25 estudiantes, el primer año estarán matriculados 75 jóvenes y al llegar al 7 año serán 300 los matriculados.

Cuadro N° 06

Proyección de la demanda

	Año 01		Año 02		Año 03		Año 04		Año 05		Año 06		Año 07	
	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem	Sem
	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II
Ciclo I	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Ciclo II	0	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Ciclo III	0	0	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Ciclo IV	0	0	0	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Ciclo V	0	0	0	0	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Ciclo VI	0	0	0	0	0	25	25	25	25	25	25	25	25	25
Alumnos	75		175		275		300		300		300		300	

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

2.4. Análisis de la Oferta

2.4.1. Análisis de los competidores potenciales

El ISTEP "IMAGO" tiene un competidor directo que ofrece el mismo grado educativo (Técnico Profesional en Diseño Gráfico – 6 semestres académicos en 3 años), "SENATI" ES UN Instituto con experiencia en la enseñanza a nivel Nacional, pero este curso solo cuenta con un año de creación.

Mientras tanto varios Institutos de la región están ofreciendo los llamados cursos libres de entre 3 y 6 meses, que ofrecen inmediatez pero no la educación técnica complementaria.

2.4.1.1. Competencia Directa

Son todos aquellos negocios que venden un producto o servicio igual o casi igual al que ofrece ISTP "IMAGO", que se vende en el mismo, es decir, buscan a los mismos clientes.

En Tacna el único Instituto Superior Tecnológico Privado que ofrece la Carrera Técnica de Diseño Gráfico es el SENATI Tacna

Cuadro N° 07

Competencia Directa
SENATI

Nombre/ Razón Social	SENATI
Dirección	Calle Baquijano y Carrillo N° 130
RUC	20131369981
Persona de Contacto	Liliana Vega - Administradora
Producto	Servicios educativos – Instituto Superior Tecnológico – Carrera Técnica de Diseño Gráfico
Precio del Producto	S/. 30.00 matrícula / S/. 110.00 mensual
Capacidad de Producción	15 estudiantes por salón Apertura 01 salón por ciclo cada semestre 180 matrículas por año (6 ciclos x 2 semestres x 15 estudiantes por salón)
Participación del Mercado	14% de participación.
Principal Fortaleza	Institución con experiencia en el mercado.
Tiempo en el Mercado	30 años como institución 1 año como carrera en la ciudad

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

2.4.1.2. Competencia indirecta

Son todos los negocios que intervienen de forma lateral en nuestro mercado y clientes, que buscan satisfacer las mismas necesidades de forma diferente y con productos sustitutos. Los otros centros superiores ofrecen Cursos Libres de 3 meses.

Cuadro N° 08

Competencia Indirecta
INCOTEC

Nombre/ Razón Social	INCOTEC
Dirección	Av. Miraflores 120 - Tacna
RUC	20544579950
Persona de Contacto	Karla Mejía
Producto	Servicios educativos
Precio del Producto	S/. 30.00 matrícula / S/. 79.00 mensual
Capacitación de Producción	120 matrículas por año (6 módulos - 6 meses - 30 estudiantes por salón)
Participación del Mercado	80 estudiantes
Principal Fortaleza	Experiencia
Tiempo en el Mercado	7 años

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 09

Competencia Indirecta
DAYPER

Nombre/ Razón Social	DAYPER
Dirección	Calle Baquijano y Carrillo N° 130
RUC	20131369981
Persona de Contacto	Geovana Castillo
Producto	Servicios educativos
Precio del Producto	S/. 120.00 x 3 meses
Capacitación de Producción	150 matrículas por año (3 módulos - 3 meses - 30 estudiantes por salón)
Participación del Mercado	100 estudiantes
Principal Fortaleza	Precios bajos
Tiempo en el Mercado	19 años

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 10Competencia Indirecta
ENEI

Nombre/ Razón Social	ENEI
Dirección	Av. San Martín N° 520
RUC	20131369981
Persona de Contacto	Jonathan Quispe
Producto	Servicios educativos
Precio del Producto	S/. 170.00 x 3 meses
Capacitación de Producción	150 matrículas por año (3 módulos - 3 meses - 30 estudiantes por salón)
Participación del Mercado	120 estudiantes
Principal Fortaleza	Experiencia
Tiempo en el Mercado	83 años

Fuente: Propia
Elaboración: Propia**2.5. Balance Oferta – Demanda**

Según los datos obtenidos, se ha determinado que las personas que desean estudiar diseño gráfico en un instituto de educación tecnología superior y elegirán un centro de estudios ubicado en la ciudad de Tacna son de 109 estudiantes, los cuales tendría una frecuencia de consumo de 2 matrículas por año. Esto demuestra que la demanda anual sería 218 matrículas, y se conoce que las empresas especializadas en este rubro, en la actualidad ofrecen 30 matrículas anuales. Calcular la demanda insatisfecha:

Demanda insatisfecha: Demanda - Oferta

Demanda insatisfecha: 218 - 30

Demanda insatisfecha: 188

2.6. Análisis del Mercado de Proveedores

En “IMAGO” equiparemos 3 laboratorios de computación, como computadoras, escritorios, sillas, lapiceros, hojas, motas, plumones, armarios, por medio de compras al contado, crédito y contrato leasing.

El Contrato leasing es un contrato mediante el cual, el arrendador traspasa el derecho a usar un bien a un arrendatario, a cambio del pago de rentas de arrendamiento durante un plazo determinado, al término del cual el arrendatario tiene la opción de comprar el bien arrendado pagando un precio determinado, devolverlo o renovar el contrato.

Cuadro N° 11

Proveedores
Home Muebles

Nombre/ Razón Social	Home Muebles
Dirección	Av. Coronel Mendoza 1697
RUC	20131369981
Persona de Contacto	Jobana Condori
Producto a Proveer	Escritorios 110 x 0.60 Sillas Estables Armario Pizarra
Tipo de distribución	Mayorista - Minorista
Tiempo de Entrega	5 días hábiles
Nivel de Calidad del Producto	Media
Política de Crédito	50% pedido y 50% entrega
Precios	Escritorios: S/. 180.00 p. unid Sillas: S/. 75.00 p. unid Armario: S/. 320.00 p. unid Pizarra: /. 139.00 p. unid
Posee proveedores alternativos	Ofimedica – Muebles Toni

Propia

Cuadro N° 12

Proveedores
Interbank

Nombre/ Razón Social	Interbank
Dirección	Avenida San Martin 646
RUC	20100053455
Persona de Contacto	Ysabel Asqui
Producto a Proveer	Computadoras Programas
Tipo de distribución	Mayorista - Minorista
Tiempo de Entrega	15 días hábiles
Nivel de Calidad del Producto	Alta
Política de Crédito	Contrato Leasing
Precios	Cuota anual por computadora: S/. 113.81 Interés anual por computadora: S/. 11.38
Posee proveedores alternativos	Banco Continental

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 13

Proveedores
Líder Center

Nombre/ Razón Social	LIDER CENTER
Dirección	Int. Mercadillo Bolognesi A – 76 - 77
RUC	20532352551
Persona de Contacto	Ysabel Asqui
Producto a Proveer	Proyector – E-cran
Tipo de distribución	Mayorista - Minorista
Tiempo de Entrega	15 días hábiles
Nivel de Calidad del Producto	Alta
Política de Crédito	50% pedido y 50% entrega
Precios	S/. 750.00 p. unid (E-cran)
Posee proveedores alternativos	Tecnología Informática - SILSUR

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 14

Proveedores
Librería Santa María

Nombre/ Razón Social	Librería Santa María
Dirección	Av. 2 de mayo N° 610
RUC	20119198713
Persona de Contacto	Dora Santa María
Producto a Proveer	Material de Oficina
Tipo de distribución	Mayorista - Minorista
Tiempo de Entrega	Inmediato
Nivel de Calidad del Producto	Alta
Política de Crédito	Cuotas
Precios	Mota y Plumones/año: S/. 3.00 Hojas/año: S/. 0.02 Lapiceros: S/. 0.70
Posee proveedores alternativos	Plaza Vea

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

2.7. Análisis de la Comercialización**2.7.1.Producto**

“Imago” es el primer Instituto Superior Tecnológico Privado de Tacna especializado en Diseño Gráfico, ofreciendo la carrera Técnica Profesional de Diseño Gráfico Publicitario. El cual tiene como objetivo formar especialistas de alto nivel, capacitando a los alumnos para obtener habilidades, conocimientos y competencias que les permitan desarrollar exitosamente el diseño.

Con estas habilidades podrán desenvolverse en líneas de producción de medios impresos, agencias de publicidad, empresas de impresión, centros de comunicación, departamentos de Marketing. Crea, produce y supervisa la realización de piezas gráficas creativas y de alto nivel técnico, interpretando el concepto y la estrategia.

Estudiando la carrera Técnica Profesional de Diseño Gráfico Publicitario, no solo se enseñarán el uso de las herramientas de los programas informáticos más utilizados a nivel mundial, sino también se profundizará la información más actualizada en Fundamentos Visuales, Marketing y Publicidad, Animación 3D, Fotografía, Diseño Web, Ilustración, Diseño de Videojuegos y más en 06 semestres académicos.

2.7.2.Precio

En el presente estudio utilizaremos como método para la fijación del precio el método del Mark-Up, el cual consiste en aumentar al costo del servicio un margen de utilidad.

Este método por lo general deja de lado los estándares de la competencia, pero, al brindar un servicio diferenciado, basado en ser el único instituto especializado en diseño, con docentes experimentados en el área y equipos actualizados. Podemos establecer niveles de precios mayores.

Según lo analizado se ha establecido un costo de matrícula de S/. 50.00 y un pago por mensualidad de S/. 250.00.

2.7.3.Plaza

Para llegar a los estudiantes de nivel Secundaria se hará a través de un canal de distribución directa. No se utilizarán intermediarios y se llegará al cliente, a través de nuevas tecnologías principalmente el internet.

Canal de distribución: Fabricante - Consumidor

2.7.4.Promoción

Para promocionar "IMAGO" utilizaremos la estrategia de Publicidad, en la cual mostraremos por medio de piezas gráficas y audiovisuales los beneficios que ofrece nuestro instituto. También se realizará merchandising como gorros, llaveros, polos entre otros.

Asimismo, promoción de ventas es otra estrategia que pondremos en práctica, ofreciendo, becas y semi-becas a los estudiantes que desean estudiar pero no cuentan con los recursos necesarios.

3. Estudio de Capacidad Organizacional

3.1. Tipos de Organización

El Instituto Superior Tecnológico Privado "IMAGO" se constituirá como una Persona Jurídica.

- El negocio podrá estar conformado por una o más personas naturales o varias personas jurídicas
- Tiene responsabilidades limitadas, es decir, la empresa responde solo con el patrimonio de la misma, no con los bienes personales de cada socio.
- Puede acceder a más oportunidades de mercado y a mejores condiciones de financiamiento.
- Es necesario realizar trámites en los Registros Públicos, SUNAT, la municipalidad y otras instituciones.

3.1.1. Tipo de persona jurídica

Considerando las características de la empresa el Instituto Superior Tecnológico Privado "IMAGO" será una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL).

Tiene 01 propietario, sus órganos en la empresa son un titular y el gerente y el capital es del propietario.

- Personería Jurídica: Empresa Individual de Responsabilidad Limitada
- Denominación: IMAGO Empresa Individual de Responsabilidad Limitada
- Abreviatura: IMAGO E.I.R.L.

