

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA**  
**SEDE HEREDIA**

**ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN  
GERENCIA**

**PARA OPTAR POR EL GRADO ACADÉMICO DE  
BACHILLERATO**

**ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE  
LA EMPRESA “THE FAST LEARNING” EN EL MERCADO  
ONLINE, PARA ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN EL  
PRIMER CUATRIMESTRE DEL AÑO 2017**

**ELABORADO POR JOSHUA VARGAS DE LA O**

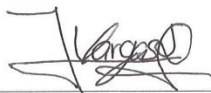
**AÑO**

**2017**

DECLARACIÓN JURADA

Yo Joshua Vargas De la O, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 115840660 egresado de la carrera de Administración de Negocios de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Bachillerato, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: Análisis de la factibilidad para la creación de la empresa "fast learning" en el mercado online para estudiantes universitarios para el primer cuatrimestre del 2017

es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. en fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los 26 días del mes de Mayo del año dos mil diecisiete.



Firma del estudiante

Cédula 115840660

## CARTA DEL TUTOR

San José, 29 de Marzo de 2017

**Facultad de Ciencias Económicas**  
**Universidad Hispanoamericana**

Estimado señor:

El estudiante Joshua Vargas de la O, cédula de identidad número 1-1584-0660, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado ANALISIS DE LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA "THE FAST LEARNING" EN EL MERCADO ONLINE, PARA ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN EL PRIMER CUATRIMESTRE DEL AÑO 2017, el cual ha elaborado para optar por el grado académico de bachillerato

En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

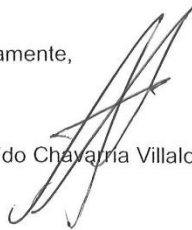
De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10%
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	17%
C)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30%
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20%
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20%
	TOTAL		97%

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,

Luis Fdo Chayarría Villalobos  
Tutor



19 de mayo del 2017

**Universidad Hispanoamericana**  
**Sede Heredia**  
**Administración de Negocios**

**Estimado señor**

La estudiante JOSHUA VARGAS DE LA O cedula 1-1584-0660 me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **"ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA "THE FAST LEARNING" EN EL MERCADO ONLINE, PARA ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN EL PRIMER CUATRIMESTRE DEL AÑO 2017...."**, el cual han elaborado para obtener su grado de Bachillerato en Administración de Negocios.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados y la coherencia entre éstos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

Atte.

  
Licda. Jessica Mayers Marin  
Ced 9-0106-0748

---

## CARTA DE REVISIÓN DEL FILÓLOGO

San José, 26 de mayo del 2017.

SEÑORES  
UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

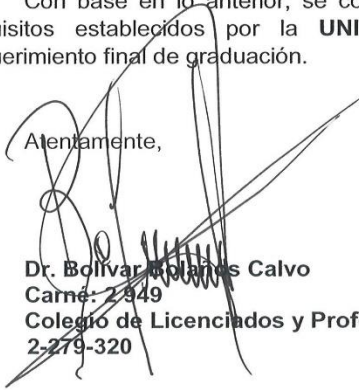
Estimados señores:

Hago constar que he revisado el trabajo de **PROYECTO DE GRADUACIÓN** del estudiante **JOSHUA VARGAS DE LA O**, denominado **ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA "THE FAST LEARNING" EN EL MERCADO ONLINE, PARA ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN EL PRIMER CUATRIMESTRE DEL AÑO 2017**, para optar por el grado de **BACHILLERATO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN GERENCIA**.

He revisado errores gramaticales, de puntuación, ortográficos y de estilo que se manifiestan en el documento escrito, y verificado que estos fueron corregidos por el autor.

Con base en lo anterior, se considera que dicho trabajo cumple con los requisitos establecidos por la **UNIVERSIDAD** para ser presentado como requerimiento final de graduación.

Atentamente,



Dr. Bolívar Rojas Calvo  
Carne: 2349  
Colegio de Licenciados y Profesores  
2-279-320

## AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIAS

A mi madre, Elieth De La O Salazar, por ayudarme con su guía y constante motivación para alcanzar mis metas, como lo es esta investigación que me ayudará a obtener mi título de bachillerato en la carrera de administración con énfasis en gerencia. Además, agradecer por su apoyo económico durante este proceso.

También, agradecer a mi tutor de tesis Luis Chavarría Villalobos, por su guía y sus recomendaciones para la realización de esta tesina.

## Tabla de contenido

### Contenido

CAPÍTULO I.....	14
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	15
1.1.2 PROBLEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
1.1.4 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL.....	18
1.3 OBJETIVOS.....	19
CAPÍTULO II.....	22
MARCO TEÓRICO.....	22
2.1 CONTEXTO HISTÓRICO.....	23
2.1.1 CONTEXTO HISTÓRICO NACIONAL.....	23
2.1.2 CONTEXTO HISTÓRICO INTERNACIONAL.....	25
2.2 CONTEXTO TEÓRICO.....	27
2.2.1 PROYECTOS DE INVERSIÓN.....	27
2.2.2 EVALUACIÓN DE PROYECTOS.....	27
2.2.3 TIPOLOGIA DE LOS PROYECTOS.....	27
2.2.4 EL ESTUDIO DEL PROYECTO COMO PROCESO CICLICO.....	28
2.2.5 EL ESTUDIO DE MERCADO.....	31
2.2.6 EL ESTUDIO TÉCNICO.....	34
2.2.7 EL ESTUDIO FINANCIERO.....	39
CAPÍTULO III.....	43
MARCO METODOLÓGICO.....	43
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	44
3.1.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN SEGÚN SAMPIERI.....	44
3.1.2 DIMENSIÓN TEMPORAL.....	45
3.1.3 MARCO.....	45
3.1.4 TIPOS DE ENFOQUE.....	46

3.2 SUJETOS Y FUENTES DE INFORMACIÓN .....	47
3.2.1 FUENTES PRIMARIAS .....	47
3.2.2 FUENTES SECUNDARIAS .....	48
3.3 SELECCIÓN DEL MUESTREO .....	48
3.3.1 MUESTREO PROBABILÍSTICO .....	48
3.3.2 MUESTREO NO PROBABILISTICO .....	48
3.3.3 LA MUESTRA .....	49
TAMAÑO DE LA MUESTRA .....	49
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN .....	51
3.4.1 ESCALA DE LIKERT .....	51
3.4.2 ESCALOGRAMA DE GUTTMAN.....	52
3.4.3 DIFERENCIAL SEMÁNTICO.....	52
3.4.4 TÉCNICA CUANTITATIVA .....	52
3.4.5 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS DESDE EL ÁMBITO CUALITATIVO.....	53
3.5 DEFINICIÓN CONCEPTUAL, OPERATIVA E INSTRUMENTAL DE LAS VARIABLES.....	54
CAPÍTULO IV .....	58
ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	58
4.1 RESULTADOS DEL OBJETIVO 1 .....	59
EL CONSUMIDOR Y LAS DEMANDAS .....	59
LA COMPETENCIA Y LAS OFERTAS DE MERCADO .....	63
LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO .....	65
LOS PROVEEDORES.....	65
EL MERCADO EXTERNO COMO CONTEXTO DE COMPETENCIA Y OPORTUNIDADES.....	66
ANÁLISIS DE LAS PREGUNTAS DE LAS ENCUESTAS.....	66
CAPÍTULO V .....	103
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	103
5.1 OBJETIVO NÚMERO UNO: VALORAR EL MERCADO META Y SUS ELEMENTOS PARA LA EMPRESA “FAST LEARNING” MEDIANTE UN ESTUDIO DE MERCADO. ....	104

5.2 OBJETIVO NÚMERO DOS: ESTIMAR EL MONTO Y COSTOS DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “FAST LEARNING” MEDIANTE UN ESTUDIO TECNICO.....	104
LOCALIZACIÓN.....	104
EL TAMAÑO DEL PROYECTO .....	105
INVERSIONES .....	107
MATERIA PRIMA .....	110
COSTOS DE OPERACIÓN Y PRODUCCIÓN .....	111
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS, SEGÚN SU COMPORTAMIENTO Y CÁLCULO DEL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN POR VENTA.....	118
PLAN DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO .....	120
PUNTO DE EQUILIBRIO .....	130
5.2.1 CONCLUSIONES.....	131
5.2.2 RECOMENDACIONES.....	132
5.3 OBJETIVO NÚMERO 3: EVALUAR FINANCIERAMENTE LAS INVERSIONES PARA CONOCER LA RENTABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “FAST LEARNING” MEDIANTE UN ESTUDIO FINANCIERO.....	132
FLUJO DE EFECTIVO .....	132
4.3.2 VALOR ACTUAL NETO .....	140
4.3.3 TASA INTERNA DE RETORNO .....	141
4.3.2 PERIODO DE RECUPERACIÓN .....	143
5.3.1 Conclusiones.....	144
5.3.2 RECOMENDACIONES.....	144
BIBLIOGRAFÍA.....	147
BIBLIOGRAFÍA CITADA .....	147
BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA.....	148
ANEXOS .....	150

## Tabla de cuadros

CUADRO 1 .....	49
CUADRO 2 .....	50
CUADRO 3 .....	51
CUADRO 4 .....	55
CUADRO 5 .....	60
CUADRO 6 .....	61
CUADRO 7 .....	64
CUADRO 8 .....	64
CUADRO 9 .....	106
CUADRO 10 .....	110
CUADRO 11 .....	111
CUADRO 12 .....	112
CUADRO 13 .....	113
CUADRO 14 .....	113
CUADRO 15 .....	115
CUADRO 16 .....	116
CUADRO 17 .....	117
CUADRO 18 .....	119
CUADRO 19 .....	120
CUADRO 20 .....	122
CUADRO 21 .....	123
CUADRO 22 .....	123
CUADRO 23 .....	124
CUADRO 24 .....	124
CUADRO 25 .....	124
CUADRO 26 .....	125
CUADRO 27 .....	126
CUADRO 28 .....	126
CUADRO 29 .....	127
CUADRO 30 .....	128
CUADRO 31 .....	128
CUADRO 32 .....	129
CUADRO 33 .....	129
CUADRO 34 .....	129
CUADRO 35 .....	132
CUADRO 36 .....	133
CUADRO 37 .....	136
CUADRO 38 .....	137
CUADRO 39 .....	138

CUADRO 40.....	138
CUADRO 41.....	139
CUADRO 42.....	140
CUADRO 43.....	141
CUADRO 44.....	142
CUADRO 45.....	142
CUADRO 46.....	143

## Tabla de gráficos

GRÁFICO 1	Titulos otorgados por las universidades .....	62
GRÁFICO 2	Estudios universitarios .....	67
GRÁFICO 3	Tipo de universidad donde estudia .....	68
GRÁFICO 4	Edad.....	71
GRÁFICO 5	Genero.....	72
GRÁFICO 6	Carrera universitaria.....	73
GRÁFICO 7	Estado Civil.....	75
GRÁFICO 8	Trabaja actualmente.....	76
GRÁFICO 9	Lugar de residencia .....	78
GRÁFICO 10	Domina un segundo idioma .....	79
GRÁFICO 11	Idiomas que domina.....	81
GRÁFICO 12	Nivel de dominio del segundo idioma.....	81
GRÁFICO 13	Le gustaria aprender un segundo idioma .....	83
GRÁFICO 14	Considera importante el dominio de un segundo idioma .....	85
GRÁFICO 15	Importancia de un segundo idioma para un empleo.....	86
GRÁFICO 16	Importancia de la practica conversacional .....	87
GRÁFICO 17	Atractivo tener video clases, practicas y vocabulario .....	89
GRÁFICO 18	Aprender un segundo idioma via online.....	90
GRÁFICO 19	Ventas posibles.....	91
GRÁFICO 20	Conocimientos universitarios en un segundo idioma .....	93
GRÁFICO 21	Posibilidad de practica conversacional .....	94
GRÁFICO 22	Periodos de ventas.....	95
GRÁFICO 23	Rangos de precios dispuestos a pagar.....	97
GRÁFICO 24	Dispuestos a pagar 100 000 colones anuales.....	98
GRÁFICO 25	Medio de pago .....	100
GRÁFICO 26	Aspectos ha tomar en cuenta.....	101

## Tablas

TABLA 1 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 1 .....	67
TABLA 2 Valor porcentual y absoluto de l resultado de la prengunta 2 .....	68
TABLA 3 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 3 .....	70
TABLA 4 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 4 .....	72
TABLA 5 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 5 .....	73
TABLA 6 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 6 .....	74
TABLA 7 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 7 .....	76
TABLA 8 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 8 .....	77
TABLA 9 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 9 .....	79
TABLA 10 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 10 .....	80
TABLA 11 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 11 .....	81
TABLA 12 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 12 .....	83
TABLA 13 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 13 .....	84
TABLA 14 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 14 .....	86
TABLA 15 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 15 .....	87
TABLA 16 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 16 .....	88
TABLA 17 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 17 .....	90
TABLA 18 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 18 .....	91
TABLA 19 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 19 .....	92
TABLA 20 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 20 .....	93
TABLA 21 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 21 .....	95
TABLA 22 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 22 .....	96
TABLA 23 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 23 .....	98
TABLA 24 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 24 .....	99
TABLA 25 Valor porcentual y absoluto del resultado de la pregunta 25 .....	101

## **CAPÍTULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

Según declaraciones de la Ministra de Educación Pública (MEPT), Sonia Marta Mora, el INGLÉS es un punto débil en la educación pública y que esto se debe, principalmente, a la falta de capacitación del personal docente como también la falta de práctica conversacional en las aulas.