3.1.2.Trámites y licencias

3.1.2.1. Trámites legales

- **Búsqueda y reserva de nombre:**
 - Entidad: Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP)
 - Requisitos:
 - Búsqueda en los índices.
 - Solicitud de inscripción de título (en el formato de Reserva de Nombre)
 - Obtención de la Reserva de Preferencia Registral
 - Tiempo de trámite: Una semana. Vigencia 30 días.
 - Costo: S/. 22.00

- **Minuta de constitución:**
 - Entidad: Centro Integral de Asesoramiento Formalización y Desarrollo Empresarial (CIAFOD) Dirección Regional de la Producción.
 - Requisitos:
 - Título de reserva de nombre.
 - Copia de DNI de socios y cónyuge.
 - Descripción de actividad económica.
 - Detalle de aporte de capital; efectivo o cuenta en entidad financiera. En caso de ser bienes, facturas y detalle de bienes, modelo marca, serie y valor.
 - Tiempo de trámite: 2 a 3 días.
 - Costo: Ninguno

- **Elevar minuta a escritura pública**
 - Entidad: Notaría
 - Requisitos:
 - Minuta
 - Tiempo: 1 día.
 - Costo: S/. 130.00

- **Inscripción en Registros Públicos**

- Entidad: Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (Sunarp).
- Requisito:
 - Escritura Pública
- Tiempo: 1 a 2 días.
- Costo: S/. 38.00 derecho de clasificación
S/. 45.00 (3 por cada 1000 de capital)
S/. 22. 00 (Por gerente nombrado)

3.1.2.2. Trámites contables y tributarios

- **Inscripción en el Registro Único de contribuyentes y Clave SOL**

- Entidad: Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT).
- Requisitos:
 - Ficha registral de la empresa.
 - Vigencia de poderes
- Tiempo: 1 a 2 días.
- Costo: Gratuito

- **Legalización libros Contables**

- Entidad: Notario público
- Requisitos:
 - Presentar libros contables
- Tiempo de tramite: 2 días
- Costo: S/. 200.00

- **Impresión de comprobantes de pago**

- Entidad: Imprenta
- Requisitos:
 - Ficha RUC
- Tiempo: 2 días.
- Costo: S/. 30.00 por millar

3.1.2.3. Trámites laborales

- **Legalización del libro de planillas**
 - Entidad: Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo.
 - Requisitos:
 - Libro de planillas
 - Tiempo: 1 día.
 - Costo: Gratuito

- **Inscripción en el Registro de la Micro y Pequeña Empresa**
 - Entidad: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo – Vía web.
 - Tiempo: 1 día.
 - Costo: Gratuito

3.1.2.4. Trámites municipales

- **Licencia municipal de funcionamiento**
 - Entidad: Municipalidad Provincial De Tacna
 - Requisitos:
 - Presentar solicitud de licencia
 - Defensa civil
 - Tiempo de tramite: 2 días
 - Costo: S/. 200.00

- **Autorización Municipal de Elementos de Publicidad Exterior**
 - Entidad: Municipalidad Provincial De Tacna
 - Requisitos:
 - Solicitud
 - Fotografía de la fachada del establecimiento
 - Diseño del elemento publicitario, indicando medidas, materiales, colores y leyendas
 - Pago por concepto de derecho.
 - Tiempo de tramite: 2 días
 - Costo: S/. 162.30

3.1.2.5. Trámites específicos

- **Solicitud de jurisdicción de ubicación**
 - Entidad: Dirección Sectorial de Educación
 - Tiempo de tramite: 1 día
 - Costo: S/. 1.00

- **Proyecto de Creación del ISTP**
 - Entidad: Ministerio de Educación
 - Tiempo de tramite: 1 día

- **Informe de Disponibilidad Presupuestal**
 - Entidad: Dirección Sectorial de Educación
 - Tiempo de tramite: 1 día

- **Informe de Verificación de Infraestructura, equipamiento y mobiliario**
 - Entidad: Dirección Sectorial de Educación
 - Tiempo de tramite: 1 día

- **Estudio de factibilidad de necesidades de entorno productivo y social**
 - Entidad: Dirección Sectorial de Educación
 - Tiempo de tramite: 1 día

3.2. Estructura Orgánica

3.2.1. Órganos de la empresa

- **Órganos de la dirección**
 - Titular
 - Gerente
 - Director

- **Órganos de la asesoría**
 - Asesor legal

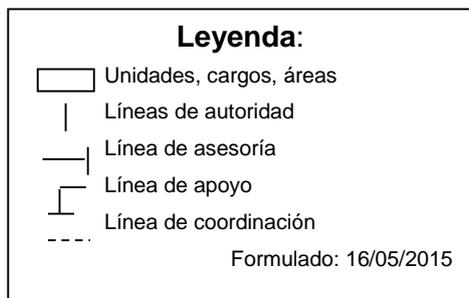
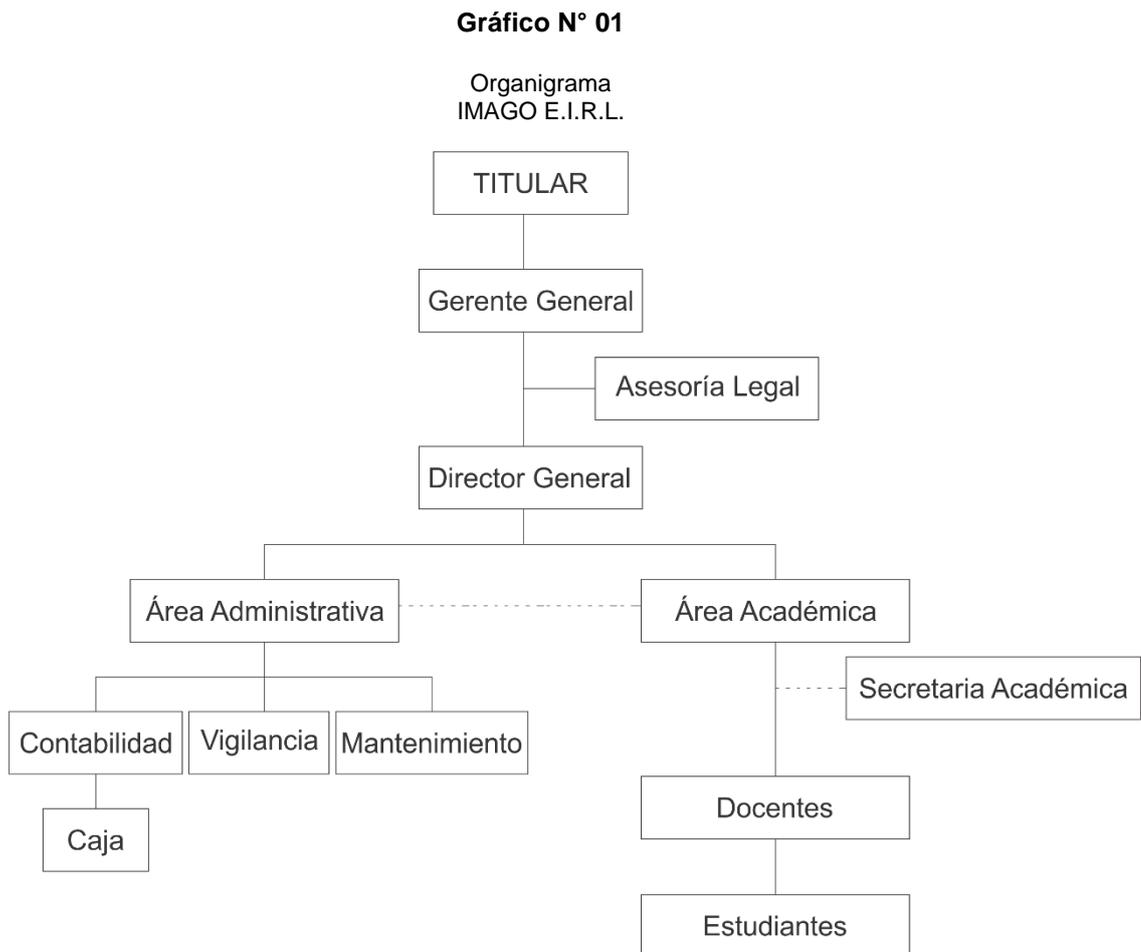
- **Órganos de apoyo**
 - Secretaría académica

- **Órganos de línea**
 - Área administrativa:
 - Contabilidad
 - Caja
 - Vigilancia
 - Mantenimiento

 - Área académica:
 - Docentes
 - Estudiantes

3.2.2. Organigrama

A continuación presentamos el organigrama de la empresa:



3.3. Funciones de los órganos

En los siguientes cuadros se detalla las funciones que desarrollarán todos los integrantes de la organización; así como su línea de dependencia y requisitos mínimos para poder acceder al puesto:

Cuadro N° 15

Funciones: Gerente General

Área: Gerencia General	
Cargo: Gerente General	Plazas:01
<p>Funciones Primarias:</p> <p>Es el máximo órgano de dirección encargado de la gestión administrativa e institucional de la organización</p> <p>Funciones Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Establecer políticas de acuerdo a los lineamientos del titular. b) Establecer objetivos estratégicos en áreas como satisfacción de intereses, producción, rentabilidad, eficiencia, inversiones, desempeño de la organización, responsabilidad pública, entre otros. c) Asegurar una buena alineación estratégica entre la organización y el medio. d) Traducir los objetivos estratégicos en metas operacionales específicas 	
<p>Línea de Dependencia:</p> <p>Reporta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Titular <p>Tiene mando directo :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Director General 	
<p>Requisitos mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Título profesional en Administración o una carrera afín b) Experiencia docente y gerencial en educación superior no menor a cinco (5) años. c) No registrar antecedentes penales. 	

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 16

Funciones: Dirección General

Área: Dirección General	
Cargo: Director General	Plazas:01
<p>Funciones Primarias:</p> <p>El Director General es la máxima autoridad académica y el representante legal de la institución educativa. Es responsable de la gestión en los ámbitos pedagógico, institucional y administrativo, y le corresponde en lo que resulten aplicables, las atribuciones y responsabilidades señaladas en la Ley General de Educación.</p> <p>Funciones Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Ejecutar las disposiciones emitidas por el Titular y el Gerente General b) Representar legalmente a la Institución. c) Elaborar, en coordinación con el Gerente General, el proyecto de presupuesto anual. d) Dirigir la ejecución de los planes de desarrollo institucional y del presupuesto. 	
<p>Línea de Dependencia:</p> <p>Reporta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gerente General <p>Tiene mando directo :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Unidad Académica - Unidad Administrativa 	
<p>Requisitos mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Título profesional en la Carrera en educación o administración de empresas b) Experiencia docente y gerencial en educación superior no menor a cinco (5) años. c) No registrar antecedentes penales. 	

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 17

Funciones: Área Administrativa

Área: Área Administrativa	
Cargo: Jefe Área Administrativa	Plazas:01
<p>Funciones Primarias:</p> <p>El órgano de Apoyo, está constituida por la Unidad Administrativa, depende del Director General y se responsabiliza del personal a su cargo</p> <p>Funciones Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Gestionar y proveer los recursos necesarios para la óptima gestión institucional b) Elaborar , ejecutar y evaluar el presupuesto de la institución c) Administrar los bienes y recursos institucionales d) Informar a las autoridades y a la comunidad educativa sobre el manejo de los recursos y bienes institucionales e) Adecuar a la realidad institucional el texto único de procedimientos administrativos para el IESTP-Huando. f) Planificar, coordinar, ejecutar y controlar la administración de los bienes y materiales, así como los recursos financieros y económicos. 	
<p>Línea de Dependencia:</p> <p>Reporta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Director General <p>Tiene mando directo :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contabilidad - Vigilancia - Mantenimiento 	
<p>Requisitos mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Título profesional en la Carrera de Administración b) Experiencia en el área que le compete no menor a cinco (5) años. c) No registrar antecedentes penales. 	