Según los medios nacionales dominar un segundo idioma no solo garantiza la obtención de un empleo bien remunerado. Además, Vanessa Gibson directora de Desarrollo Corporativo y Clima de Inversión de Coalición Costarricense de Iniciativas para el Desarrollo (Cinde) dice que dominar un segundo idioma es una obligación y no un plus.

Además de esto, es importante mencionar que existe para los estudiantes universitarios de carreras relacionadas con ciencias económicas e ingenierías una demanda por parte de las empresas reclutadoras de un dominio de un segundo idioma, que, por lo general, se trata del inglés, francés o portugués y que actualmente en el mercado no existe ninguna plataforma o academia que se dedique a brindar un servicio especializado para esta población.

El presente trabajo está enfocado en determinar la factibilidad en la creación de una empresa, la cual necesitara invertir en una página web para la realización de comercio electrónico, en este caso, se trata de la venta de anualidades o suscripciones a la página web. De tal manera, que la información suministrada

tiene como propósito de cuestionarnos si el mercado hace factible dicho proyecto de inversión.

### **1.1.2 PROBLEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA**

Esta propuesta de inversión engloba factores que deben de tomarse en consideración, ya que estos factores mantienen una relación importante para el éxito de dicho proyecto.

Esta empresa tendrá como segmento de mercado a los profesionales y estudiantes universitarios que tiene como intención aprender un nuevo idioma que le permita salir al mercado laboral y obtener mejores opciones, ya que esta página web les permitirá a estos ver videoclases de sus carreras, hacer practicar en otro idioma, pero también puede ser útil para cualquier persona que tenga el deseo de aprender otro idioma. Sin embargo, surge la duda de si este segmento de mercado está dispuesto a aprender un segundo idioma mediante una página web, ya que pueden haber personas que prefieran aprender inglés mediante clases presenciales o también por el motivo de que alguna parte de este segmento de mercado no cuenta con acceso a internet o no cuentan con una computadora para hacer uso de esta página web.

Para la realización de este proyecto debe contratarse a una empresa que se encargue del diseño y desarrollo de la página web de comercio electrónico. Por tal motivo, se tiene la interrogante de si esta inversión tiene la capacidad futura de

generar el rendimiento deseado para recuperar la inversión inicial y generar las utilidades suficientes para reinvertir y hacer crecer el negocio. Además, este factor nos hace preguntar ¿Si la empresa que es contratar diseñar y desarrollar esta página web con las especificaciones que se desean para llegar a nuestro segmento de mercado?

### **1.1.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

La idea de la creación de esta empresa supone un buen margen de utilidad, ya que este modelo de negocio permite llegar a más clientes sin realizar mucho esfuerzo, además este modelo tiene como característica que para brindar el servicio al cliente no debe invertirse en materias primas por unidad vendida, lo cual hace imaginar que no existen un costo variable por el servicio brindado al cliente.

A pesar de esto la creación de la empresa “The fast learning” carece de estudios técnicos y financieros para conocer la factibilidad del proyecto de inversión.

### **1.1.4 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

Este trabajo de investigación que consiste en determinar la factibilidad en el proyecto de inversión da aportes importantes a los estudiantes universitarios, los cuales tiene como carrera la administración, ya que este trabajo plantea realizar un estudio de mercado que servirá para llevar a cabo un estudio financiero, en donde se utilizarán diferentes herramientas para conocer la rentabilidad del proyecto de inversión.

De tal manera, este trabajo de investigación aportará al estudiante conocimientos necesarios, los cuales deben ser aplicados antes de emprender un negocio.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL**

¿Cómo se determinará la factibilidad en la creación de la empresa llamada “Fast Learning” en el mercado online para estudiantes universitarios para el primer cuatrimestre del año 2017?

Se realizarán estudios de mercado para conocer la oferta, la competencia y la percepción de un posible cliente ante los servicios que brindará la empresa en su página web con respecto al contenido necesario que será de utilidad para los estudiantes universitarios, en esta página web pretende ponerse a disposición de ellos: videoclases; acerca de temas relacionados con sus carreras universitarias, pero en un segundo idioma, ejercicios y prácticas en un segundo idioma, y una serie de vocabularios importantes de manejar.

Posteriormente se analizarán los costos necesarios en la inversión inicial y se realizará un análisis de punto de equilibrio para conocer cuántas suscripciones son necesarias para cubrir con los costos, esto se desarrollará en el objetivo número 2.

También, se realizarán estudios financieros mediante el uso del valor actual neto, la tasa interna de retorno y periodo de recuperación y de esta forma se determinará la factibilidad del proyecto “fast learning”, que tiene como segmento de mercado a los estudiantes universitarios en el mercado online.

Se pretende por medio de encuestas conocer las preferencias y necesidades de la población que desea aprender un segundo idioma en Costa Rica en el momento de empezar a estudiar; la calidad, la forma de pago, el precio, la duración y la comodidad al respecto con otras alternativas para aprender mediante internet en una página web.

### **1.3 OBJETIVOS**

“Lo que se va a investigar está implícito en el objetivo” (Oviedo, 2016, p.42).

“En primer lugar, es necesario establecer qué pretende la investigación, es decir, cuáles son sus objetivos” (Sampieri, 2014, p.36).

#### **1.3.1 OBJETIVOS GENERALES**

“Está conformado por dos partes la primera A corresponde con el objetivo que estudia incluyendo sus dos o más variables y B remite al marco de referencia o teórico” (Pazos, 2010, p.99).

“Algunos investigadores incorporan, en el objetivo general, las variables, que son las causales del problema” (Pazos, 2010, p.43).

Analizar la factibilidad para la creación de la empresa “Fast learning” en el mercado online, para estudiantes universitarios para el primer cuatrimestre del año 2017.

### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Estos constituyen los pasos de la investigación guardan estrecha relación con la metodología, de modo que cada actividad o tarea que se lleve a cabo responde a un objetivo. (Pazos, 2010, p.99).

Los objetivos específicos que plantea el presente estudio son:

1. Valorar el mercado meta y sus elementos para la empresa “Fast Learning” mediante un estudio de mercado.
2. Estimar el monto y costos de inversión para la creación de la empresa “Fast Learning” mediante un estudio técnico.
3. Evaluar financieramente la inversiones para conocer la rentabilidad para la creación de la empresa “fast learning” mediante un estudio financiero.

## **1.4 ALCANCES Y LIMITACIONES**

### **1.4.1 ALCANCES**

Esta investigación contribuirá a los estudiantes de la carrera de administración de la Universidad Hispanoamericana, porque esta investigación aportará criterios financieros, los cuales deben de ser tomados en consideración a la hora de invertir.

Un alcance de este trabajo de investigación es que este sirve como una guía para emprendedores, ya que muestra factores que influyen en el éxito del negocio.

También, esta información aportará información acerca de los gustos y preferencias de las personas que estudian o desean aprender otro idioma.

### **1.4.2 LIMITACIONES**

Para la realización de este trabajo investigativo, se tiene que llevar a cabo un estudio de mercado para determinar un flujo de efectivo proyectado y con este utilizar herramientas financieras que van a ayudar a conseguir nuestro objetivo, el cual pretende determinar la viabilidad de la inversión. Para determinar dicho flujo de efectivo proyectado y con esto puede suponer que una limitante que puede presentarse la incapacidad de hacer esta encuesta al grupo que se escogerá como muestra.

Para la realización de esta investigación se tuvo la limitación de obtener los datos referentes a la población estudiantil de otras universidades, por lo que las encuestas se aplicaron únicamente en la sede de Heredia de la Universidad Nacional de Costa Rica.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO**

## **2.1 CONTEXTO HISTÓRICO**

### **2.1.1 CONTEXTO HISTÓRICO NACIONAL**

La creación de la empresa “fast learning” pretende el desarrollo de una página web, en donde los estudiantes universitarios o profesionales pueden adquirir sus conocimientos en otro idioma con el objetivo tener más oportunidades en el mercado laboral.

Si bien es cierto la puesta en marcha de esta página web permitiría que diferentes personas puedan estudiar un segundo idioma, pero esta tiene como motivo principal brindar la oportunidad a estudiantes universitarios desarrollar su profesión en un segundo idioma, este proyecto tiene enfocado. Esta empresa que tiene como modelo de negocio el comercio electrónico hará que el mercado meta sean todas las personas que tiene disponibilidad de comprar mediante internet por lo que el contenido de esta página puede ser consumido en diferentes lugares.

Esta iniciativa empezó como una herramienta que sirviera para aprender inglés de manera rápida y autodidacta mediante una metodología de enseñanza única que permite adquirir conocimientos y habilidades para hablar rápidamente. De tal manera que a partir de abril del 2016 se pensó en vender libros que contuvieran esta metodología, primero de manera física y después de manera digital, sin embargo se cambió de forma de negocio hasta llegar a la idea de desarrollar una página web.

Para agosto del 2016 pudieron realizarse ventas suficientes que permitieron reinvertir, lo cual se hizo mediante la aplicación de esta metodología al idioma italiano y alemán.

La misión de este proyecto es crear una empresa que por medio de una página web le permita a los profesionales desarrollar sus carreras universitarias en un segundo idioma, para adquirir mayores oportunidades en el mercado laboral.

La visión de este proyecto de inversión es crear una empresa que se posicione y marque diferencia con relación a otras empresas que se dedican a la enseñanza del idioma inglés, como la mejor opción.

### **2.1.2 CONTEXTO HISTÓRICO INTERNACIONAL**

El E-Learning está vinculado en redes, las cuales lo hacen capaz de actualización instantánea, almacenamiento y recuperación, distribución e intercambio de instrucción o información. 2. Es enviado a un usuario final vía computador, usando tecnología estándar de Internet. 3. Se enfoca en la más amplia visión del aprendizaje soluciones de aprendizaje que van más allá de los paradigmas tradicionales del entretenimiento-” (Rosenberg, 2002, citado por Pineda, E. Plan de negocio y estratégico para la estructuración y puesta en marcha de una empresa de capacitación del idioma inglés).

En la actualidad, vivimos en un mundo globalizado en donde el constante avance tecnológico constituye la parte de entrada al mundo, en diferentes campos, y todo el universo productivo, en donde el inglés es muy importante, el profesional que domine dicho idioma tendrá más oportunidades en lo laboral y podrá mejorar sus oportunidades de superación. De esta forma se podría suponer que el desarrollo de un segundo idioma y en especial el inglés es una necesidad para los profesionales de hoy en día, lo que hace pensar que la creación de la empresa Fast Learning tendrá viabilidad, puesto que brindaría un servicio altamente demandado.

Existen centros de enseñanza de inglés, sin embargo imparten conocimientos de manera general sin ninguna especialización, al no existir un centro de enseñanza especialización del inglés aplicado técnicamente a la carrera

Las características del E-Learning son: la reducción de costos, mejor capacidad de respuesta, contenido a tiempo, escalabilidad y universalidad (Rosenberg, 2002). Dicha características hacen pensar el modelo de negocio planteado es rentable, ya que puede alcanzarse un mayor mercado sin incurrir en altos costos.

## **2.2 CONTEXTO TEÓRICO**

### **2.2.1 PROYECTOS DE INVERSIÓN**

“Un proyecto es, en términos simples, cualquier idea que satisface una necesidad. Existen cuatro etapas en su vida: preinversión, inversión, operación y liquidación” (Lira, 2013, p.14).

Por lo tanto, se entiende que un proyecto de inversión debe ser analizado tomando herramientas financieras demostrando rentabilidad, dichas herramientas estarán presentes en la elaboración de este trabajo.

### **2.2.2 EVALUACIÓN DE PROYECTOS**

“A ese conjunto de antecedentes justificatorios, mediante los cuales se establecen las ventajas y desventajas que tiene la asignación de recursos para una idea o un objetivo determinado se denomina evaluación de proyectos” (Nassir y Sapag, 2014, p. 4).

### **2.2.3 TIPOLOGIA DE LOS PROYECTOS**

Existen dos tipologías que clasifican a los proyectos de inversión. Se clasifican en según la finalidad del estudio o según el objetivo de la inversión.

“Según el objetivo o la finalidad del estudio, es decir, de acuerdo con lo que se espera medir con la evaluación, es posible identificar tres tipos de proyectos que obligan a conocer tres formas de obtener los flujos de caja para lograr el resultado deseado” (Nassir y Sapag, 2014, p.4). Estos son: para medir la rentabilidad del proyecto, para medir la rentabilidad de los recursos propios y para medir la capacidad del propio proyecto.

En este caso, se estudiarán los estudios provenientes de según la finalidad del estudio, en especial el estudio para medir la capacidad del propio proyecto.

### **ESTUDIO PARA MEDIR LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO**

“Mide la rentabilidad de un negocio independientemente de quien lo haga” (Nassir y Sapag, 2014, p. 4).

### **ESTUDIO PARA MEDIR LA RENTABILIDAD PARA EL INVERSIONISTA**

“Mide la rentabilidad de los recursos propios del inversionista en la eventualidad de que se lleve a cabo el proyecto” (Nassir y Sapag, 2014, p. 4)

### **ESTUDIO PARA MEDIR LA CAPACIDAD DEL PROPIO PROYECTO**

“Estudios para medir la capacidad del proyecto, a fin de enfrentar los compromisos de pago asumidos en un eventual endeudamiento para su realización” (Nassir y Sapag, 2014, p. 4).

## **2.2.4 EL ESTUDIO DEL PROYECTO COMO PROCESO CICLICO**

Los proyectos de inversión contienen cuatro etapas secuenciales, que son: la idea, la preinversión, inversión y operación.

## **IDEA**

Nassir y Sapag (2014) afirman que:

La etapa de idea puede enfrentarse sistemáticamente bajo una modalidad de gerencia de beneficios, es decir, donde la organización está estructurada operacionalmente bajo un esquema de búsqueda permanente de nuevas ideas de proyecto. Para ello, identifica ordenadamente problemas que puedan resolverse y oportunidades que pueden aprovecharse. (p.27)

## **PREINVERSIÓN**

“En la etapa de preinversion se realizan los distintos estudios de viabilidad que involucran diferentes niveles de profundidad en cuanto a cantidad y calidad de la información disponible para la toma de decisiones: perfil, prefactibilidad y factibilidad” (Nassir y Sapag, 2014, p.28).

Nassir y Sapag (2014) afirman que:

En el estudio de perfil, más que calcular la rentabilidad del proyecto, se busca determinar si existe alguna razón que justifique el abandono de una idea antes que se destine recursos, a veces de magnitudes importantes, para calcular la rentabilidad en niveles más acabados de estudio, como la prefactibilidad y factibilidad. (p.28)

Jose, Nassir y Reinaldo Sapag (2014) afirma que:

En la prefactibilidad se profundiza la investigación, principalmente en información de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales relativas al mercado, a las alternativas técnicas de producción y a la capacidad financiera de los inversionistas, entre otras, En términos generales, se estima las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandara y generara el proyecto, proyectándose las cifras. (p.28)

Jose, Nasir y Reinaldo Sapag (2014) afirma que:

El estudio más acabado, denominado de factibilidad, se elabora sobre la base de antecedentes precisos obtenidos mayoritariamente a través de fuentes de información primarias. Las variables cualitativas son mínimas, comparada con las de los estudios anteriores. El cálculo de las variables financieras y económicas debe ser lo suficientemente demostrativo para justificar la elaboración de los distintos ítems. (p.29)

## **ETAPA DE INVERSION**

“Esta etapa se caracteriza por la movilización de recursos humanos. Financieros y físicos con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa” (J. Flórez, 2015, p.12)

## **ETAPA DE OPERACIÓN**

“En esta etapa se inicia el desarrollo y cumplimiento del objeto social de la empresa. Para el cual es creada la empresa, de modo que empieza el proceso administrativo: planeamiento, organización, dirección, ejecución y control” (J. Flórez, 2015, p.13)

### **2.2.5 EL ESTUDIO DE MERCADO**

Jose, Nassir y Reinaldo Sapag (2014) Afirma:

El estudio de mercado es más que el análisis y la determinación de la oferta y la demanda, o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden preverse simulando la situación futura y especificando las políticas y los procedimientos que se utilizaran como estrategia comercial. (p.30)

## **MERCADO**

“Conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio” (Armstrong y Kotler, 2013, p.8). En este caso el mercado y los compradores potenciales estarían representados por estudiantes universitarios, sin embargo y debido a los servicios que se planean ofrecer también el mercado estaría representado o conformado por personas que estarían interesadas en aprender un nuevo idioma.

### **2.2.5.1 ELEMENTOS QUE COMPONEN EL MERCADO**

#### **PRODUCTO**

Mesa (2012) afirma que:

El producto es un conjunto de atributos tangibles que incluye entre cosas el empaque, color, imagen, calidad y marca, junto con los servicios que acompañan y la reputación del vendedor que satisface necesidades a los consumidores finales y usuarios industriales, a través del proceso de intercambio. (p.99).

El producto es una variable ya que se trata de lo que ofrece la empresa, para este caso el producto significa un servicio, y tal como se indica es un conjunto de elementos que deben tomarse muy en serio como es el caso de la presentación.

#### **PRECIO**

“Es el valor que los consumidores dan a cambio de los beneficios, de tener o usar el bien o servicio” (Mesa, 2012, p.121). Cuando se habla de precio debe realizarse un análisis previo, no es una decisión que se tome a la ligera, ya que debe analizarse los costos variables como la materia prima con el fin de tener un buen margen para cubrir con otras obligaciones.

## **PLAZA O DISTRIBUCIÓN**

Se trata de la tercera herramienta de la mezcla de marketing que consiste en todas aquellas actividades y decisiones que desarrolla la empresa para lograr la transferencia de los productos que elabora, llevándolos desde el lugar de origen hasta su lugar de consumo o de uso definitivo, no siendo significativo el número de intermediarios que intervengan. (p.133)

También cuando se habla de plaza dentro de la mezcla de marketing se está hablando del mercado, que para este caso se trata del mercado online y que tiene como segmento de mercado a los estudiantes universitarios.

## **PROMOCION O COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MARKETING**

“La comunicación integral, antes conocida como promoción o cuarta P de la mercadotecnia; precisada como la forma de influir o persuadir a los clientes con mensajes decisivos sobre la empresa y sus productos” (Mesa, 2012, p.144). Como se ha citado, la promoción hace referencia a como da a conocerse la empresa y el servicio que esta va a brindar, para este caso específico debe analizarse bien quien será el mercado meta, para utilizar la mejor y más adecuada estrategia publicitaria para lograr las ventas deseadas.

## **2.2.5.2 EL MARKETING Y NUEVAS TENDENCIAS**

### **MARKETING**

“Marketing proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y generan fuertes relaciones con ellos para en reciprocidad, captar valor de los clientes” (Armstron y Kotler, 2013, p.5).

### **MARKETING ONLINE**

“marketing online, esfuerzos para comercializar productos y servicios y generar relaciones con clientes por medio de internet” (Armstron y Kotler, 2013, p.433).

### **SITIO WEB DE MARKETING**

“sitio web de marketing, un sitio web que interactúa con los consumidores para acércalos a una compra directa o a otro resultado de marketing” (Armstron y Kotler, 2013, p. 433).

### **PUBLICIDAD ONLINE**

“...publicidad online, publicidad que aparece mientras los consumidores navegan por la web, incluyendo publicidad de display, anuncios relacionados a las búsquedas, clasificados online y otras formas” (Armstron y Kotler, 2013, p.437).

## **2.2.6 EL ESTUDIO TÉCNICO**

“...en el estudio técnico se determinarán los requerimientos de equipo de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente. Del análisis

de las características y especificaciones técnicas de las máquinas se precisará su disposición en la planta” (Nassir y Sapag, 2014, p.32).

### **2.2.6.1 COSTOS**

“Por costos se entiende la suma de erogaciones que incurre una persona física o moral para adquirir un bien o un servicio, con la intención de que genere ingresos en el futuro” (Ramírez, 2013, p.47). Para este caso los costos serán las erogaciones para el desarrollo de una página web, la cual sería un activo que como se ha citado, tiene como fin la generación de ingresos futuros mediante suscripciones a dicha página web.

#### **2.2.6.1.1 DE ACUERDO CON LA FUNCIÓN**

##### **COSTOS DE PRODUCCIÓN**

“...son los que se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados” (Ramírez, 2013, p.31). En este trabajo de investigación se presenta un hecho que hace analizar a profundidad los costos de producción, ya que de acuerdo con el modelo de negocio presentado en este trabajo los costos de materia prima tendrían un comportamiento casi fijo, porque el “E-Learning” produce que los costos de producción se reduzcan.

Dentro de los costos de producción se encuentran los costos de materia prima, los costos de mano de obra y los gastos indirectos de fabricación.

## **COSTO DE MATERIA PRIMA**

“El costo de materiales integrados al producto. Por ejemplo, la leche que se utiliza para producir queso o trigo para elaborar pan” (Ramírez, 2013, p.31). El costo de materia prima dentro de la propuesta para la creación de la empresa fast learning estaría representada por pizarras, pilot y videocámaras.

## **COSTO DE MANO DE OBRA**

“Es el costo que interviene directamente en la transformación del producto. Por ejemplo, el salario de los operarios de una planta” (Ramírez, 2013 p.31). El costo de mano de obra para la propuesta de creación de la empresa “Fast Learning” estaría integrado por profesores de idiomas, profesores de cursos universitarios en un segundo idioma, servicio al cliente, ingenieros y diseñadores web, y de personal de dirección administrativa.

Para este caso, la mano de obra directa se conforma de los ingenieros que darán soporte a la página web y los profesores que se dedicarán a brindar el servicio de enseñanza de manera virtual.

## **COSTOS DE DISTRIBUCIÓN Y VENTA**

“...son los que se incurren en la área que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el consumidor final” (Ramírez, 2013, p.31). Los costos de distribución y venta en este caso se trataría de costo de soporte a la página web, ya que el medio utilizado de venta es el internet y la sitio web de esta empresa.

## **COSTOS (O GASTOS) DE ADMINISTRACIÓN**

“Son los que se originan en el área administrativa. Por ejemplo, del personal administrativo, los gastos de oficinas generales como teléfono y energía, etcétera” (Ramírez, 2013, p.31). Los costos administrativos se tratarían de servicio al cliente y, también, de los gerentes de diferentes áreas como finanzas, mercado, contabilidad, entre otros.

### **2.2.6.1.2 DE ACUERDO CON SU IDENTIFICACIÓN CON UNA ACTIVIDAD DEPARTAMENTO O PRODUCTO**

#### **COSTOS DIRECTOS**

“Son los que se identifican plenamente con una actividad, departamento o producto” (Ramírez, 2013, p.32). Ejemplo; los salario de vendedores son costos relacionados directamente con los costos de venta.

#### **COSTOS INDIRECTOS**

“Es el que no se pueden identificar con una actividad determinada. Por ejemplo la depreciación de la maquina o el sueldo del director de producción” (Ramírez, 2013, p.32).

### **2.2.6.1.3 DE ACUERDO CON SU COMPORTAMIENTO**

#### **COSTOS VARIABLES**

“Son los que cambian en relación directa con la modificación del volumen de alguna actividad, ya sea relacionada con la producción o con el área de administración y venta” (Ramírez, 2013, p.32). Para la propuesta de creación de

la empresa “Fast Learning” se tiene como característica una carencia de costos variables, ya que el modelo de negocio “E-Learning” hace posible esta condición, sin embargo podría tomarse como costo variable el impuesto de venta, ya que cuantas más ventas de suscripciones se realizan, más va a incrementar los costos por impuestos

## **COSTOS FIJOS**

“Son los que permanecen constantes durante un rango de tiempo o actividad, sin que importe si cambia el volumen, como sería el caso de los sueldos, la depreciación en línea recta y el alquiler de un edificio” (Ramírez, 2013, p.32). Como se ha menciona este modelo de negocio, permite una gran rentabilidad de la inversión, porque se maneja principalmente costos fijos.

“Son los que permanecen constantes durante un rango relevante de tiempo o actividad, sin que importe si cambia el volumen como sería el caso de los sueldos, la depreciación en línea recta y el alquiler de un edificio” (Ramirez, 2013, p.32).

## **COSTOS SEMIVARIABLES**

“También conocidos como “semifijos” o mixtos, tienen como característica que están integrados por una parte fija y una variable” (Ramírez, 2013, p.32). Ejemplos de costos semivARIABLES serían los pagos de servicio eléctrico que mantiene una parte fija y otra variable.

#### **2.2.6.1.4 COSTO DE CAPITAL**

Según Gitman y Zutter (2016) afirman que:

El costo de capital representa el costo de financiamiento de la compañía, y es la tasa mínima de rendimiento que un proyecto debe generar para incrementar el valor de esta. De manera más específica, el costo de capital es el costo de la siguiente unidad monetaria para financiar una nueva oportunidad de inversión. (p.364).

En los proyectos de inversión el costo de capital es muy importante en la etapa de evaluación porque el costo de capital debe de ser comparado con la tasa interna de retorno y en el caso de que la tasa interna de retorno resulte mayor al costo de capital el proyecto debería ser llevado a cabo.