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 18

Funciones: Contabilidad

Área: Contabilidad	
Cargo: Contador	Plazas:01
<p>Funciones Primarias:</p> <p>El contador del IESTP "IMAGO, debe realizar el control operativo, administrativo, financiero y de gestión de la compañía. Velar por los intereses del negocio en lo concerniente a efectividad y control del costo o gasto, analizando y controlando la rentabilidad y proponiendo la maximización de los resultados por áreas.</p>	
<p>Funciones Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Velar por los intereses de la compañía, identificando oportunamente las necesidades de liquidez o, en caso contrario, la óptima rentabilidad de los excesos de Liquidez b) Controlar los saldos de efectivo de la empresa y de lo recaudado a nivel nacional por el servicio de seguridad y otros. c) Realizar la medición de la rentabilidad por Sucursales. d) Sugerir la optimización permanente de estructuras de personal, alineadas a la estrategia del negocio. e) Definir, optimizar, re-diseñar y coordinar la implementación de un sistema de control interno efectivo que permita una labor fluida y un costo adecuado. 	
<p>Línea de Dependencia:</p> <p>Reporta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jefe Área Administrativa <p>Tiene mando directo :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Caja 	
<p>Requisitos mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Título profesional en la Carrera en Ciencias contables y financieras. b) Experiencia en el área que le compete no menor a tres (3) años. c) No registrar antecedentes penales. 	

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 19

Funciones: Caja

Área: Caja	
Cargo: Cajero	Plazas:01
<p>Funciones Primarias:</p> <p>El cajero se encarga de recibir y cobrar dinero por los servicios recibidos por los estudiantes matriculados y pensiones, para ello posee un software cuyos requerimientos son básicamente de rapidez en la atención.</p>	
<p>Funciones Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Al final del día el cajero se encarga de imprimir el consolidado de caja en el cual figuran todos los ingresos diarios incluidos los ingresos en efectivo y en tarjetas de crédito. b) Abrir el punto de venta en los horarios establecidos. c) Verificar que el fondo de caja esté completo al recibirlo y antes de entregarlo. d) Mantener un adecuado surtido de menudo para dar vueltos. e) Entregar al Supervisor o gerente de Tienda, la caja de depósito con el efectivo recaudado. f) Conciliar, clasificar y realizar el depósito de los valores de contado y crédito recaudados en el día. g) Cooperar activamente con la seguridad y vigilancia de activos de la empresa. h) Participar en la toma física de inventarios periódicos. 	
<p>Línea de Dependencia:</p> <p>Reporta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jefe Área Administrativa 	
<p>Requisitos mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Grado académico o egresados de la Carrera de contabilidad. b) Experiencia no menor a un (1) año. c) No registrar antecedentes penales. 	

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 20

Funciones: Vigilancia

Área: Vigilancia	
Cargo: Vigilante	Plazas:07
<p>Funciones Primarias:</p> <p>Supervisar los puestos de servicio asignados por medio de inspecciones y controles</p> <p>Funciones Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Verificar el cumplimiento de los sistemas de seguridad en cada unidad a su cargo. b) Verificar el buen estado de funcionamiento de los equipos e implementos de seguridad tales como radios, teléfonos, armamento, munición y otros accesorios, asignados en las unidades a su cargo. c) Deberá informarse en los procesos de relevos sobre las nuevas disposiciones y consignas emanadas de los clientes o de manera interna. 	
<p>Línea de Dependencia:</p> <p>Reporta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jefe Área Administrativa 	
<p>Requisitos mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Experiencia en el área que le compete no menor a tres (3) años. b) No registrar antecedentes penales. 	

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 21

Funciones: Mantenimiento

Área: Mantenimiento	
Cargo: Personal de Mantenimiento	Plazas:01
<p>Funciones Primarias:</p> <p>Velar por que las instalaciones de la empresa se encuentren en perfecto estado de orden y limpieza.</p> <p>Funciones Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Velar por el buen funcionamiento de los baños y comedor. con la finalidad de brindar un ambiente estable y seguro a todo el personal que labora en la empresa. b) Velar por reparaciones o trabajos de mantenimiento a ser ejecutado en las instalaciones de la empresa. c) Asegurar la realización de los procesos de mantenimiento, de acuerdo al Sistema de Gestión de la Calidad de la Organización y a la normativa vigente. d) Elaboración de presupuestos de gastos, que permitan tener mayor organización y control en sus funciones. 	
<p>Línea de Dependencia:</p> <p>Reporta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jefe Área Administrativa 	
<p>Requisitos mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Experiencia en el área que le compete no menor a tres (3) años. b) No registrar antecedentes penales 	

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 22

Funciones: Área Académica

Área: Área Académica	
Cargo: Jefe Área Académica	Plazas:01
<p>Funciones Primarias:</p> <p>El Jefe del Área Académica cumple la función de Coordinar con la Unidad Académica y a la vez con los docentes de la especialidad a su cargo, a fin de viabilizar el normal desarrollo académico, así mismo asesora a los docentes y alumnos de su Área, está integrado por equipos de docentes y estudiantes, es dirigido por un Jefe de Área.</p>	
<p>Funciones Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Planificar, organizar, ejecutar, supervisar, monitorear y evaluar las actividades, prácticas pre profesionales y servicios académicos propios de la carrera y programas a su cargo. b) Planificar, organizar, ejecutar, supervisar, monitorear y evaluar los proyectos de investigación que la institución planifique como resultado de la priorización de los mismos, así como de los proyectos de investigación que realicen los alumnos para su titulación. c) Aplicar la normatividad técnico pedagógica correspondiente a la carrera. d) Mejorar la calidad profesional del equipo de profesores a su cargo e) Coordinar con el equipo de tutores y con delegados del aula 	
<p>Línea de Dependencia:</p> <p>Reporta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Director General <p>Tiene mando directo :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Secretaria Académica - Docentes 	
<p>Requisitos mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Título profesional en la Carrera de educación b) Experiencia docente y gerencial en educación superior no menor de cinco (5) años. c) No registrar antecedentes penales. 	

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 23

Funciones: Secretaría Académica

Área: Secretaría Académica	
Cargo: Secretario Académico	Plazas:01
<p>Funciones Primarias:</p> <p>La secretaria Académica es la encargada de recepcionar a los interesados en la Carrera de Diseño Gráfico, y llevar a cabo las matriculas</p>	
<p>Funciones Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Registra y da trámite a los documentos remitidos por las diferentes áreas de la empresa. b) Lleva la relación de citas, llamadas telefónicas, reuniones y entrevistas de la Autoridades del Instituto. c) Redacta y revisa la correspondencia y otros documentos, tomando en cuenta las indicaciones del Titular. d) Atención y orientación al personal administrativo, trabajadores en general sobre aspectos inherentes a la Empresa. e) Redacción de cartas memorandos, oficios, y otros documento. 	
<p>Línea de Dependencia:</p> <p>Reporta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jefe Área Administrativa <p>Tiene mando directo :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Docentes 	
<p>Requisitos mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Título profesional técnico en secretariado ejecutivo. b) Experiencia laboral no menor a tres (3) años. c) No registrar antecedentes penales. 	

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 24

Funciones: Docente

Área: Docencia	
Cargo: Docentes	Plazas:01
<p>Funciones Primarias:</p> <p>Los docentes del IESTP "IMAGO" son: profesionales con nivel académico actualizado, responsabilidad, ética profesional, liderazgo y visión de futuro, capaces de tomar decisiones, resolver problemas y orientar su gestión a formar profesionales críticos y reflexivos para un mundo en constante cambio, enmarcados en el perfil profesional.</p> <p>Los Formadores del IESTP "IMAGO" desarrollan la labor docente en la institución; lo que implica el desempeño de funciones de enseñanza-aprendizaje, investigación, proyección social, capacitación, producción intelectual, promoción de la cultura, creación y promoción del arte, producción de bienes, prestación de servicios y otras de acuerdo con los principios y fines de la Institución.</p>	
<p>Funciones Específicas:</p> <ol style="list-style-type: none"> Planificar, organizar, ejecutar y evaluar el desarrollo de la programación curricular, en coordinación con los docentes responsables de las respectivas áreas académicas. Ejercer la docencia con responsabilidad, ética profesional y dominio disciplinar actualizado. Asesorar y supervisar la práctica pre-profesional. Promover y participar en proyectos productivos, pedagógicos, artísticos de investigación, innovación o de extensión comunal, dentro de su carga académica. 	
<p>Línea de Dependencia:</p> <p>Reporta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jefe Área Académica <p>Tiene mando directo :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estudiantes 	
<p>Requisitos mínimos:</p> <ol style="list-style-type: none"> Título profesional en la Carrera que oferta la institución Experiencia en el campo del diseño gráfico/ docencia superior no menor a tres (3) años. No registrar antecedentes penales. 	

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 25

Funciones: Estudiantes

Área: Plana estudiantil	
Cargo: Estudiantes	Plazas:01
<p>Funciones Primarias:</p> <p>El rol del estudiante en el aprendizaje es aprender, principalmente estando consiente de que la formación es personal</p> <p>Funciones Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Asistir a las clases con un conocimiento básico adquirido mediante la lectura e investigación previa b) Interactuar con el docente se aclaren las dudas mediante la pregunta y respuesta, aclarando que el docente es un guía para el aprendizaje c) Reforzar los conocimientos aclarados y adquiridos mediante la lectura e investigación. d) El rol del estudiante en el aprendizaje es aprender, principalmente estando consiente de que la formación es personal 	
<p>Línea de Dependencia:</p> <p>Reporta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Docentes 	
<p>Requisitos mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Estar matriculado en el semestre académico b) Haber culminado satisfactoriamente la educación Básica 	

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 27

Funciones: Área Legal

Área: Área Legal	
Cargo: Asesor Legal	Plazas:01
<p>Funciones Primarias:</p> <p>El asesor legal cumple la función absolver las consultas legales que se presenten en la empresa y resolver coordinar la elaboración de los contratos del personal y con los clientes.</p> <p>Funciones Específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Verificar que los trabajadores reciban todos sus beneficios sociales conforme a ley. b) Capacitar al personal en aspectos legales. c) Presentar recursos judiciales y administrativos según lo requieran los casos. d) Realizar un seguimiento a los diversos procesos legales que se realicen en la empresa 	
<p>Línea de Dependencia:</p> <p>Reporta a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gerente General 	
<p>Requisitos mínimos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Título profesional en la Carrera de Derecho y Ciencias Políticas b) Experiencia no menor a cinco (5) años. c) No registrar antecedentes penales. 	

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

3.4. Calculo de costos de los trabajadores y beneficiados sociales

En los siguientes cuadros presentamos el cálculo de los costos de trabajadores así como el detalle de sus beneficios sociales.

Cuadro N° 28

Calculo de costos de los trabajadores y beneficiados sociales

Cargo / Mano de obra	Régimen	Cantidad	Sueldo	Beneficios Sociales	Total Mensual	Total Anual
Director	Reg. Mype	1	1200.00	162.50	1362.50	16350.00
Jefe del área académica	Reg. Mype	1	1000.00	135.40	1135.40	13624.80
Secretario academico	Reg. Mype	1	800.00	108.33	908.33	10899.96
Docente	R. Honor. x Hora	1	14.00	----	----	----
Vigilancia	R. Honor.	1	450	0.00	450.00	5400.00
Mantenimiento	R. Honor.	1	250	0.00	250.00	3000.00
Cargo / Personal Administrativo	Régimen	Cantidad	Sueldo	Beneficios Sociales	Total Mensual	Total Anual
Gerente general	Reg. Mype	1	1200.00	162.50	1362.50	16350.00
Jefe del área administrativa	Reg. Mype	1	1000.00	135.40	1135.40	13624.80
Asesor legal	R. Honor.	1	700	0.00	700.00	8400.00
Contador	Reg. Mype	1	800.00	135.40	935.40	11224.80
Cajero	R. Honor.	1	500	0.00	500.00	6000.00

Cuadro N° 29

Detalle de costo y horas docente

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Horas Docente	1800	4200	6600	7200	7200	7200	7200
Costo Hora docente	S/. 14.00	S/. 14.70	S/. 15.43	S/. 16.20	S/. 17.01	S/. 17.86	S/. 18.75

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

4. Estudio Técnico

4.1. Tamaño del Proyecto

Cada 6 meses el Instituto Superior Tecnológico Privada “IMAGO”, ofrecerá 25 matrículas por ciclo para estudiantes que deseen estudiar la carrera técnica de Diseño Gráfico. Para la culminación del primer año 75 serán las matrículas abiertas. Y a lo largo de 07 años se brindará 300 matrículas anuales.

4.1.1. Capacidad de Producción

1er año:

- Capacidad normal viable: 75 estudiantes matriculados
- Capacidad máxima: 90 estudiantes matriculados
- Capacidad real: 80 estudiantes matriculados

4.1.2. Tamaño y Mercado

Teniendo en cuenta que el mercado presenta una demanda insatisfecha del 188 matrículas anuales, tan como se ha determinado en el punto 2.5 que muestra el balance demanda – oferta, se ha estructurado el proyecto a fin de que esta cubra el 47.87% de esta demanda

Cuadro N° 30

Tamaño y Mercado

Año Base	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha	Oferta del Proyecto	Participación Demanda Insatisfecha
2014	218	30	188	90	47.87%

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

4.1.3. Tamaño e Inversión

El proyecto contará con una inversión de S/. 46,688.93 y con un préstamo de S/. 18,000.00 nuevos soles que se utilizarán para iniciar el proyecto.

4.2. Localización

4.2.1. Niveles de Localización

Macro localización:

Región: Tacna

Provincia: Tacna

Distrito: Tacna

Micro localización:

Av. Gustavo Pinto N° 50, cercado de Tacna.

4.2.2. Localización

En los siguientes cuadros se califica las localizaciones en donde se tiene planeada la ubicación de ISTP "IMAGO", Av. Bolognesi, Av. Pinto o Ciudad Nueva, basándonos en Cercanía del mercado, Costo y disponibilidad de terrenos, Medios y costos de transporte, Disponibilidad y costo de mano de obra y Disponibilidad de agua, energía y otros suministros

Cuadro N° 31

Localización

Factor	Peso	Av. Bolognesi		Av. Pinto		Ciudad Nueva	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Cercanía del mercado	35%	8	2.8	8	2.8	5	1.75
Costo y disponibilidad de terrenos	20%	4	0.8	10	2	6	1.2
Medios y costos de transporte	25%	8	2	8	2	4	1
Disponibilidad y costo de mano de obra	10%	7	0.7	7	0.7	6	0.6
Disponibilidad de agua, energía y otros suministros	10%	8	0.8	8	0.8	8	0.8
Totales	100%		7.1		8.3		5.35

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

4.3. Proceso Productivos

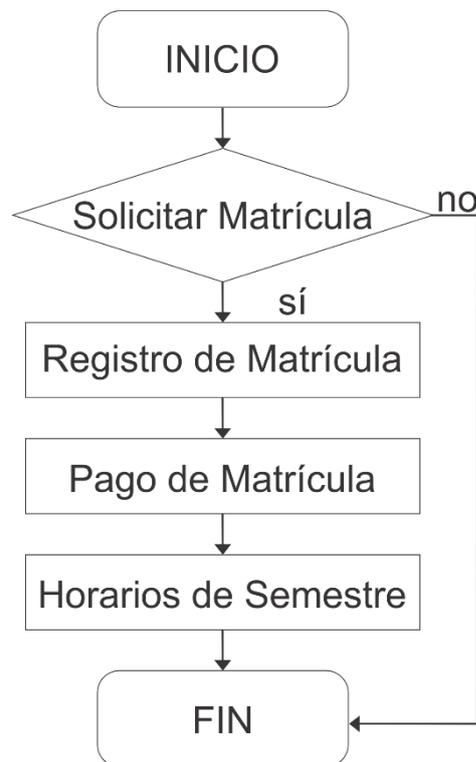
4.3.1. Diagrama de Proceso

Proceso de matrícula

Al iniciar el proceso de matrícula, el primer paso que deben realizar los estudiantes es solicitar la matrícula en la oficina de Secretaría Académica de "IMAGO", al confirmarse su matrícula, seguidamente se deberá realizar el registro del estudiante, los pagos correspondientes en caja y la coordinación de los horarios. En el caso de que no hubiera cupo el estudiante no podrá matricularse.

Gráfico N° 02

Proceso de matrícula

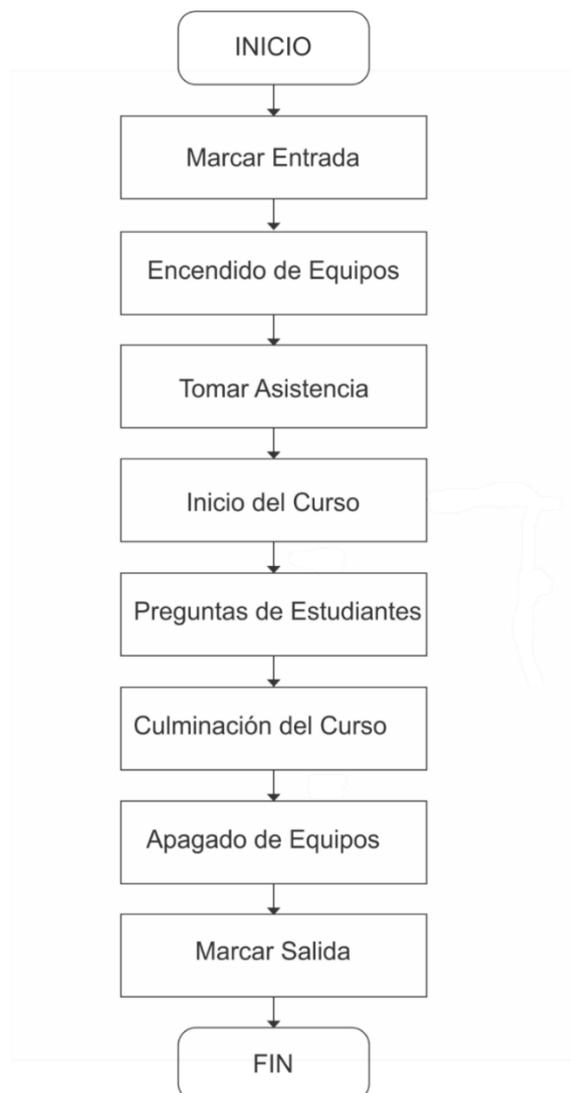


Proceso Clase

En el proceso de las clases, los docentes deben iniciar marcando su asistencia puntualmente, dirigirse a los laboratorios, encender los equipos que necesitará durante la clase. Tomar asistencia los estudiantes, y posteriormente dar inicio al tema previamente planeado para dicha clase, seguidamente incentivar al estudiante a plantear preguntas, culminar el tema, apagado de equipos y marcar la salida del docente.

Gráfico N° 03

Proceso Clase



4.4. Requerimiento del proceso

4.4.1. Requerimientos de Infraestructura

Cuadro N° 32

Requerimientos de Infraestructura

Infraestructura	Unidad	Cantidad	Ambientes	Propiedad
Oficinas administrativa	m2	20	1	Alquilado
Laboratorios de cómputo	m2	50	3	Alquilado

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

4.4.2. Requerimientos del mobiliario y equipo

Cuadro N° 33

Requerimientos del mobiliario y equipo

Equipo y mobiliario de Laboratorios	Unidad	Cantidad	Vida útil
Pizarra	Unidad	3	7 años
E-Cran	Unidad	3	7 años
Escritorios	Unidad	93	8 años
Sillas	Unidad	93	8 años
Procesador de Internet	Unidad	3	7 años
Programas Informáticos	Unidad	6	Leasing
Proyector	Unidad	3	Leasing
Computadora	Unidad	93	Leasing
Equipo y mobiliario de administrativo	Unidad	Cantidad	Vida útil
Escritorios	Unidad	2	8 años
Sillas	Unidad	4	8 años
Procesador de Internet	Unidad	1	7 años
Armarios	Unidad	2	8 años
Computadora	Unidad	2	Leasing

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

4.4.3. Requerimientos Alumnos/Ciclo**Cuadro N° 34**

Requerimientos Alumnos/Ciclo

Detalle	Unidad	Cantidad
Ficha de matricula	Unidad	1
Recibo	Unidad	1
Hojas	Unidad	3
Impresión	Unidad	3
Mota	Unidad	1
Plumones	Unidad	1
Lapiceros	Unidad	1
Agua	m3	2
Energía eléctrica	Kwh	90
Docente	Horas	500

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5. Estudio Financiero

5.1. Inversión

En este rubro presentamos los gastos que se realizan en el año 0, es decir antes de la activación del proyecto. Este está compuesto por el activo intangible, el activo fijo y el capital de trabajo.

5.1.1. Inversión fija tangible

Los valores presentados en el siguiente cuadro corresponde la compra de activos fijos necesarios para el funcionamiento del plan. Estos valores incluyen la compra propiamente dicha, los fletes y costos de instalación.

Cuadro N° 35

Inversión Fija Tangible

Equipo y mobiliario de producción	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Monto
Pizarra	Unidad	3	S/. 139.00	S/. 417.00
E-Cran	Unidad	3	S/. 750.00	S/. 2,250.00
Escritorios	Unidad	93	S/. 180.00	S/. 16,740.00
Sillas	Unidad	93	S/. 75.00	S/. 6,975.00
Procesador de Internet	Unidad	3	S/. 300.00	S/. 900.00
Equipo y mobiliario de administrativo	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Monto
Escritorios	Unidad	2	S/. 280.00	S/. 560.00
Sillas	Unidad	4	S/. 140.00	S/. 560.00
Procesador de Internet	Unidad	1	S/. 300.00	S/. 300.00
Armarios	Unidad	2	S/. 320.00	S/. 640.00
Total inversión fija tangible				S/. 29,342.00

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.1.2. Inversión fija intangible

En el siguiente cuadro se muestra la inversión de los activos constituidos por servicios o derechos adquiridos que son indispensables para ejecutar el plan de negocios.

Cuadro N° 36

Inversión Fija Intangible

Detalle	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Monto
Organización	Unidad	1	S/. 485.00	S/. 485.00
Patentes	Unidad	1	S/. 350.00	S/. 350.00
Licencias	Unidad	1	S/. 214.70	S/. 214.70
Total inversión fija intangible				S/. 1,049.70

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.1.3. Capital de trabajo

De acuerdo al método de ciclo productivo y tomando en cuenta que el periodo entre el inicio del plan de negocios y la recepción del efectivo por las ventas realizadas es de 1 mes, el cálculo del capital de trabajo es como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 37

Capital de Trabajo

Detalle	Monto
Materiales	S/. 33.30
Mano de obra	S/. 4,162.50
Costos indirectos de producción	S/. 2,852.99
Gastos de ventas	S/. 6,000.00
Gastos administrativos	S/. 3,247.90
Total Capital de Trabajo	S/. 16,296.69

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.1.4. Inversión total

En este rubro presentamos los gastos que se realizarán en el momento cero, es decir antes de la puesta en marcha del plan de negocios. Ellos son necesarios para poder iniciar la vida del proyecto de manera adecuada.