#### **2.2.7 EL ESTUDIO FINANCIERO**

Nassir y Sapag (2014) afirman que:

La última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y estudiar los antecedentes para determinar su rentabilidad. (p.34)

Para la realización del estudio financiero se utiliza, las siguientes herramientas financieras, para medir la rentabilidad del proyecto de inversión: el

flujo de caja, el valor actual neto, la tasa interna de retorno y el periodo de recuperación.

## **FLUJO DE CAJA**

“El flujo de caja de cualquier proyecto se compone de cuatro elementos básicos: a) ingresos egresos de operación, b) egresos iniciales de fondos, c) momento en el que ocurren estos ingresos y egresos, y d) valor de diseño o salvamento del proyecto” (Nassir y Sapag, 2014, p.226).

El flujo de caja es un elemento clave para la realización del valor actual neto y de la tasa interna de retorno. Por esto es muy importante realizar este paso de una manera muy analítica, y no dejar de lado u omitir ningún elemento.

## **VALOR ACTUAL NETO**

Nassir y Sapag (2014) afirman que:

El valor actual neto (VAN) plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor neto es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual. El VAN como criterio representa una medida de valor o riqueza, es decir al calcular un VAN se busca determinar cuánto valor o desvalor generaría un proyecto para una compañía o inversionistas en el caso de ser aceptado. (p.252)

En el cálculo del valor actual neto se traen a valor presente los flujos netos proyectados para luego ser comparados con la inversión inicial, y después

de este cálculo el resultado es positivo se entiende que el proyecto va generar mas de lo que se invirtió.

## **LA TASA INTERNA DE RETORNO**

José, Nassir y Reinaldo (2014) afirma:

El criterio de la tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

La tasa así calculada se compara con el costo de capital utilizados por la empresa o inversionista para el descuento de los flujos proyectados. Si la TIR es igual o mayor que esta, el proyecto debe aceptarse; si es menor, debe rechazarse. (p.253)

## **EL PERIODO DE RECUPERACIÓN**

Nassir y Sapag (2014) afirman que:

Uno de los criterios tradicionales de evaluación, bastante difundido, es el periodo de recuperación (PR) de la inversión, también conocido como playback, mediante el cual se determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de periodos aceptables por la empresa. (p.259)

El uso del periodo de recuperación como herramienta de la evaluación financiera es muy práctica y sencilla para la toma de decisiones, ya que

simplemente un proyecto se tomaría si este está acorde con el tiempo de espera de los inversionistas para recuperar la inversión.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

## **3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

### **3.1.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN SEGÚN SAMPIERI**

#### **EXPLORATORIA**

“Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tiene muchas dudas o no se ha abordado antes” (Baptista, Collado y Sampieri, 2014, pg.91).

Para este trabajo de investigación se tiene como tipo de investigación exploratoria, ya que nunca antes se ha estudiado la factibilidad para la creación de la empresa “Fast Learning”. Se tiene muchas dudas en cuanto a la rentabilidad que esta pueda tener y los aspectos que debería tener esta página web para satisfacer las necesidades de los usuarios.

#### **DESCRIPTIVA**

“En los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Baptista, Collado, Sampieri, 2014, pg.92).

#### **CAUSAL O CORRELACIONAL**

“En este tipo de estudio tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos ramas conceptos, categorías o variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre tres, cuatro o más variables” (Baptista, Collado y Sampieri, 2014, pg.93).

### **3.1.2 DIMENSIÓN TEMPORAL**

Son dos tipos de investigación, a saber; la transversal y la longitudinal para la realización de un trabajo de investigación.

La dimensión transversal según (Barrantes, 2013, p.64): “Estudia aspectos del desarrollo de los sujetos y de temas en un momento dado”

En la investigación longitudinal, en cambio, se analiza un tema o el desarrollo de la conducta de un grupo de sujetos investigados, en diversos y a lo largo del tiempo, a fin de identificar y comparar los diversos comportamiento del tema o del grupo social investigado”

En este caso, la dimensión es transversa ya que se pretende analizar la factibilidad para la creación de la empresa “Fast learning” en un periodo definido, que en este es el año 2017.

### **3.1.3 MARCO**

En un trabajo de investigación el marco hace referencia al ambiente en que va a desarrollarse.

El marco de investigación se hace referencia al tamaño de la investigación: es decir, a la magnitud de la investigación en el contexto de un país, una organización o un tema

En este caso, el marco de la investigación es el mercado online, ya que la creación de esta empresa tendrá como principal objetivo satisfacer las necesidades de las personas que tiene la posibilidad de adquirir el contenido

mediante una compra electrónica. Para la realización del estudio de mercado se tomara una muestra de estudiantes universitarios de la provincia de Heredia.

### **3.1.4 TIPOS DE ENFOQUE**

#### **CUANTITATIVOS**

“Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer pautas de comportamiento y probar teorías”. (Baptista, Collado y Sampieri, 2014, pg. 4).

#### **CUALITATIVOS**

Baptista, Collado y Sampieri (2014), afirma que:

“En enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos. Sin embargo en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis precede a la recolección y análisis de datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después” (Pg.7)

#### **MIXTOS**

“Las investigaciones consideradas como mixtas se logran con la aplicación de los enfoques cuantitativos y cualitativos” (Oviedo, 2016, p.68).

En este caso, su enfoque es mixto ya que para determinar la factibilidad de la empresa “Fast Learning” se llevara acaba un estudio de mercado para posteriormente hacer un estudio financiero, con lo cual el análisis numérico es

muy relevante. Por otro lado, para determinar la factibilidad de este proyecto de inversión también es llevar a cabo observaciones, por lo cual, habrá de llevarse a cabo un técnica cualitativa. Por ende este trabajo utilizara un enfoque mixto.

## **3.2 SUJETOS Y FUENTES DE INFORMACIÓN**

### **POBLACIÓN**

La población que se utilizara en este trabajo de investigación son los estudiantes universitarios, de este grupo se extraerá una muestra que ayudara a esta investigación a conocer la disposición de demanda de esta población para que, de esta manera, tomar la mejor decisión.

#### **3.2.1 FUENTES PRIMARIAS**

“Las fuentes primarias son aquellas instituciones, empresas o personales que han recogido ellas misma los datos, porque la ley lo determina o porque ellas tienen intereses académicos, comerciales, investigativos” (Rodríguez, 1980, citado por Oviedo. R, metodología de la investigación).

Para esta investigación es necesario hacer un estudio de mercado con el fin de proyectar un flujo de caja tomando como base la demanda potencial, de tal manera, se puede decir que este estudio se basara para el objetivo específico 1, en fuentes primarias.

### **3.2.2 FUENTES SECUNDARIAS**

“Las fuentes secundarias son aquellas instituciones, empresas, o personas que publican cifras que no fueron recolectadas por ellas misma”. (Oviedo, 2016, p.70).

Para la realización del objetivo 2 que consiste en la valoración del mercado, se tomaran; datos, cuadros y gráficos relacionados con el número de estudiantes universitarios en Costa Rica, y con esto se pretende medir el segmento de mercado.

### **3.3 SELECCIÓN DEL MUESTREO**

Para llevar a cabo un muestreo contamos con dos clases, los cuales son; el muestreo probabilístico y el muestreo no probabilístico.

#### **3.3.1 MUESTREO PROBABILÍSTICO**

Baptista, Collado y Sampieri (2014), afirma que

En la muestra probabilística todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidas para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo / análisis. (p.175).

#### **3.3.2 MUESTREO NO PROBABILISTICO**

“En las muestras no probabilísticas la elección de los elemento no depende de la probabilidad, sino de las causas relacionadas con las características de la

investigación o los propósitos del investigador” (Baptista, Collado, Sampieri, 2014, p.176).

En este caso, se utilizara un muestreo no probabilístico, ya que uno de los pasos de esta investigación es conocer la demanda potencial del servicio que se brindara al mercado meta que en este caso son los estudiantes universitario. De esta manera, no todos tienen la misma probabilidad de ser estudiados, debido a que se prestara atención a los estudiantes universitarios para llevar a cabo este estudio.

### 3.3.3 LA MUESTRA

#### TAMAÑO DE LA MUESTRA

Según los datos registrados por la Universidad Nacional de Costa Rica ubicada en el cantón Central de Heredia, hay 11 728 alumnos.

#### CUADRO 1

<b>Cuadro número 1. Ficha técnica de la muestra</b>	
Diseño y realización	La encuesta ha sido creada y diseñada con preguntas para obtención de información importante para la toma de decisiones
Universo	Los estudiantes universitarios
Tamaño de la muestra	Los estudiantes universitarios del cantón central de Heredia
Nivel de confianza	95%
Tipo de encuesta	Entrevista personal
Supervisión	Tutor de tesina
Diseño de la muestra	Para la realización de estas encuestas se tomó como población 11 728 personas estudiantes de la Universidad Nacional de Costa Rica. Se tomó esta población para realizar la muestra, ya que fue la única universidad en Heredia

	que brindó este dato y mediante la aplicación de la fórmula para calcular el muestreo se concluyó que 978 personas debían ser encuestadas.
--	--

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Para determinar el tamaño de la muestra, se emplean herramientas estadísticas, tomando en cuenta los factores, en el siguiente cuadro.

## CUADRO 2

Cuadro número 2. Variables de la muestra	
N	Tamaño de la población
$\sigma$	Desviación estándar de la población
$Z\alpha$	Valor obtenido mediante niveles de confianza
$e$	Límite aceptable de error

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

$$n = \frac{N\sigma^2 Z_\alpha^2}{e^2(N-1) + \sigma^2 Z_\alpha^2}$$

Esta fórmula es la que se utilizara para el cálculo de la muestra para la realización de las encuestas.

Los datos para la realización del cálculo del tamaño de la muestra se encuentran en el siguiente cuadro.

### CUADRO 3

<b>Cuadro número 3. Datos para el cálculo de la muestra</b>	
11728 de la Universidad Nacional	Tamaño de la población
0,5	Desviación estándar de la población
Un 95% equivalente a 1,96	Valor obtenido mediante niveles de confianza
0,03	Limite aceptable de error

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

$$\frac{(11\ 728) \times (0,5)^2 \times (1,96)^2}{(0,03)^2 \times (11\ 728 - 1) + (0,5)^2 \times (1,96)^2}$$

El resultado arrojado mediante el uso de esta fórmula es de 978 encuestas por aplicar.

## 3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN

### 3.4.1 ESCALA DE LIKERT

Según Oviedo (2016):

La escala de Likert mide actitudes o predisposiciones individuales en contextos sociales particulares. Se le conoce como escala sumada,

debido a que la puntuación de cada unidad de análisis se obtiene mediante la sumatoria de las respuestas obtenidas en cada ítem. (p.81).

### **3.4.2 ESCALOGRAMA DE GUTTMAN**

Según Oviedo, 2016

Esta escala es unidimensional siempre y cuando sea de carácter acumulativo, es decir, que los ítems que la integran posean un escalonamiento perfecto. Lo anterior se refiere a que el conjunto de ítems están encadenados entre sí, de tal forma que si una unidad de análisis expresa estar de acuerdo con el primer ítem deberá estar de acuerdo con el resto, los cuales constituyen el escalograma. (p.82).

### **3.4.3 DIFERENCIAL SEMÁNTICO**

“La técnica se desarrolla proponiendo una lista de adjetivos para el sujeto, que él ha de relacionar con los conceptos propuestos. Esos adjetivos se presentan en forma bipolar, mediando entre extremos una serie de valores intermedios” (Oviedo, 2016, p.83).

### **3.4.4 TÉCNICA CUANTITATIVA**

#### **LA ENCUESTA**

Yuni y Urbano (2014) afirman que:

Según el diccionario la palabra encuesta significa “averiguaciones o pesquisa. Acopio de datos obtenidos mediante consulta o interrogación”.

En el campo de la investigación la encuesta alude a un procedimiento

mediante el cual los sujetos brindan directamente información al investigado. (p.63).

### **3.4.5 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS DESDE EL ÁMBITO**

#### **CUALITATIVO**

##### **3.4.5.1 Estudios de casos**

Según Oviedo (2016), el estudio de casos sigue:

Una vía metodológica común a la etnografía, aunque quizás la diferencia en relación con ese método reside en su uso, debido a que la finalidad del estudio de casos es conocer cómo funcionan todas las partes del caso para crear hipótesis, atreviéndose a alcanzar niveles explicativos de supuestas relaciones causales encontradas entre ellas, en un contexto natural concreto y dentro de un proceso dado. (p.89).

##### **3.4.5.2 observación *participante***

“Es una técnica utilizada en las ciencias sociales, psicología, antropología y sociología, donde el investigador con los investigados su contexto, experiencia y vida cotidiana, para conocer directamente toda la información que poseen los sujetos y, luego, sistematizarla”. (Oviedo, 2016, p.89).