Cuadro N° 38

Inversión Total

Inversión	Monto	Porcentaje
Inversión fija tangible	S/. 29,342.00	62.85%
Inversión fija intangible	S/. 1,049.70	2.25%
Capital de trabajo	S/. 16,296.69	34.91%
Inversión Total	S/. 46,688.39	100.00%

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.2. Ingresos

5.2.1. Ingresos por venta

Estos ingresos están conformados por la venta de los servicios ofertados. Estos se observan de manera detallada en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 39

Ingresos por ventas

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Matricula	S/. 3,750.00	S/. 9,275.00	S/. 15,400.00	S/. 17,700.00	S/. 18,600.00	S/. 19,800.00	S/. 21,000.00
Pensiones	S/. 93,750.00	S/. 230,125.00	S/. 380,875.00	S/. 436,500.00	S/. 459,000.00	S/. 483,000.00	S/. 508,500.00
Ingresos por venta	S/. 97,500.00	S/. 239,400.00	S/. 396,275.00	S/. 454,200.00	S/. 477,600.00	S/. 502,800.00	S/. 529,500.00

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.2.2. Valor residual

En este rubro presentamos los ingresos obtenidos por la venta del activo tangible al término de su vida útil y/o al final del horizonte de evaluación del proyecto.

Cuadro N° 40

Valor Residual

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Valor Residual	S/. 0.00	S/. 3,184.38					
Total	S/. 0.00	S/. 3,184.38					

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.2.3. Recuperación del capital de trabajo

En el siguiente cuadro mostramos los ingresos obtenidos por la recuperación del capital de trabajo al final del horizonte de evaluación, es decir al final del año 5.

Cuadro N° 41

Recuperación del capital de trabajo

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Recuperación del capital de trabajo	S/. 0.00	S/. 16,296.69					
Total	S/. 0.00	S/. 16,296.69					

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.3. Costos

A continuación mostramos los costos a los que incurrirá el proyecto establecidos en los cinco años de vida del proyecto.

5.3.1. Materiales

A continuación se presentan los costos en los que se incurrirá anualmente en los materiales a ser utilizados.

En este caso se ha considerado una inflación del 5.0% correspondiente al promedio anual del rubro.

Cuadro N° 42

Costo de materiales unitario

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Ficha de matricula	S/. 2.25	S/. 5.25	S/. 8.25	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00	S/. 9.00
Recibo	S/. 11.25	S/. 26.25	S/. 41.25	S/. 45.00	S/. 45.00	S/. 45.00	S/. 45.00
Hojas	S/. 22.50	S/. 52.50	S/. 82.50	S/. 90.00	S/. 90.00	S/. 90.00	S/. 90.00
Impresión	S/. 337.50	S/. 813.75	S/. 1,320.00	S/. 1,485.00	S/. 1,530.00	S/. 1,575.00	S/. 1,620.00
Mota	S/. 9.00	S/. 9.45	S/. 9.90	S/. 10.38	S/. 10.89	S/. 11.43	S/. 12.00
Plumones	S/. 15.00	S/. 15.75	S/. 16.53	S/. 17.34	S/. 18.18	S/. 19.08	S/. 20.01
Lapiceros	S/. 2.10	S/. 2.19	S/. 2.28	S/. 2.37	S/. 2.46	S/. 2.58	S/. 2.70
Costo total	S/. 399.60	S/. 925.14	S/. 1,480.71	S/. 1,659.09	S/. 1,705.53	S/. 1,752.09	S/. 1,798.71

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 43

Costo total de materiales

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Materiales	S/. 399.60	S/. 925.14	S/. 1,480.71	S/. 1,659.09	S/. 1,705.53	S/. 1,752.09	S/. 1,798.71
Costo total - materiales	S/. 399.60	S/. 925.14	S/. 1,480.71	S/. 1,659.09	S/. 1,705.53	S/. 1,752.09	S/. 1,798.71

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.3.2. Mano de obra

En el siguiente cuadro, se presentan los costos de mano de obra.

Cuadro N° 44

Mano de Obra

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Director	S/. 16,350.00	S/. 16,350.00	S/. 16,350.00	S/. 16,350.00	S/. 16,350.00	S/. 16,350.00	S/. 16,350.00
Jefe del área academica	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 13,624.80	S/. 13,624.80	S/. 13,624.80	S/. 13,624.80
Secretario academico	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 10,899.96				
Docente	S/. 25,200.00	S/. 61,740.00	S/. 101,838.00	S/. 116,640.00	S/. 122,472.00	S/. 128,592.00	S/. 135,000.00
Vigilancia	S/. 5,400.00	S/. 5,400.00	S/. 5,400.00	S/. 5,400.00	S/. 5,400.00	S/. 5,400.00	S/. 5,400.00
Mantenimiento	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00	S/. 3,000.00
Costo total - Mano de obra	S/. 49,950.00	S/. 86,490.00	S/. 137,487.96	S/. 165,914.76	S/. 171,746.76	S/. 177,866.76	S/. 184,274.76

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.3.3. Costos indirectos de producción

En este rubro se detallan los costos indirectos de producción a los que incurrirá el proyecto en el transcurso de 5 años.

Cuadro N° 45

Costos indirectos de Producción

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Alquiler de inmueble	S/. 21,600.00						
Leasing de equipos	S/. 10,584.00	S/. 15,624.00					
Agua	S/. 114.68	S/. 280.00	S/. 462.00	S/. 528.00	S/. 552.00	S/. 576.00	S/. 600.00
Energía eléctrica	S/. 1,937.25	S/. 4,725.00	S/. 7,672.50	S/. 8,640.00	S/. 8,910.00	S/. 9,180.00	S/. 9,450.00
Costo total - Costos indirectos	S/. 34,235.93	S/. 42,229.00	S/. 45,358.50	S/. 46,392.00	S/. 46,686.00	S/. 46,980.00	S/. 47,274.00

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.3.4. Depreciación y amortización

En el siguiente cuadro presentamos los costos a los que incurrirá el proyecto.

Cuadro N° 46

Depreciación y amortización

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Depreciación	S/. 3,736.80						
Amortización de intangibles	S/. 149.96						
Costo total	S/. 3,886.76						

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.3.5. Costos totales

En el siguiente cuadro presentamos los costos a los que incurrirá el proyecto.

Cuadro N° 47

Costos Totales

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Materias	S/. 399.60	S/. 925.14	S/. 1,480.71	S/. 1,659.09	S/. 1,705.53	S/. 1,752.09	S/. 1,798.71
Mano de obra	S/. 49,950.00	S/. 86,490.00	S/. 137,487.96	S/. 165,914.76	S/. 171,746.76	S/. 177,866.76	S/. 184,274.76
Costos indirectos de producción	S/. 34,235.93	S/. 42,229.00	S/. 45,358.50	S/. 46,392.00	S/. 46,686.00	S/. 46,980.00	S/. 47,274.00
Depreciación y amortización	S/. 3,886.76	S/. 3,886.76	S/. 3,886.76	S/. 3,886.76	S/. 3,886.76	S/. 3,886.76	S/. 3,886.76
Costo total	S/. 88,472.29	S/. 133,530.90	S/. 188,213.93	S/. 217,852.61	S/. 224,025.05	S/. 230,485.61	S/. 237,234.23

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

5.4. Gastos

A continuación mostramos los gastos a los que incurrirá el proyecto establecidos en los cinco años de vida del proyecto.

5.4.1. Gastos de venta

A continuación se presentan los gastos de ventas en los que se incurrirá anualmente, los cuales están relacionados con la distribución y comercialización del servicio.

Cuadro N° 48

Gastos de Venta

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Publicidad	S/. 12,000.00	S/. 7,000.00	S/. 7,350.00	S/. 7,717.50	S/. 8,103.38	S/. 8,508.54	S/. 8,933.97
Merchandising	S/. 8,000.00	S/. 2,300.00	S/. 2,415.00	S/. 2,535.75	S/. 2,662.54	S/. 2,795.66	S/. 2,935.45
Gastos de venta	S/. 20,000.00	S/. 9,300.00	S/. 9,765.00	S/. 10,253.25	S/. 10,765.91	S/. 11,304.21	S/. 11,869.42

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.4.2. Gastos administrativos

En el cuadro siguiente se muestran todos los gastos administrativos que tendrá que realizar la empresa.

Cuadro N° 49

Gastos Administrativos

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Gerente general	S/. 16,350.00						
Jefe del área administrativa	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 13,624.80	S/. 13,624.80	S/. 13,624.80	S/. 13,624.80
Asesor legal	S/. 8,400.00						
Contador	S/. 11,224.80						
Cajero	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00
Materiales de oficina	S/. 3,000.00	S/. 3,150.00	S/. 3,307.50	S/. 3,472.88	S/. 3,646.52	S/. 3,828.84	S/. 4,020.29
Ingresos por venta	S/. 38,974.80	S/. 39,124.80	S/. 39,282.30	S/. 59,072.48	S/. 59,246.12	S/. 59,428.44	S/. 59,619.89

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.4.3. Gastos financieros

La empresa ha solicitado un préstamo bancario de 18 000 nuevos soles a una tasa de 1.81% mensual y por un periodo de 24 meses, consecuencia del cual se realizarán los siguientes pagos por concepto de intereses.

Cuadro N° 50

Datos de Préstamo

Tasa efectiva anual	24.00%
Tasa mensual	1.81%
Cuotas	24
Monto del préstamo	S/. 18,000.00
Monto de la cuota	S/. 931.19

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 51

Cronograma de Cuotas

Mes	Capital	Intereses	Cuota	Saldo
0				S/. 18,000.00
1	S/. 605.61	S/. 325.58	S/. 931.19	S/. 17,394.39
2	S/. 616.57	S/. 314.62	S/. 931.19	S/. 16,777.82
3	S/. 627.72	S/. 303.47	S/. 931.19	S/. 16,150.11
4	S/. 639.07	S/. 292.12	S/. 931.19	S/. 15,511.04
5	S/. 650.63	S/. 280.56	S/. 931.19	S/. 14,860.41
6	S/. 662.40	S/. 268.79	S/. 931.19	S/. 14,198.01
7	S/. 674.38	S/. 256.81	S/. 931.19	S/. 13,523.63
8	S/. 686.58	S/. 244.61	S/. 931.19	S/. 12,837.05
9	S/. 699.00	S/. 232.19	S/. 931.19	S/. 12,138.05
10	S/. 711.64	S/. 219.55	S/. 931.19	S/. 11,426.41
11	S/. 724.51	S/. 206.68	S/. 931.19	S/. 10,701.90
12	S/. 737.62	S/. 193.57	S/. 931.19	S/. 9,964.29
13	S/. 750.96	S/. 180.23	S/. 931.19	S/. 9,213.33
14	S/. 764.54	S/. 166.65	S/. 931.19	S/. 8,448.79
15	S/. 778.37	S/. 152.82	S/. 931.19	S/. 7,670.42
16	S/. 792.45	S/. 138.74	S/. 931.19	S/. 6,877.97
17	S/. 806.78	S/. 124.41	S/. 931.19	S/. 6,071.19
18	S/. 821.37	S/. 109.81	S/. 931.19	S/. 5,249.81
19	S/. 836.23	S/. 94.96	S/. 931.19	S/. 4,413.58
20	S/. 851.36	S/. 79.83	S/. 931.19	S/. 3,562.23
21	S/. 866.76	S/. 64.43	S/. 931.19	S/. 2,695.47
22	S/. 882.43	S/. 48.75	S/. 931.19	S/. 1,813.04
23	S/. 898.39	S/. 32.79	S/. 931.19	S/. 914.64
24	S/. 914.64	S/. 16.54	S/. 931.19	S/. 0.00
Total	S/. 18,000.00	S/. 4,348.50	S/. 22,348.50	

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Cuadro N° 52

Gastos Financieros

Intereses por creditos	S/. 3,138.54	S/. 1,209.96	S/. 0.00				
Leasing	S/. 1,058.40	S/. 1,562.40					
Total	S/. 4,196.94	S/. 2,772.36	S/. 1,562.40				

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.5. Estados financieros

A continuación mostramos el estado de ganancias y pérdidas, así como el flujo de caja económico y financiero del proyecto.

5.5.1. Estado de ganancias y pérdidas

En el siguiente cuadro se puede apreciar el estado de ganancias y pérdidas del proyecto para los cinco años

Cuadro N° 53

Estado de ganancias y pérdidas

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Ingresos	S/. 97,500.00	S/. 239,400.00	S/. 396,275.00	S/. 454,200.00	S/. 477,600.00	S/. 502,800.00	S/. 529,500.00
Costos	-S/. 88,472.29	-S/. 133,530.90	-S/. 188,213.93	-S/. 217,852.61	-S/. 224,025.05	-S/. 230,485.61	-S/. 237,234.23
Utilidad bruta	S/. 9,027.71	S/. 105,869.10	S/. 208,061.07	S/. 236,347.39	S/. 253,574.95	S/. 272,314.39	S/. 292,265.77
Gastos de venta	-S/. 20,000.00	-S/. 9,300.00	-S/. 9,765.00	-S/. 10,253.25	-S/. 10,765.91	-S/. 11,304.21	-S/. 11,869.42
Gastos administrativos	-S/. 38,974.80	-S/. 39,124.80	-S/. 39,282.30	-S/. 59,072.48	-S/. 59,246.12	-S/. 59,428.44	-S/. 59,619.89
Utilidad operativa	-S/. 49,947.09	S/. 57,444.30	S/. 159,013.77	S/. 167,021.66	S/. 183,562.92	S/. 201,581.74	S/. 220,776.46
Gastos financieros	-S/. 4,196.94	-S/. 2,772.36	-S/. 1,562.40				
Utilidad antes de impuestos	-S/. 54,144.02	S/. 54,671.93	S/. 157,451.37	S/. 165,459.26	S/. 182,000.52	S/. 200,019.34	S/. 219,214.06
Impuestos (30%)	S/. 16,243.21	-S/. 16,401.58	-S/. 47,235.41	-S/. 49,637.78	-S/. 54,600.16	-S/. 60,005.80	-S/. 65,764.22
Utilidad neta	-S/. 37,900.82	S/. 38,270.35	S/. 110,215.96	S/. 115,821.49	S/. 127,400.36	S/. 140,013.54	S/. 153,449.84

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.5.2. Flujo de caja económico

En el siguiente cuadro se puede apreciar flujo de caja económico del proyecto para los siete años.

Cuadro N° 54

Flujo de Caja Económico

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Ingresos								
Ingresos por ventas		S/. 97,500.00	S/. 239,400.00	S/. 396,275.00	S/. 454,200.00	S/. 477,600.00	S/. 502,800.00	S/. 529,500.00
Ingresos por valor residual		S/. 0.00	S/. 3,184.38					
Total Ingresos		S/. 97,500.00	S/. 239,400.00	S/. 396,275.00	S/. 454,200.00	S/. 477,600.00	S/. 502,800.00	S/. 532,684.38
Egresos								
Materiales		-S/. 399.60	-S/. 925.14	-S/. 1,480.71	-S/. 1,659.09	-S/. 1,705.53	-S/. 1,752.09	-S/. 1,798.71
Mano de obra		-S/. 49,950.00	-S/. 86,490.00	-S/. 137,487.96	-S/. 165,914.76	-S/. 171,746.76	-S/. 177,866.76	-S/. 184,274.76
Costos indirectos de producción		-S/. 34,235.93	-S/. 42,229.00	-S/. 45,358.50	-S/. 46,392.00	-S/. 46,686.00	-S/. 46,980.00	-S/. 47,274.00
Gastos de venta		-S/. 20,000.00	-S/. 9,300.00	-S/. 9,765.00	-S/. 10,253.25	-S/. 10,765.91	-S/. 11,304.21	-S/. 11,869.42
Gastos administrativos		-S/. 38,974.80	-S/. 39,124.80	-S/. 39,282.30	-S/. 59,072.48	-S/. 59,246.12	-S/. 59,428.44	-S/. 59,619.89
Impuestos		S/. 13,818.10	-S/. 18,399.32	-S/. 48,870.16	-S/. 51,272.53	-S/. 56,234.90	-S/. 61,640.55	-S/. 68,354.28
Total egresos		-S/. 129,742.23	-S/. 196,468.26	-S/. 282,244.63	-S/. 334,564.10	-S/. 346,385.22	-S/. 358,972.05	-S/. 373,191.06
Capital								
Inversión	S/. 46,688.39							
Recuperación de capital de trabajo		S/. 0.00	S/. 16,296.69					
Total capital	-S/. 46,688.39	S/. 0.00	S/. 16,296.69					
Flujo de caja económico	-S/. 46,688.39	-S/. 32,242.23	S/. 42,931.74	S/. 114,030.37	S/. 119,635.90	S/. 131,214.78	S/. 143,827.95	S/. 175,790.01

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

5.5.3. Flujo de caja financiero

En el siguiente cuadro se puede apreciar flujo de caja financiero del proyecto para los cinco años.

Cuadro N° 55

Flujo de Caja Financiero

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Ingresos								
Ingresos por ventas		S/. 97,500.00	S/. 239,400.00	S/. 396,275.00	S/. 454,200.00	S/. 477,600.00	S/. 502,800.00	S/. 529,500.00
Ingresos por valor residual		S/. 0.00	S/. 3,184.38					
Total Ingresos		S/. 97,500.00	S/. 239,400.00	S/. 396,275.00	S/. 454,200.00	S/. 477,600.00	S/. 502,800.00	S/. 532,684.38
Egresos								
Materiales		-S/. 399.60	-S/. 925.14	-S/. 1,480.71	-S/. 1,659.09	-S/. 1,705.53	-S/. 1,752.09	-S/. 1,798.71
Mano de obra		-S/. 49,950.00	-S/. 86,490.00	-S/. 137,487.96	-S/. 165,914.76	-S/. 171,746.76	-S/. 177,866.76	-S/. 184,274.76
Costos indirectos de producción		-S/. 34,235.93	-S/. 42,229.00	-S/. 45,358.50	-S/. 46,392.00	-S/. 46,686.00	-S/. 46,980.00	-S/. 47,274.00
Gastos de venta		-S/. 20,000.00	-S/. 9,300.00	-S/. 9,765.00	-S/. 10,253.25	-S/. 10,765.91	-S/. 11,304.21	-S/. 11,869.42
Gastos administrativos		-S/. 38,974.80	-S/. 39,124.80	-S/. 39,282.30	-S/. 59,072.48	-S/. 59,246.12	-S/. 59,428.44	-S/. 59,619.89
Impuestos		S/. 15,077.18	-S/. 17,567.61	-S/. 48,401.44	-S/. 50,803.81	-S/. 55,766.18	-S/. 61,171.83	-S/. 67,885.56
Total egresos		-S/. 128,483.15	-S/. 195,636.55	-S/. 281,775.91	-S/. 334,095.38	-S/. 345,916.50	-S/. 358,503.33	-S/. 372,722.34
Capital								
Inversión	S/. 46,688.39							
Recuperación de capital de trabajo		S/. 0.00	S/. 16,296.69					
Total capital	-S/. 46,688.39	S/. 0.00	S/. 16,296.69					
Deuda								
Préstamo	S/. 18,000.00							
Amortización de deuda		-S/. 8,035.71	-S/. 9,964.29	S/. 0.00				
Gastos financieros		-S/. 4,196.94	-S/. 2,772.36	-S/. 1,562.40				
Total deuda	S/. 18,000.00	S/. 12,232.65	S/. 12,736.65	S/. 1,562.40				
Flujo de caja financiero	-S/. 28,688.39	-S/. 18,750.50	S/. 56,500.10	S/. 116,061.49	S/. 121,667.02	S/. 133,245.90	S/. 145,859.07	S/. 177,821.13

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

6. Evaluación

6.1. Determinación de la tasa de descuento

En el siguiente cuadro se muestra el cálculo realizado para la obtención del costo de capital propio, el cual será utilizado para la evaluación económica y el costo promedio ponderado de capital, el cual será utilizado para la evaluación financiera del proyecto.

Cuadro N° 56

Costo de Capital Propio

Fórmula:	$CCP = R_f + (R_m - R_f) \beta + RP$	
Datos:	R_f	1.7700%
	(R_m-R_f)	5.80%
	β Educación	1.13
	RP	1.58%
Costo de capital propio:	CPP =	9.90%

Cuadro N° 57

Costo de promedio ponderado de capital.

Fórmula:	$CPPC = \frac{CP}{CP + D} * (CCP) + \frac{D}{CP + D} * CD * (1 - Imp)$	
Datos:	CP	S/. 28,688.39
	D	S/. 18,000.00
	CPP	9.90%
	CD	24.00%
	Imp	30%
Costo de capital propio:	CPP =	12.56%

6.2. Evaluación económica

En el siguiente cuadro se detallan los principales indicadores de la evaluación económica que demuestran en conjunto la factibilidad del proyecto.

Cuadro N° 58
Evaluación Económica.

Indicador	Valor	Interpretación
Valor actual neto económico	S/. 381,619.04	El VAN Económico es mayor a 1 por lo tanto se acepta el plan.
Tasa interna de retorno económica	74.55%	El TIR Económico es mayor a la tasa de descuento por lo tanto se acepta el plan.
Beneficio / Costo económico	S/. 3.62	El B/C Económico es mayor a 1 por lo tanto se acepta el plan.
Periodo de recuperación de la inversión	2.47	La inversión se recuperará en 2.69 años.

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

6.3. Evaluación financiera

En el siguiente cuadro se detallan los principales indicadores de la evaluación financiera que demuestran en conjunto la factibilidad del proyecto.

Cuadro N° 59
Evaluación Financiera

Indicador	Valor	Interpretación
Valor actual neto financiero	S/. 379,520.08	El VAN Financiero es mayor a 1 por lo tanto se acepta el plan.
Tasa interna de retorno financiera	109.88%	El TIR Financiero es mayor a la tasa de descuento por lo tanto se acepta el plan.
Beneficio / Costo financiero	S/. 3.55	El B/C Financiero es mayor a 1 por lo tanto se acepta el plan.

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

6.4. Punto de equilibrio

En el siguiente cuadro se detallan los principales indicadores de la evaluación financiera que demuestran en conjunto la factibilidad del proyecto.