##### **3.4.5.3 observación *no participante***

“Esta técnica permite conocer que el investigador se mantenga al margen del fenómeno estudiado, como un espectador pasivo que se limita a registrar la información, sin interacción ni implicación alguna”. (Oviedo, 2016, p.90).

#### **3.4.5.4 grupo focal**

Según Oviedo (2016), el grupo focal es:

La técnica de los grupos focales es una reunión con modalidades de entrevista grupal abierta y estructurada, donde se procura que un grupo de individuos seleccionados discutan y elaboren, desde la experiencia personal, una temática o hecho social que es el objeto de investigación. (p.90).

### **3.5 DEFINICIÓN CONCEPTUAL, OPERATIVA E INSTRUMENTAL DE LAS VARIABLES**

La operacionalización de las variables tiene como propósito maximizar el significado de las variables dentro del estudio de investigación.

#### **DEFINICIÓN CONCEPTUAL**

“las variables conceptuales son generalmente expresadas en términos generales, teóricos, cualitativos o subjetivos; asimismo, son importantes en el proceso de construcción de hipótesis, se apoyan en conceptos tipo diccionario”. (Oviedo, 2016, p.81).

Se refiere a la definición teórica de la variable, la cual se extrae del marco teórico.

## DEFINICIÓN OPERATIVA

“...la definición operacional obliga tener en cuenta que se intenta obtener la mayor información posible de la variable seleccionada de modo que se capte su sentido y se adecue al contexto”. (Oviedo, 2016, p.81).

Se refiere a indicadores que permiten observar y medir las variables de manera empírica.

## DEFINICIÓN INSTRUMENTAL

Se hace referencia a los instrumentos para la obtención de la información.

“...son los medios o instrumentos para recoger la información, se define y elaboran los instrumentos y medios con que se recolecta la información” (Oviedo, 2016, p.81).

## CUADRO 4

<b>Cuadro número 4. Definición conceptual, operativa e instrumental de las variables</b>				
<b>Objetivos específicos</b>	<b>Variables</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operativa</b>	<b>Definición instrumental</b>
Valorar el mercado meta y sus elementos para la empresa	El mercado	Mercado: Conjunto de todos los compradores reales y	El método que se utiliza para el análisis de esta variable es la encuesta	El instrumento que se utiliza para la realización del análisis de esta

<p>“Fast Learning” mediante un estudio de mercado</p>		<p>potenciales de un producto o servicio.</p>		<p>variable es la encuesta. En esta encuesta las preguntas de la 9 a la 19 responden a este objetivo específico.</p>
<p>Estimar el monto y costos de inversión para la creación de la empresa “Fast Learning” mediante un estudio técnico</p>	<p>Los costos</p>	<p>Costos: Por costos se entiende la suma de erogaciones que incurre una persona física o moral para adquirir un bien o un servicio, con la intención de que</p>	<p>El método que se utiliza para el análisis de esta variable es la encuesta y la observación</p>	<p>El instrumento que se utiliza para la realización del análisis de esta variable es la encuesta y el estudio técnico. En donde las preguntas 15,16, 17, 18, 19, 23, 24 y 25 responden al</p>

		genere ingresos en el futuro		objetivo específico número 2
Evaluar financieramente la inversión inicial para conocer la rentabilidad para la creación de la empresa “fast learning” mediante un estudio financiero.	La evaluación financiera	La evaluación financiera: la evaluación de proyectos consiste en la proyección y análisis del flujo de efectivo de un negocio	El método que se utiliza para el análisis de esta variable es la encuesta e indicadores financieros	El instrumento que se utiliza para la realización del análisis de esta variable es la encuesta y el estudio financiero. En donde las preguntas 20,21 y 22 responden al objetivo específico numero 3

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS DE RESULTADOS**

## **4.1 RESULTADOS DEL OBJETIVO 1**

### **EL CONSUMIDOR Y LAS DEMANDAS**

“Tiene por objetivo caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, etcétera, para obtener un perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial” (Jose, Nassir y Reinaldo Sapag, 2014, pg.30).

También se mide la demanda potencial que el consumidor estaría dispuesto a adquirir.

Algunos datos encontrados en relación con los estudiantes universitarios en Costa Rica, que representan el mercado meta de este proyecto son los siguientes.

## CUADRO 5

### Cuadro 4.3

#### Matrícula de la educación superior universitaria<sup>a/</sup> en el primer período lectivo. 2011-2014

	2011	2012	2013	2014
Matrícula universitaria	188.108	194.188	196.323	208.612
Población 18 a 22 años	438.230	434.289	431.481	431.095
Porcentaje de cobertura <sup>b/</sup>	42,9	44,7	45,5	48,4
Población 18 a 24 años	612.170	610.303	611.908	609.366
Porcentaje de cobertura <sup>b/</sup>	30,7	31,8	32,1	34,2
<b>Matrícula</b>				
Estatad	92.709	92.965	96.268	101.499
Privado	95.399	101.223	100.055	107.113
<b>Participación</b>				
Estatad	49,3	47,9	49,0	48,7
Privado	50,7	52,1	51,0	51,3

a/ Incluye información de la UCR, TEC, UNA, UNED y UTN en el sector estatal. En el privado se contabiliza la información de 41 universidades en el 2011, 36 universidades en el 2012, 40 universidades en el 2013 y 42 universidades en el 2014.

b/ Las cifras reportadas en 2014 son estimaciones propias con datos de INEC-CCP. Datos actualizados al 30 de junio de 2015.

Fuente: Conare-OPES. División de Sistemas.

Cuadro 3 extraído del Quinto Informe del Estado de la Educación Superior del estado de la nación del año 2015.

En este cuadro se puede observar la cantidad de estudiantes universitarios matriculados para el periodo del 2014 tanto a nivel privado y público, cuya sumatoria determina que son 208 612 el número que representa al mercado meta.

## CUADRO 6

## Cuadro 4.6

**Asistencia a la educación superior de la población de 18 a 24 años, según región. 2014**

Región	Parauniversitaria	Universitaria	Total
Población de 18 a 24 años que asiste	7.227	164.768	171.995
Central	5.426	133.455	138.881
Chorotega	403	6.776	7.179
Pacífico Central	253	5.982	6.235
Brunca	73	7.118	7.191
Huetar Atlántica	1.037	5.297	6.334
Huetar Norte	35	6.140	6.175
Porcentaje de asistencia <sup>a/</sup>			
Total	4,2	95,8	100,0
Central	3,2	77,6	80,7
Chorotega	0,2	3,9	4,2
Pacífico Central	0,1	3,5	3,6
Brunca	0,0	4,1	4,2
Huetar Atlántica	0,6	3,1	3,7
Huetar Norte	0,0	3,6	3,6

a/ Calculado con respecto a la población total del país con edades de 18 a 24 años y que asiste a la educación superior.

Fuente: Elaboración propia con datos de las encuestas de hogares del INEC.

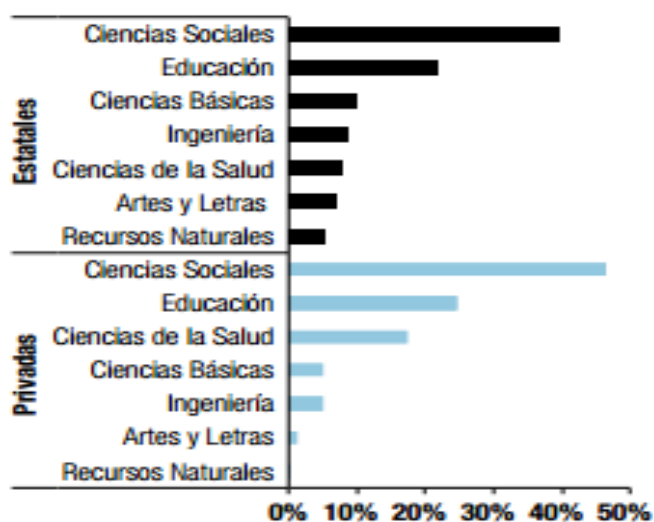
Cuadro 4, extraído del Quinto Informe del Estado de la Educación Superior del Estado de la Nación del año 2015.

En este cuadro se puede observar la donde se concentran los estudiantes universitarios por región. Puede visualizar que la gran mayoría se localiza en la región central constituidos por San José, Cartago, Alajuela y Heredia.

## GRÁFICO 1

## Gráfico 4.12

**Títulos otorgados por las universidades, según área de estudio y sector. 2013**



Fuente: Elaboración propia con datos de OPES-Conare.

GRÁFICO número 1 extraído del Quinto Informe del Estado de la Educación Superior del Estado de la Nación del año 2015.

En este cuadro puede observarse cuáles son las carreras universitarias más demandadas o estudiadas en las universidades públicas y privadas. Estos datos son muy importantes, porque sirven para determinar condiciones especiales dentro de la oferta propuesta.

## **LA COMPETENCIA Y LAS OFERTAS DE MERCADO**

Es muy importante conocer quién o quiénes son la competencia. Se tiene entendido que la competencia son aquellas empresas que brindan el mismo servicio o producto, que ofrece nuestra empresa.

En este sentido, se tiene que tomar en cuenta el modelo de negocio que se esta estudiando en este proyecto de inversión, pues en el mercado existen muchos institutos tanto públicos como privados que se dedican a la enseñanza de un segundo idioma. Pero, en este caso, estas instituciones son centros físicos en donde los estudiantes tienen un horario y días definidos para tomar sus cursos presenciales con profesores, sin embargo para la creación de la empresa “Fast Learning” no se puede considerar estas instituciones como competencia directa, ya que el modelo de negocio de este proyecto tiene como propósito crear una página web de comercio electrónico, en donde los estudiantes encuentren diferentes recursos en dicha página. Además se debe tomar en consideración que actualmente en el mercado no existe empresas dedicadas a la enseñanza de un segundo idioma que tengan una oferta técnica especializada, ya que en la creación de este empresa, se pretende llegar principalmente a estudiantes universitarios, debido a que en esta página se pondría a disposición video clases, prácticas y vocabulario en diferentes carreras para diferentes idiomas.

Tomando en consideración todo lo anterior antes expuesto, puede determinarse que las empresas; Open English y English Live con su modelo de negocio representan la competencia directa para este proyecto, sin embargo siempre debe tomarse en consideración que estas empresas no ofrecen

contenido especializado para estudiantes universitarios, por lo cual este proyecto cuenta con una ventaja competitiva.

### CUADRO 7

<b>Cuadro número 7. Empresas que se dedican a la enseñanza del inglés mediante internet</b>	
<b>Empresas</b>	<b>Precio anual en colones</b>
Open English	420 000 colones anuales
English Live	640 750 colones anuales en dólares \$1,165

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

### CUADRO 8

<b>Empresas que se dedican a la enseñanza del inglés y otros idiomas de manera física y virtual</b>	
<b>Empresas</b>	<b>Precio anual</b>
Centro Cultural Costarricense Norteamericano	1 350 000 nivel conversacional duración un año y medio (Para adultos)
New Learning	756 000 nivel conversacional por nivel con duración de 3 meses cada uno
Wizard	448 000 curso conversacional de bimestre de 4 módulos

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

## **LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO**

La comercialización de producto hace referencia a las estrategias y al modelo de negocio de la empresa, la estrategia que se ha diseñado para este proyecto consiste en ofrecer contenido especializado para estudiantes universitarios, ya que como se ha mencionado con anterioridad no se está satisfaciendo esta necesidad lo cual representa para este proyecto una fortaleza, pues se ha determinado y registrado en el marco teórico de este proyecto, que el dominio de un segundo idioma es un requisito, en la actualidad, para obtener un empleo, además debe tomar en consideración que el servicio incluido puede ser utilizado por diferentes personas independientemente de su profesión, ya que se ofrece la posibilidad de aprender un diferente idioma. En cuanto al modelo de negocio de este proyecto, se tiene como idea la creación y desarrollo de una página web, ya que se ha concluido en un estudio de perfil que los medios digitales son la mejor manera para llegar a una mayor mercado y disminuir los costos, pues con este modelo es más fácil comercializar el servicio en diferentes partes.

Tanto las estrategias y el modelo de negocio, tendrán repercusión directa en la rentabilidad y factibilidad de este proyecto.

## **LOS PROVEEDORES**

Para la realización de este proyecto es necesario la creación y desarrollo de una página web de comercio electrónico. Actualmente, en el mercado existe

muchos proveedores que pueden crear una página web entre ellos; diseñadores de páginas web, o bien, empresas dedicadas a la creación de estas.

Algunas de las empresas en Costa Rica que se encargan de esto son: Tico Design, Pixel y Abok marketing. Sin embargo, mediante consultas a estas empresas la única empresa que es capaz de crear y desarrollar este proyecto es Abok Marketing.

## **EL MERCADO EXTERNO COMO CONTEXTO DE COMPETENCIA Y OPORTUNIDADES**

“Actualmente, las tecnologías informáticas (TI) y los niveles de seguridad para las transacciones electrónicas han permitido que cualquier producto se transe con mayor factibilidad, a pesar de las barreras geográficas” (Jose, Nassir y Reinaldo Sapag, 2014, pg.31).

Lo anterior citado, prueba lo que en este trabajo se ha estado mencionado y que hace referencia a que el modelo de negocio permitiría llegar a un mayor mercado independientemente de la localización del consumidor.

### **ANÁLISIS DE LAS PREGUNTAS DE LAS ENCUESTAS**

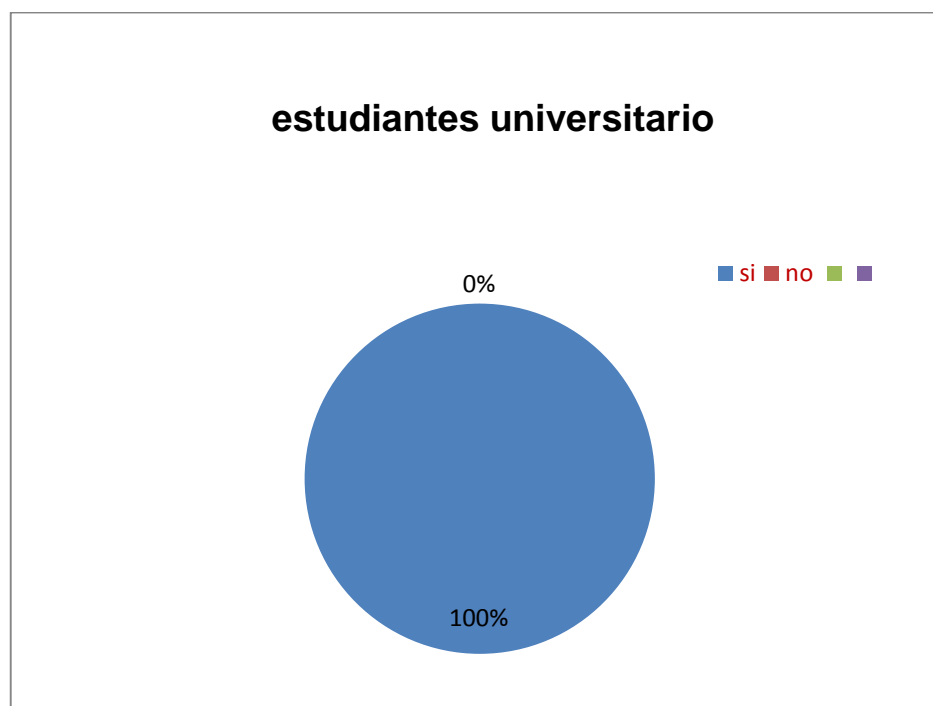
Este capítulo del trabajo de investigación tiene el propósito de conocer a detalle elementos importantes del mercado meta, como lo son las características que toman en cuenta en relación con la oferta y el precio del servicio que se planea brindar. Esto se realizará en el presente capítulo mediante encuestas a nuestra población de interés y con esta espera obtenerse información referente a los

costos que deberán incurrirse para satisfacer los requerimientos y deseos del cliente, el precio que ellos estarían dispuestos a pagar, y también los clientes potenciales.

<b>TABLA 1</b>		
Opciones	Valor porcentual	Valor absoluto
Sí	100%	978
No	0%	0

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**GRÁFICO 2**



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En este GRÁFICO puede observarse que un 100% de los encuestados, unas 978 personas respondieron ser estudiantes universitarios.

Este resultado se debe, precisamente, a que en esta investigación la población que se investiga es la población estudiantil universitaria, ya que estos serán los clientes para esta propuesta de empresa, y por tal motivo se ha escogido la población de una universidad para llevar lo acabo.

<b>TABLA 2</b>		
Opciones	Valor en términos porcentuales	Valor en términos absolutos
A	100%	978
B	0%	0
C	0%	0

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

GRÁFICO 3



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

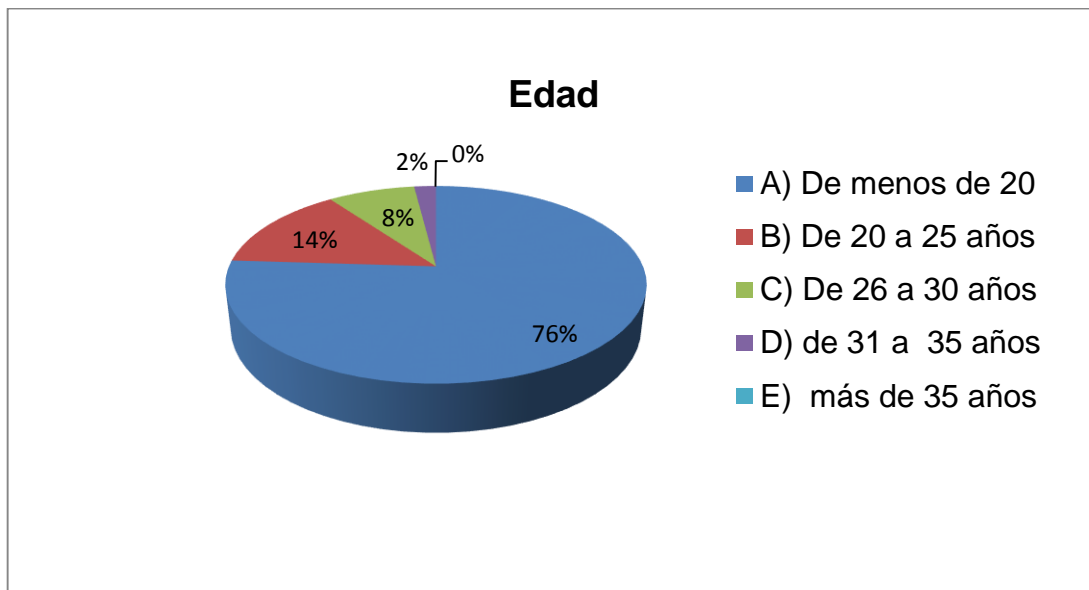
En este GRÁFICO puede observarse que el 100% de los encuestados 978 personas respondieron ser estudiantes universitarios, dejando sin marca tanto la opción A como la B.

Este resultado nos haría pensar que el servicio que se tiene planeado brindar no estaría enfocado a estudiantes universitarios de universidades privadas, sin embargo se debe de tomar en cuenta que no se pudieron realizar encuestas en universidades privadas, porque estas no dieron datos referentes a sus poblaciones estudiantiles.

**TABLA 3**

<b>TABLA 3</b>		
Opciones	Valores porcentuales	Valores absoluto
A	76%	743 personas
B	14%	136 personas
C	8%	78 personas
D	2%	21 personas
E	0%	0 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**GRÁFICO 4**

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

Como resultado de la esta pregunta se determinó que la gran mayoría de los encuestados tiene edades por debajo de los 20 años con un 76%, o bien, 743 personas, seguido por personas con edades entre 20 y 25 años con un 14% o bien 136 personas. Esto también pudo deberse al horario en que se realizaron las encuestas, que, en este caso, fue durante las mañanas.

Esta pregunta es importante para conocer el perfil de los posibles clientes de esta empresa, en cuanto a la edad.

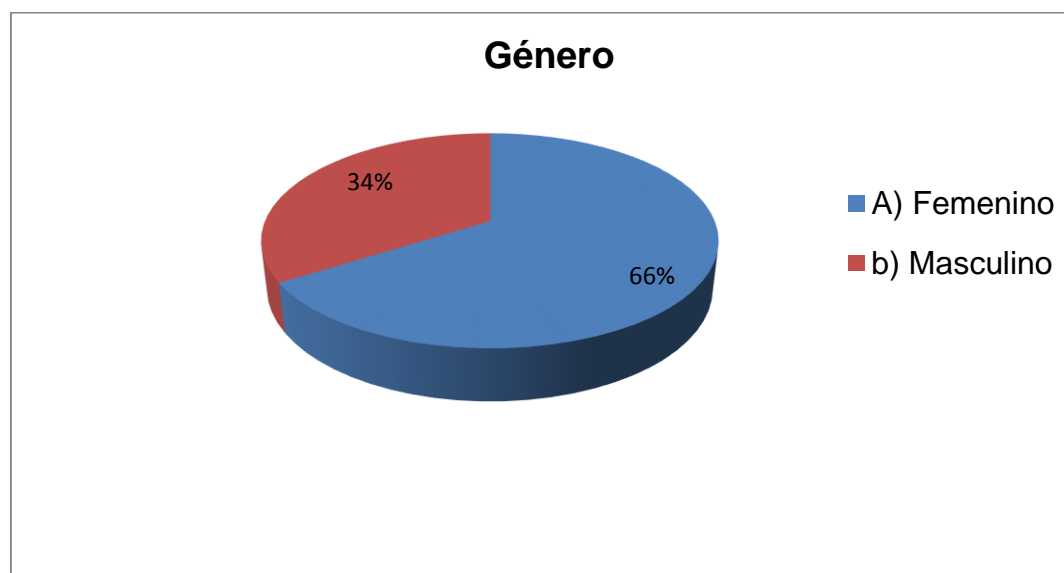
Este resultados nos hace pensar que como se trata de una población joven estos se encuentran más receptivos a la opción de tomar un curso mediante una página web para el desarrollo de sus conocimientos provenientes de sus carreras universitarias.

TABLA 4

TABLA 4		
Opciones	Valor porcentual	Valor absoluto
Sí	66%	645 personas
No	34%	230 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

GRÁFICO 5



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En este GRÁFICO se puede observar que un 66% de los encuestados son mujeres o bien 645 personas, mientras que un 34% de los encuestados son hombres o bien 230 personas.

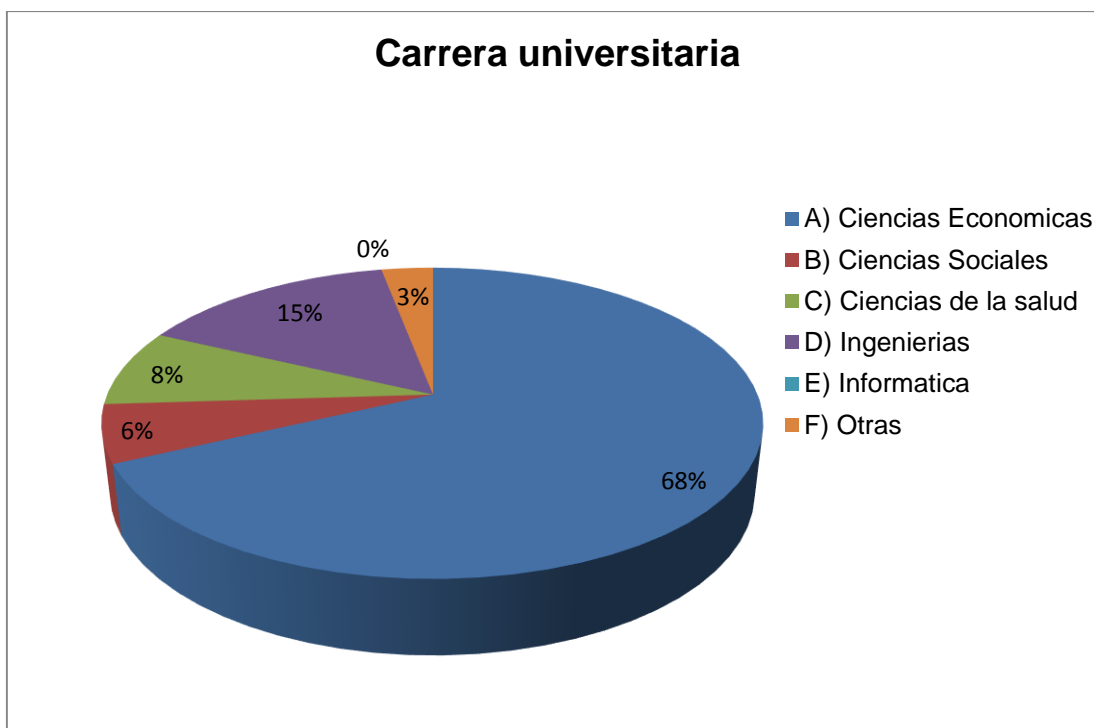
Este resultado nos haría suponer que la mayoría de nuestros posibles clientes serian mujeres.

TABLA 5

TABLA 5		
Opciones	Valores porcentuales	Valores absolutos
A	68%	665 personas
B	6%	59 personas
C	8%	78 personas
D	15%	146 personas
E	3%	30 personas
F	0%	0 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

GRÁFICO 6



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

Como se demuestra en este GRÁFICO la mayor parte de los encuestados son estudiantes de carreras de ciencias económicas con un 68% o bien 665 personas, seguido por ingenierías con 15% o bien 146 personas, ciencias de la salud con 8% o bien 78 personas y ciencias sociales con 6% o bien 59 personas.