Cuadro N° 60
Punto de equilibrio

Punto de equilibrio	Años						
	1	2	3	4	5	6	7
Matricula	115	131	160	185	180	175	171
Pensiones	573	656	801	927	902	877	854
Alumnos por salón	38	19	15	15	15	15	14

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

7. Diagnóstico (matriz FODA)

Cuadro N° 61

Matriz FODA

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p>	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Institución de Gestión Privada 2. Única institución con especialización en el área del diseño gráfico en la localidad 3. Equipos informáticos actualizados y ambientes adecuados para el desarrollo de las actividades académicas. 4. Demanda de estudios técnicos por el corto tiempo de formación académica. 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Empresa nueva en el mercado 2. Costo mayor al de la competencia 3. Limitado personal docente especializado en la localidad 4. Deserción estudiantil
<p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p> <p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado laboral con demanda para los egresados 2. Convenios estratégicos con instituciones públicas y privadas 3. Interés de los estudiantes por las artes y la publicidad 4. Alza en la economía en la región 5. Cursos paralelos relacionados al diseño gráfico 6. Intensa actividad económica en la localidad 7. Redes sociales 	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS – OPORTUNIDADES (FO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Creación de cursos libres como diseño, fotografía ya que tenemos los equipos y ambientes necesarios (F3 – O5) 2. Incentivar a la plana estudiantil a realizar trabajos freelance al culminar los estudios (F3 – O1,4) 3. Resaltar la especialización en el diseño gráfico a través de publicidad en las redes sociales (F2 – O3,7) 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES - DEBILIDADES (DO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar convenios para traer a la ciudad docentes capacitados en la especialidad (con el instituto superior Thomas Jefferson de Arequipa). (D3 – O2) 2. Realizar convenios con instituciones públicas y privadas (D4 – O1,2)
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento en el costo de los equipos técnicos necesarios 2. Continuos cambios en las normas legales y educativas modernas 3. Cursos libres en instituciones de la competencia 4. Padres que deciden sobre la educación de sus hijos 	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS – AMENAZAS (FA)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Resaltar la especialización en el diseño gráfico para convencer a los padres de familia (F1 – A4) 2. Equipos, ambientes y cursos especializados que la competencia no tiene (F3 – A3) 3. Administración y gestión privada (F1 – A2) 	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES – AMENAZAS (DA)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Organizar capacitaciones continuas para docentes y personal administrativo con respecto a los cambios legales (D3 – A2) 2. Asegurar la alta calidad de la carrera técnica de diseño gráfico con el seguimiento de los egresados(D2-A3,4) 3. Organizar diplomados, cursos y seminarios dirigidos a instituciones públicas y privadas para traer eminencias del diseño gráfico (D1,3 – A1,3)

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

8. Plan de marketing

8.1. Producto

El Instituto Superior Tecnológico Privado, también llamado Escuela de Diseño Gráfico "Imago"

8.2. Posicionamiento

IMAGO se caracteriza por su especialización en el diseño gráfico, así como la alta calidad en el servicio que ofrece a los estudiantes egresados de la ciudad de Tacna.

Se intenta lograr posicionarse como el mejor instituto de la localidad, debido a que somos la primera institución que desarrolla esta línea educativa en la región, así mismo tenemos presos accesibles, equipamiento tecnológico y ambientes necesarios para desarrollar las actividades académicas.

8.3. Manual de Identidad

Es un documento en el que se diseñan las líneas maestras de la imagen de una compañía, servicio, producto o institución. En él, se definen las normas que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos de la compañía.

8.4. Justificación de plan de marketing

En la actualidad, la competitividad de productos o servicios, es necesaria para estar alerta con las exigencias y expectativas que el mercado ofrece, para ello, es muy importante asegurar o prever el éxito de una organización por medio del uso de técnicas y herramientas ventajosas para lograr sus fines.

Desde la perspectiva anteriormente señala, un plan de marketing como herramienta vital cobra importancia para la toma de decisiones en la iniciación, crecimiento y permanencia de un producto o servicio en el mercado. Por tal motivo, el presente proyecto sigue la aplicación de conceptos y herramientas

para lograr tomar decisiones que permitan el posicionamiento del Instituto Superior Tecnológico Privado "IMAGO".

En los siguientes puntos del presente documento, se establecerán los objetivos y estrategias del marketing para llegar a los fines previamente indicados.

8.5. Objetivo de Marketing

Cautivar el 47.87% equivalente a 188 matrículas, proyectado con anterioridad de la demanda no satisfecha

8.5.1. Venta

Las ventas de la Escuela de Diseño Gráfico "IMAGO" en ventas se proyecta en S/. 97,500.00 para el primer año.

8.5.2. Ganancia

En el primer año de funcionamiento de Imago no se registrarán ganancias, por otro lado para el segundo año de IMAGO se obtendrá S/. 38,270.35 de utilidad neta

8.5.3. Tiempo

Se determinó que el tiempo para la rentabilidad de este proyecto está planeado para siete años.

8.5.4. Participación de ventas

Utilizaremos como método para la fijación del precio el método del Mark-Up, el cual consiste en aumentar al costo del servicio un margen de utilidad.

8.5.5. Posición

"IMAGO" es el único instituto en su género, por tal motivo se situará como el primer lugar del mercado en su área.

8.6. Estrategias de marketing

8.6.1.Segmentación

El mercado al que está dirigido “IMAGO”, es principalmente estudiantes que hayan culminado satisfactoriamente la educación básica regular.

De los distritos de:

- Tacna
- Gregorio Albarracín
- Alto de la Alianza
- Ciudad Nueva
- Pocollay

Segmentación por Nivel Socio económico: B, C y D

Segmentación Geográfica: Provincia de Tacna

Segmentación Demográfica: Edad: 16 a 18 años, Género: Hombres y Mujeres

8.6.2.Perfil del Consumidor del servicio o producto

El consumidor de Imago son jóvenes estudiantes, creativos, innovadores, con gusto por las artes y la publicidad, que deseen obtener el título de técnico profesional en Diseño Gráfico.

8.6.3.Posicionamiento

El Instituto Superior Tecnológico Privado “IMAGO” se diferencia por su especialización, excelentes docentes capacitados, Material tecnológico e infraestructura necesaria, que permitirá desarrollar todas las actividades académicas. Estará en contacto con el Ministerio de Educación así como con diferentes Instituciones que permitirán el crecimiento de IMAGO y sus estudiantes.

8.6.4. Estrategias Competitivas

Para este proyecto la estrategia que utilizaremos será estrategias de diferenciación, la cual busca establecer un vínculo entre compradores y la marca de la empresa, posicionando las cualidades de producto y minimizando el efecto del precio en la decisión de compra.

9. Campaña Publicitaria

9.1. Denominación

Campaña Publicitaria de lanzamiento del Instituto Superior Tecnológico Privado "IMAGO", planificada entre los meses de agosto y septiembre del 2016, en la ciudad de Tacna

9.2. Objetivos

- Atrae la atención de 50 estudiantes egresados de educación secundaria
- Lanzar la campaña de publicitaria, la cual se divide en dos etapas: se iniciará con la campaña publicitaria denominada Teaser o de intriga, para posteriormente develar el servicio que ofrecemos en una campaña de develamiento.
- Generar intriga, aumentar la expectación, despertar la curiosidad
- Atrae el interés del público objetivo
- Posicionarse como una la primera escuela de Diseño Gráfico en Tacna

9.3. Descripción de las Herramientas

a) Banner

- Formato: Banner
- Cantidad: 04 unidades
- Diseño: Creativo e innovador
- Tipo: Gigantografía
- Estilo: Intriga
- Tamaño: 3 m x 2 m
- Contenido: (datos de la empresa)
- Colores: Cian, Magenta, Amarillo y negro
- Distribución: Se ubicarán en la calle
 - Av. Leguía con Av. Varela
 - Av. Bolognesi con Calle Ayacucho
 - Av. Cuzco (Distrito Gregorio Albarracín)
 - Av. Gustavo Pinto (Mercadillo Polvos Rosados)

b) Papelería

- Logo de la Escuela Superior de Diseño Gráfico “IMAGO”
 - Diseño por: Bach. Daniela Martinez Palza
 - Colores: cian. magenta, amarillo, blanco y negro
- Tarjetas de presentación
 - Cantidad: Un ciento de tarjetas de 250 grs.
 - Tipo de papel: Opalina
 - Diseño por: Bach. Daniela Martinez Palza
 - Tamaño: 4.5 cm. X 8.00 cm.
 - Colores: cian. magenta, amarillo, blanco y negro

- Tarjetas membretada
 - Cantidad: Un ciento de papel membretado
 - Tipo de papel: Hoja A4 – 80 grs.
 - Diseño por: Bach. Daniela Martinez Palza
 - Tamaño: 29 cm. X 21.7 cm.
 - Colores: cian. magenta, amarillo y negro

c) Graffiti urbano

- Cantidad: 03 graffitis
- Diseño: Artistas callejeros
- Ubicación: Calles más concurridas de Tacna
- Estilo: Persuasión
- Tamaño: 3 m x 2 m
- Contenido: (datos de la empresa)
- Colores: Cian, Magenta, Amarillo y negro

d) Spot audible

- Cantidad: 05 spot audible
- Guión: Bach. Daniela Martinez Palza
- Distribución: Radios con el mismo público objetivo de Imago
- Estilo: Persuasión
- Tiempo: 00:12 – 00:25
- Contenido: Frases del diseño gráfico

e) Brochure

- Cantidad: 200 unidades
- Diseño: Bach. Daniela Martinez Palza
- Contenido: (datos de la empresa)
- Colores: Cian, Magenta, Amarillo y negro

f) Redes Sociales

- Diseño: Bach. Daniela Martinez Palza
- Contenido: (datos de la empresa)
- Colores: Cian, Magenta, Amarillo y negro

g) Página web

- Diseño: Bach. Daniela Martinez Palza
- Contenido: (datos de la empresa)
- Colores: Cian, Magenta, Amarillo y negro

9.4. Cuadro mix de publicidad

Cuadro N° 62
Mix Publicidad

Acción	Función	Continuidad
Elaboración de Brochure	Informar al público sobre los datos de la IMAGO	Del 15 al 20 de junio
Elaboración de Papelería	Presentar al público objetivo la información principal del instituto	Del 15 al 25 de junio
Elaboración de Graffiti Urbano	Captar a los jóvenes y presentar Imago	Del 15 al 19 de junio
Producción de Spot audible	Informar sobre nuestros servicios y convencer a los padres de los estudiantes	Del 15 al 18 de junio
Elaboración Banner	Informar al público sobre los datos de la IMAGO	Del 15 al 18 de junio
Elaboración Redes sociales e imágenes	Presentar e informar al público objetivo y mantenerse en contacto directo	Permanente
Elaboración Página web	Presentar e informar al público objetivo la información principal del instituto	Del 15 de junio al 15 de julio

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

9.5. Cronograma

Cuadro N° 63

Cronograma

Fuente:	Actividad	Fecha
Propia	Elaboración de Brochure	Del 15 al 20 de junio
Elaboración:	Elaboración de Papelería	Del 15 al 25 de junio
	Elaboración de Graffiti Urbano	Del 15 al 19 de junio
	Producción de Spot audible	Del 15 al 18 de junio
Pro	Elaboración Banner	Del 15 al 18 de junio
pia	Elaboración Redes sociales e imágenes	Permanente
	Elaboración Página web	Del 15 de junio al 15 de julio

9.6. Presupuesto

Cuadro N° 64

Presupuesto

Actividad	Continuidad
Elaboración de Brochure	400.00
Elaboración de Papelería	500.00
Elaboración de Graffiti Urbano	200.00
Producción de Spot audible	300.00
Elaboración Banner	300.00
Elaboración Redes sociales e imágenes	-
Elaboración Página web	50.00

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

9.7. Control

Tras el cabal cumplimiento de los términos establecidos en el presente documento, alcanzaremos el éxito, para que la campaña de lanzamiento de la Escuela Superior de Diseño Gráfico “Imago” genere impacto y expectativa en el público objetivo al cual nos dirigimos.