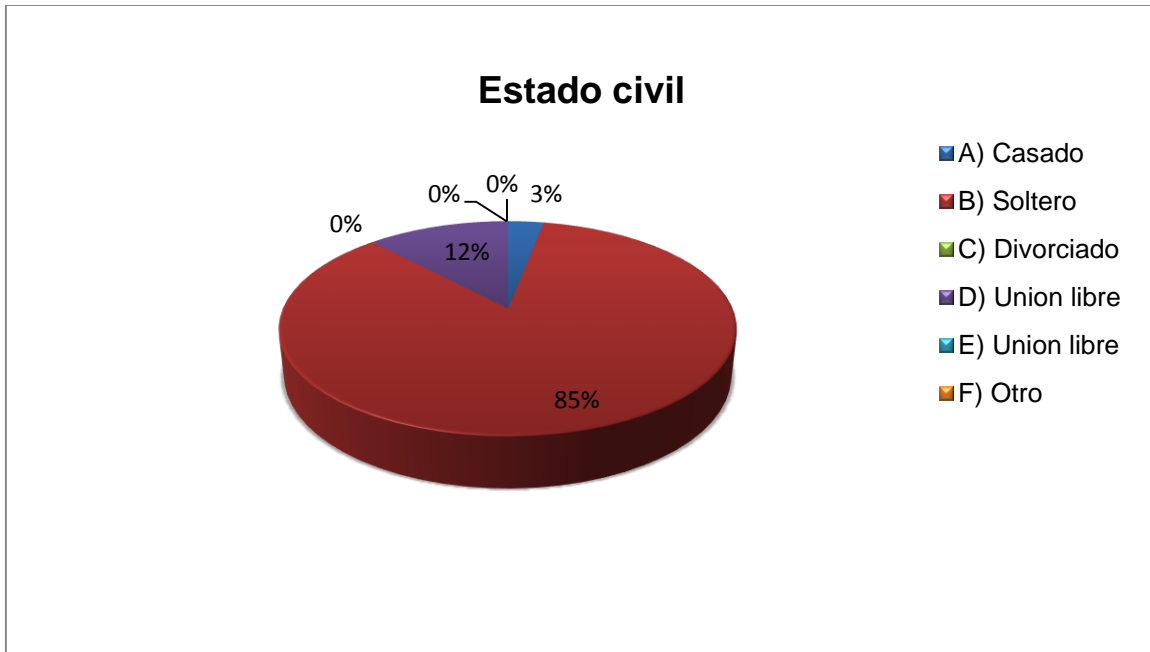
Esta pregunta es importante para posteriormente determinar los cursos universitarios en otros idiomas que se deberían de ofrecer en esta página web.

**TABLA 6**

<b>TABLA 6</b>		
Opciones	Valores porcentuales	Valor absoluto
A	3%	30 personas
B	85%	831 personas
C	0%	0 personas
D	12%	117 personas
E	0%	0 personas
F	0%	0 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

GRÁFICO 7



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En este GRÁFICO puede observarse que un 85% de los encuestados 831 personas respondieron estar solteros, seguido por un 12%, o bien, 117 personas que respondieron estar en unión libre, mientras que un 3% o 30 personas respondieron estar casados.

Este resultado nos hace pensar que esta gran mayoría que se encuentra soltera son personas más dedicadas a sus estudios y cuenta con menos

responsabilidades, por lo que puede pensarse que tendrían disponibilidad en ser clientes de esta página web.

**TABLA 7**

<b>TABLA 7</b>		
Opciones	Valores porcentuales	Valores absolutos
A	62%	607 personas
B	38%	371 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**GRÁFICO 8**



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

Como se muestra en esta grafica la mayoría de los estudiantes universitarios contestaron estar trabajando un 62% de ellos 607 personas, mientras que un 38% o 371 personas contestaron no estar trabajando.

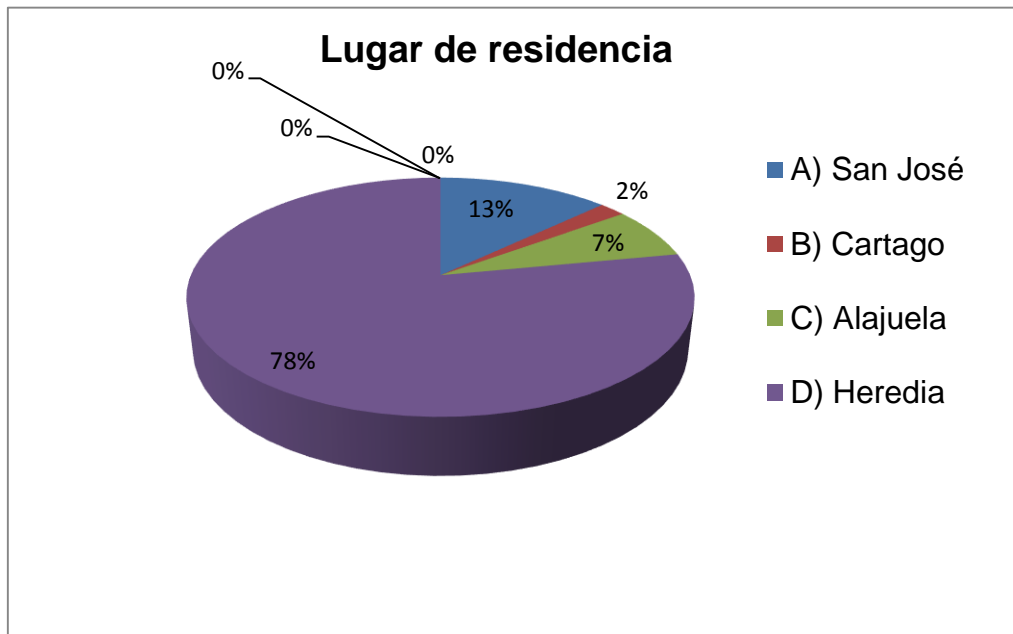
Este resultado puede hacernos pensar que este 62% de los encuestados tienen la capacidad de adquirir la suscripción a la página web y de convertirse en cliente de esta empresa.

**TABLA 8**

<b>TABLA 8</b>		
Opciones	Valores porcentuales	Valores absolutos
A	13%	127 personas
B	2%	20 personas
C	7%	69 personas
D	78%	762 personas
E	0%	0 personas
F	0%	0 personas
G	0%	0 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

GRÁFICO 9



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En este GRÁFICO puede observarse que la gran mayoría de los estudiantes universitarios encuestados pertenecen a la provincia de Heredia con un 78%, o bien, 762 personas, y que existe también presencia de estudiantes que provienen de otras provincias del Gran Área Metropolitana, mientras que otras no hubo encuestados procedentes de provincias como Puntarenas, Guanacaste y Limón.

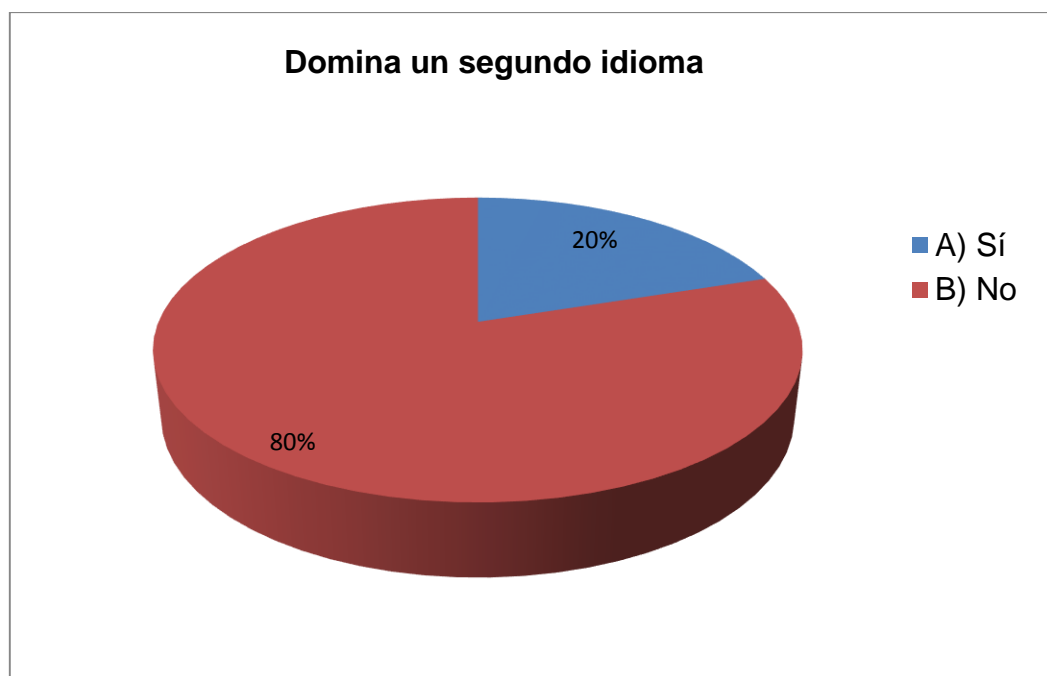
El resultado anterior es de esperar, ya que el lugar en donde se aplicaron las encuestas es la Universidad Nacional con sede en Heredia, y es por esta razón que la gran mayoría de los encuestados provienen de esta provincia.

TABLA 9

TABLA 9		
Opciones	Valores porcentuales	Valores absolutos
A	20%	196 personas
B	80%	782 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

GRÁFICO 10



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

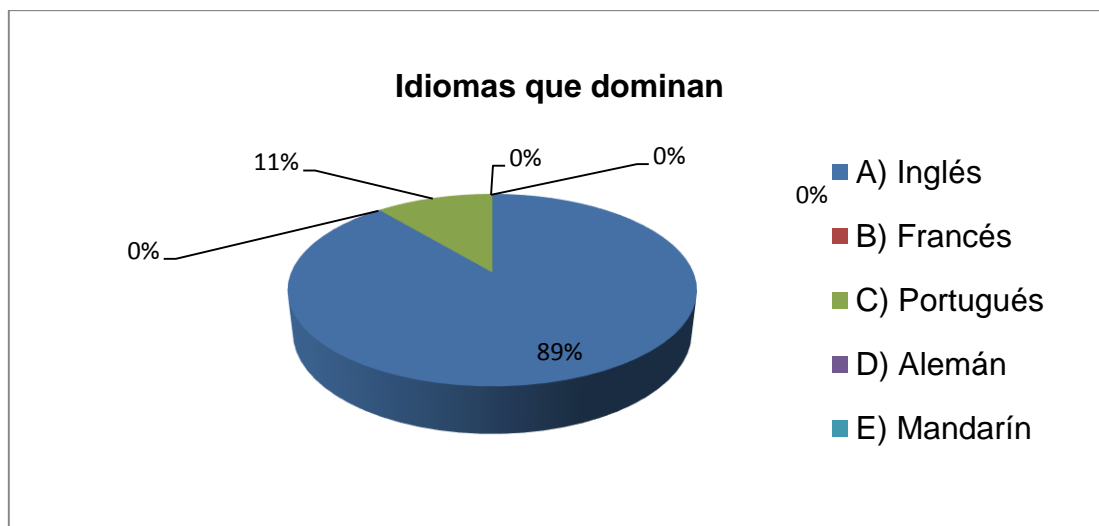
En este GRÁFICO se puede observar que un 80% de los estudiantes universitarios encuestados respondieron no dominar un segundo idioma, mientras que el restante 20% respondió si dominar un segundo idioma.

Este resultados nos haría suponer que existirán un gran número de personas interesadas en los servicios que ofrecería esta empresa, pero también se puede suponer que dentro del restante 20% puede haber un número de personas que estarían interesados en aprender otros idiomas, o bien, en practicar y perfeccionar el idioma que dominan.

**TABLA 10**

<b>TABLA 10</b>		
Opciones	Valores porcentuales	Valores absolutos
A	89%	156 personas
B	0%	0 personas
C	11%	19 personas
D	0%	0 personas
E	0%	0 personas
F	0%	0 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**GRÁFICO 11**

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En este GRÁFICO puede observarse que un gran número de los encuestados que respondieron de manera positiva a la pregunta referente al dominio de un segundo idioma un 89% de ellos, responden que el inglés es el idioma que más dominan los bilingües.

Este resultado nos hace suponer que esto se puede deber a que el aprendizaje del idioma inglés ha sido muy promocionado en la población.