Cuadro N° 65

Control

Acción	Indicadores	Instrumentos	Responsable
Elaboración de logotipo	Diseño, contenido, impacto, alcance	Ficha de validación	Bach. Daniela Martinez Palza
Spot audible	Guión, contenido, impacto, alcance	Ficha de validación	Bach. Daniela Martinez Palza
Elaboración de brochure	Diseño, contenido, impacto, alcance	Ficha de validación	Bach. Daniela Martinez Palza
Elaboración Redes sociales e imágenes	Diseño, contenido, impacto, alcance	Ficha de validación	Bach. Daniela Martinez Palza

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

9.8. Ficha de validación

Cuadro N° 66
Ficha de Validación

VALORACIÓN CRITERIOS DE EVALUACIÓN	0	1	2	3	TOTAL
INVESTIGACIÓN	No investigó, no analizó, no interpretó	Si investigó pero no analizó y no interpretó	Si investigó, si analizó, pero no interpretó	Si investigó, si analizó y sí interpretó correctamente.	3
	No determinó el Target al que va dirigido el mensaje.	Determinó de manera inexacta el Target al que va dirigido el mensaje mediante variables de segmentación. demográficas, geográficas, por nivel socioeconómico y psicográficas	Determinó el Target al que va dirigido el mensaje pero solo considero algunas de las variables de segmentación: demográficas, geográficas, nivel socioeconómico y psicográficas	Determinó de manera exacta el Target al que va dirigido el mensaje mediante variables de segmentación. demográficas, geográficas, por nivel socioeconómico y psicográficas	3

ELEMENTOS DEL DISEÑO GRÁFICO	No usa en forma eficiente los elementos del diseño gráfico (puntos, líneas, contornos, tipografía, colores, fotografías, ilustraciones, iconos) y no está asociado a un concepto comunicacional	Usa en forma eficiente todos los elementos del diseño gráfico (puntos, líneas, contornos, tipografía, colores, fotografías, ilustraciones, iconos) pero no está asociado a un concepto comunicacional.	Usa parcialmente los elementos del diseño gráfico (puntos, líneas, contornos, tipografía, colores, fotografías, ilustraciones, iconos) pero sí está asociado a un concepto comunicacional	Usa en forma eficiente los elementos del diseño gráfico (puntos, líneas, contornos, tipografía, colores, fotografías, ilustraciones, iconos) y está asociado a un concepto comunicacional.	3
VALORACIÓN					
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	0	1	2	3	TOTAL
PRINCIPIOS DEL DISEÑO GRÁFICO	El diseño no presenta ningún principio primarios del diseño gráfico (Principio de Unidad, Equilibrio, Armonía, Proporción y Escala, Jerarquía.)	El diseño presenta menos de tres principios primarios del diseño gráfico (Principio de Unidad, Equilibrio, Armonía, Proporción y Escala, Jerarquía)	El diseño presenta mas de tres principios primarios del diseño gráfico (Principio de Unidad, Equilibrio, Armonía, Proporción y Escala, Jerarquía)	El diseño presenta los principios primarios del diseño gráfico (Principio de Unidad, Equilibrio, Armonía, Proporción y Escala, Jerarquía)	2
	No propone el uso de uno de los principios secundarios: ritmo, acento y reticencia; porque no los conoce	Propone el uso de uno de los principios secundarios: ritmo, acento y reticencia; pero no sustenta su utilidad para lograr el objetivo	No propone el uso de uno de los principios secundarios: ritmo, acento y reticencia ; pero sí sustenta por qué no son de utilidad para lograr el	Propone el uso de uno de los principios secundarios: ritmo, acento y reticencia; y sustenta su utilidad para lograr el objetivo	3

		comunicacion al	objetivo comunicacion al	comunicaci onal	
LEGIBILIDAD y COMPRESI ÓN DEL DISEÑO	El diseño no se lee y no se comprende	El diseño se lee parcialmente pero no se comprende	El diseño se lee pero se comprende parcialmente.	El diseño se lee y se comprende	2

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Lic. Marisabel Ruffrán Palza

Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

Falabella Seguros – Área de Marketing

Cuadro N° 67
 Ficha de Validación

VALORACIÓN CRITERIOS DE EVALUACIÓN	0	1	2	3	TOTAL
INVESTIGACIÓN	No investigó, no analizó, no interpretó	Si investigó pero no analizó y no interpretó	Si investigó, si analizó, pero no interpretó	Si investigó, si analizó y sí interpretó correctamente.	3
	No determinó el Target al que va dirigido el mensaje.	Determinó de manera inexacta el Target al que va dirigido el mensaje mediante variables de segmentación. demográficas, geográficas, por nivel socioeconómico y psicográficas	Determinó el Target al que va dirigido el mensaje pero solo considero algunas de las variables de segmentación: demográficas, geográficas, nivel socioeconómico y psicográficas	Determinó de manera exacta el Target al que va dirigido el mensaje mediante variables de segmentación. demográficas, geográficas, por nivel socioeconómico y psicográficas	3

ELEMENTOS DEL DISEÑO GRÁFICO	No usa en forma eficiente los elementos del diseño gráfico (puntos, líneas, contornos, tipografía, colores, fotografías, ilustraciones, iconos) y no está asociado a un concepto comunicacional	Usa en forma eficiente todos los elementos del diseño gráfico (puntos, líneas, contornos, tipografía, colores, fotografías, ilustraciones, iconos) pero no está asociado a un concepto comunicacional.	Usa parcialmente los elementos del diseño gráfico (puntos, líneas, contornos, tipografía, colores, fotografías, ilustraciones, iconos) pero sí está asociado a un concepto comunicacional	Usa en forma eficiente los elementos del diseño gráfico (puntos, líneas, contornos, tipografía, colores, fotografías, ilustraciones, iconos) y está asociado a un concepto comunicacional.	3
VALORACIÓN					
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	0	1	2	3	TOTAL
PRINCIPIOS DEL DISEÑO GRÁFICO	El diseño no presenta ningún principio primario del diseño gráfico (Principio de Unidad, Equilibrio, Armonía, Proporción y Escala, Jerarquía.)	El diseño presenta menos de tres principios primarios del diseño gráfico (Principio de Unidad, Equilibrio, Armonía, Proporción y Escala, Jerarquía)	El diseño presenta más de tres principios primarios del diseño gráfico (Principio de Unidad, Equilibrio, Armonía, Proporción y Escala, Jerarquía)	El diseño presenta los principios primarios del diseño gráfico (Principio de Unidad, Equilibrio, Armonía, Proporción y Escala, Jerarquía)	3

	No propone el uso de uno de los principios secundarios: ritmo, acento y reticencia; porque no los conoce	Propone el uso de uno de los principios secundarios: ritmo, acento y reticencia; pero no sustenta su utilidad para lograr el objetivo comunicacional	No propone el uso de uno de los principios secundarios: ritmo, acento y reticencia ; pero sí sustenta por qué no son de utilidad para lograr el objetivo comunicacional	Propone el uso de uno de los principios secundarios: ritmo, acento y reticencia; y sustenta su utilidad para lograr el objetivo comunicacional	3
LEGIBILIDAD y COMPRENSIÓN DEL DISEÑO	El diseño no se lee y no se comprende	El diseño se lee parcialmente pero no se comprende	El diseño se lee pero se comprende parcialmente.	El diseño se lee y se comprende	2

Fuente: Propia
Elaboración: Propia

Bach. Karina Zapata Elera

Ciencias de la Comunicación Social

UPT Radio Universidad, Coordinación

10. Conclusiones

- La creación del instituto superior de Diseño Gráfico es un proyecto viable y rentable, ya que la inversión se recuperará a partir del segundo año de funcionamiento, como se ha observado en el estudio financiero del presente proyecto.
- Tras realizar los estudios respectivos se ha considerado que “IMAGO” es una idea de negocio factible y rentable
- Con la creación del instituto Superior de Diseño Gráfico “IMAGO” la calidad de los trabajos realizados por los diseñadores tacneños elevará su nivel.

11. Sugerencias

- Implementar la imprenta “IMAGO PRINTS” con el fin de generar más ganancias.
- Implementar grupos estudiantiles de proyección y responsabilidad social
- Crear alianzas estratégicas con diferentes instituciones públicas y privadas, a nivel nacional.

12. Bibliografía

- Yacomuzzi, Paula (2012), Logo: Construction, del boceto al diseño final, Reditar libros, España
- Sherin, Aris (2012), Elementos del Diseño, Fundamentos del Color, Parramón Paidotribo, España
- Grupo Epsa, (2010), Hábitos de Consumo: Diversidad de Colores, Grupo Epsa, Perú
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2014), Tacna - Compendio Estadístico 2012-2013, Biblioteca Nacional del Perú, Perú
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2014), Indicadores de Educación por Departamento, 2002 - 2013, Biblioteca Nacional del Perú, Perú

13. Anexos

13.1. Manual de Identidad

13.2. Brochure

DISEÑO GRÁFICO

- 1 Dibujo Artístico
Diseño Digital I
Apreciación del Arte
Creatividad
Narrativa Audiovisual
Comunicación
Matemática
- 2 Fundamentos Visuales
Comunicación Social
Diseño Digital Editorial
Edición Digital
Dibujo Artístico II
Ilustración Editorial
Nuevas Tecnologías
- 3 Diseño Digital II
Marketing y Publicidad
Fundamentos Visuales II
Comunicación Corporativa
Portafolio Gráfico
Fotografía General
Animación Digital 2D
- 4 Prensa
Creatividad II
Identidad Corporativa
Edición Digital
Fotografía Publicitaria
Animación 3D I
Diseño Web
- 5 Prensa II
Diseño Publicitario
Marcas Patentes
Ilustración Publicitaria II
Etiquetas y Empaques
Multimedia
Animación Digital 3D II
- 6 Gestión de Prensa
Campañas publicitarias
Ilustración Publicitaria III
Intervención Espacios Públicos
Videojuegos Web
Espacios 3D
Innovación Tecnológica

APRENDE...

LLámanos : 952 XXX XXX Visítanos : Av. Pinto Nº50

CREE Y CREA

Diseñadores de Piezas Gráficas Creativas y de Excelente Calidad Técnica

CERTIFICACIÓN

Fundamentos del Diseño
Ilustración y Producción Gráfica
Dirección de Arte

3 años

Talleres de Diseño Gráfico.
 Estudios de Diseño y Consultoría de Imagen.
 Empresas de Pre-prensa, Prensa y Producción Gráfica.
 Empresas de Marketing, Comunicación y de Servicios Publicitarios.
 Desarrollo de empresa propia.
 Trabajos de consultoría / Freelance.

13.3. Graffiti Urbano



13.4. Spot Audible

- Las mejores ideas vienen como chistes. Haz tus pensamientos tan divertidos como puedas. IMAGO Escuela de Diseño Gráfico

Tiempo: 00:20 Fondo: Renegade (Instrumental) - Cimorelli

- Las computadoras son para diseñar, como los microondas para cocinar. IMAGO Escuela de Diseño Gráfico

Tiempo: 00:19 Fondo: Cooking Show Infolicious

- Creatividad es permitirse cometer errores. Diseño es saber con cuales te quedas. IMAGO Escuela de Diseño Gráfico

Tiempo: 00:28 Fondo: That Girl Should be me - Cimorelli

- ¿Tomas Algo para ser Feliz? Si, Decisiones. IMAGO Escuela de Diseño Gráfico.

Tiempo: 00:22 Fondo: Rather be - Clean Bandit (cover)

- Soy tan guapo que Photoshop se retoca para verme. IMAGO Escuela de Diseño Gráfico.

Tiempo: 00:17 Fondo: Problem - Ariana Grande ft. Iggy Azalea (cover)

13.5. Banner



13.6. Redes Sociales

Facebook



Twitter



13.7. Página Web



HOJA DE CALIFICACIÓN

Luego de sustentada la tesis de intervención titulada:

**“CREACIÓN DE UN INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO DE DISEÑO
GRÁFICO Y PUBLICIDAD”**

Por el Bachiller: DANIELA DE LOURDES MARTINEZ PALZA

Obtuvo la calificación de

Los jurados fueron:

Presidente: _____

Secretario: _____

Vocal: _____

Tacna, _____ de _____ del 2016

Firma y Sello del Secretario Académico