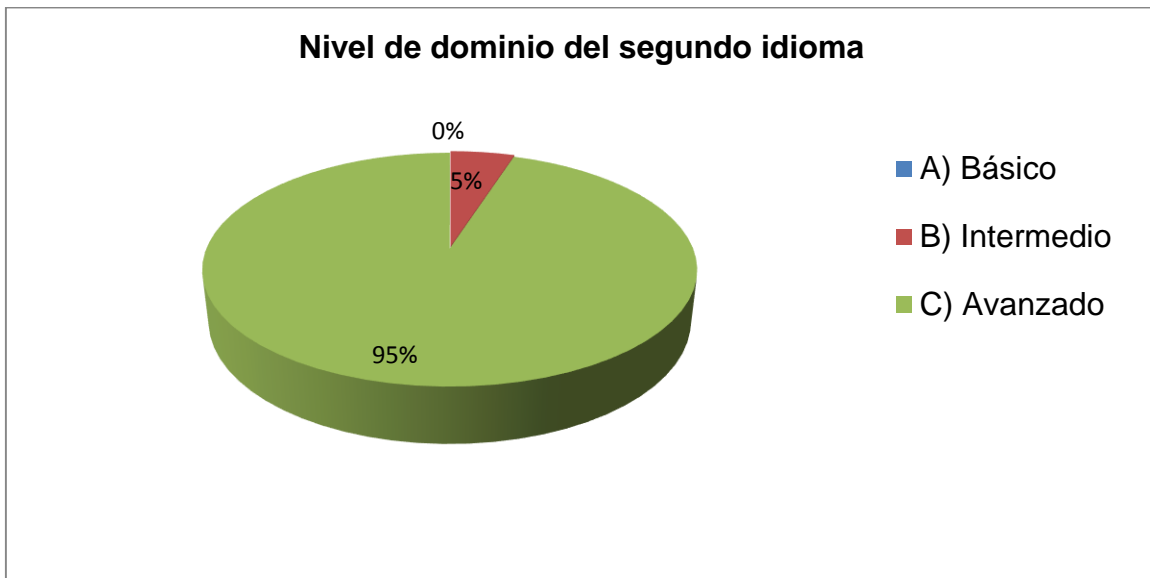
**TABLA 11**

TABLA 11		
Opciones	Valores porcentuales	Valores absolutos
A	0%	0 personas
B	5%	9 personas

C	95%	166 personas
---	-----	--------------

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**GRÁFICO 12**



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En esta gráfica puede observarse que un alto porcentaje de los estudiantes universitarios que respondieron si dominar un segundo idioma cree tener un nivel avanzado de este.

Este resultado hace pensar que para este porcentaje de encuestados no sería tan interesante los servicios que brindaría esta empresa, sin embargo siempre está la necesidad de practicar ese idioma para mantener ese nivel de dominio, por lo que para estas personas el servicio debe venderse de una

manera diferente, haciéndoseles ver la necesidad de practicar para perfeccionar sus conocimientos y habilidades en este segundo idioma.

**TABLA 12**

<b>TABLA 12</b>		
Opciones	Valores porcentuales	Valores absolutos
A	91%	889 personas
B	9%	89 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**GRÁFICO 13**



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

### Interpretación:

En este GRÁFICO puede observarse que existe un gran número de los encuestados que tiene deseos de aprender un segundo idioma. En términos absolutos 889 personas, demostraron interés en aprender un segundo idioma.

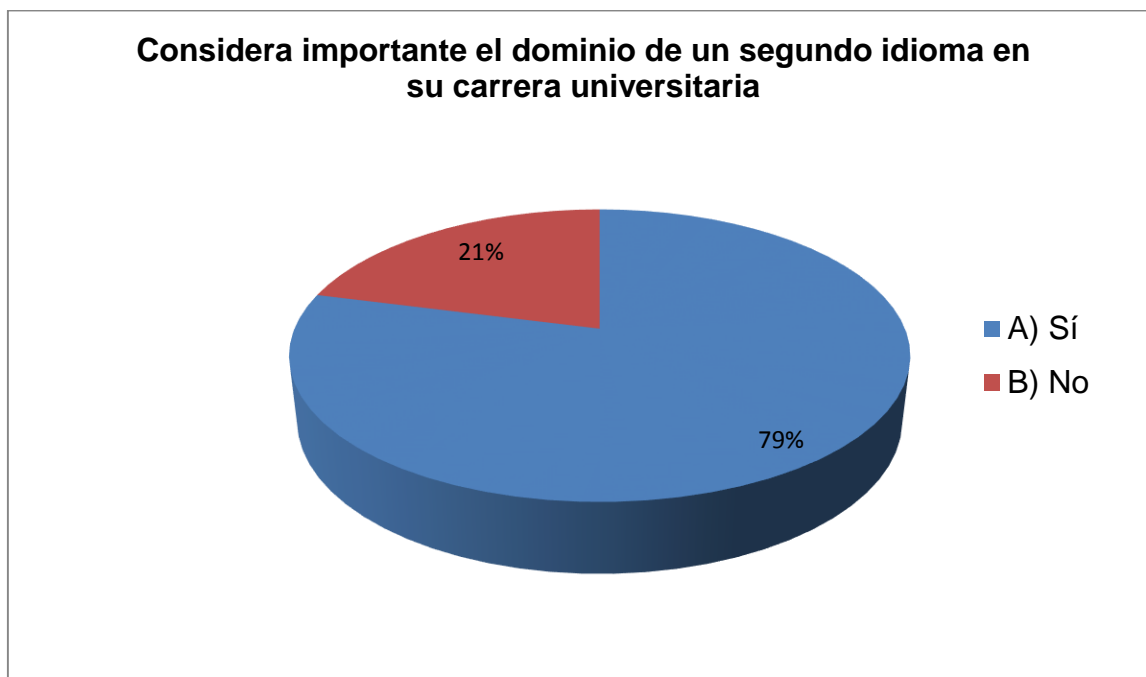
Se encuestaron a 978 personas de las cuales 196 resultaron dominar un segundo idioma, sin embargo 889 personas están demostrando interés por aprender otro idioma, esto hace suponer que hay un número de personas que son bilingües, pero que desean aprender otro nuevo idioma, esto demuestra que el hecho de ofrecer gran variedad de idiomas ayuda a incrementar el tamaño de mercado.

**TABLA 13**

<b>TABLA 13</b>		
Opciones	Valores porcentuales	Valores absolutos
A	79%	773 personas
B	21%	205 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

GRÁFICO 14



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En este GRÁFICO puede observarse que la mayoría de los encuestados respondieron que para su carrera universitaria sería importante el dominio de un segundo idioma.

Este resultado puede deberse a que en una pregunta anterior los estudiantes universitarios respondieron que las carreras más estudiadas eran provenientes de ciencias económicas, ingenierías y ciencias de la salud, y según con la coalición de iniciativas para el desarrollo (Cinde) carreras como administración, finanzas, desarrollo web, ingeniería, entre otras, en relación con administración e ingenierías son requeridas el dominio de un segundo idioma.

TABLA 14

TABLA 14		
Opciones	Valores porcentuales	Valores absolutos
A	88%	861 personas
B	12%	117 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

GRÁFICO 15



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En este GRÁFICO puede observarse que la mayoría de los encuestados un 88% de ellos respondió que si consideran importante dominar un segundo idioma para la obtención de un mejor empleo.

Este resultado es de esperar tomando en cuenta que durante mucho tiempo se ha hablado de que el dominio de un segundo idioma mejora las posibilidades para obtención de un empleo, así como también las académicas que se encarga de brindar el servicio de educación de idiomas extranjeros hacen publicidad de esta condición.

**TABLA 15**

<b>TABLA 15</b>		
Opciones	Valores porcentuales	Valores
A	100%	978 personas
B	0%	0 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**GRÁFICO 16**



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En este GRÁFICO puede observarse que la totalidad de los encuestados consideran que en el proceso de aprendizaje de un segundo idioma practicar conversaciones con otras personas es importante.

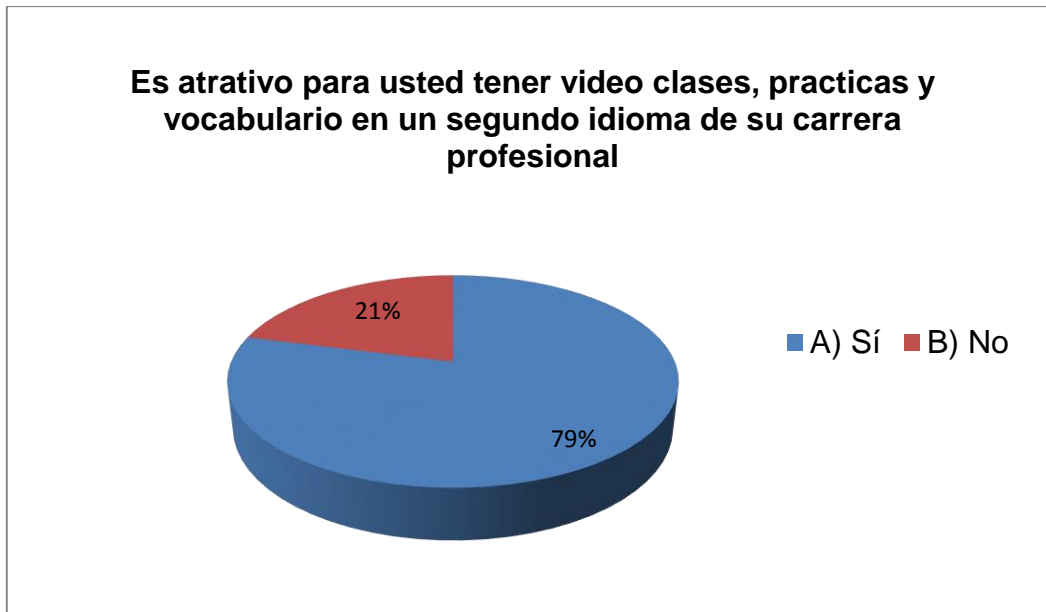
Con este resultado podría reforzarse una condición de fortaleza de este proyecto, ya que la puesta en marcha de esta empresa pretender brindar la posibilidad a estudiantes universitarios o clientes en generar la posibilidad de practicar mediante chat con otras personas y, de esta manera, incrementar conocimientos y desarrollar habilidades.

**TABLA 16**

<b>TABLA 16</b>		
Opciones	Valores porcentuales	Valores absolutos
A	79%	773 personas
B	21%	205 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

GRÁFICO 17



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En este GRÁFICO puede observarse que la mayoría de los encuestados consideran atractivo tener video clases, prácticas y vocabulario en un segundo idioma de sus carreras universitarias.

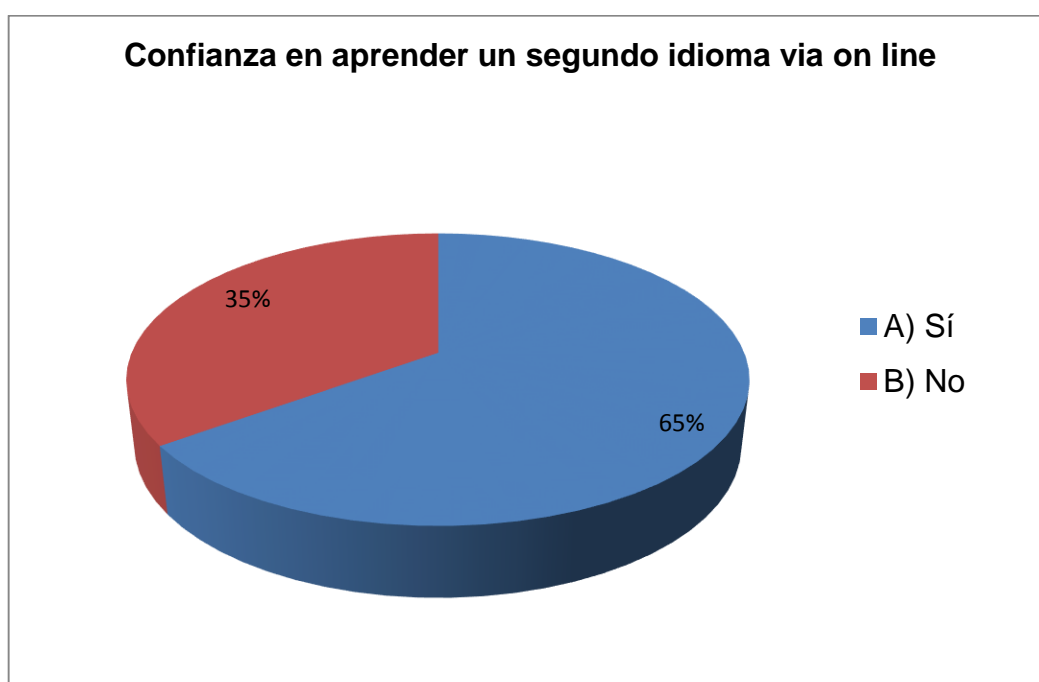
Como se ha mencionado esto puede deberse a que la mayoría de los encuestados proviene de carreras de ciencias económicas, ingeniería y ciencias sociales, y como las carreras relacionadas o provenientes de administración e ingenierías son demandas por las empresas el dominio de un segundo idioma que, por lo general, se trata de inglés, francés o portugués, es de esperar que estos estudiantes universitarios lo consideren atractivo.

TABLA 17

TABLA 17		
Opciones	Valores porcentuales	Valores absolutos
A	65%	636 personas
B	35%	536 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

GRÁFICO 18



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En este GRÁFICO puede observarse que la mayoría de los encuestados un 65% de ellos confiaría en aprender un idioma vía online.

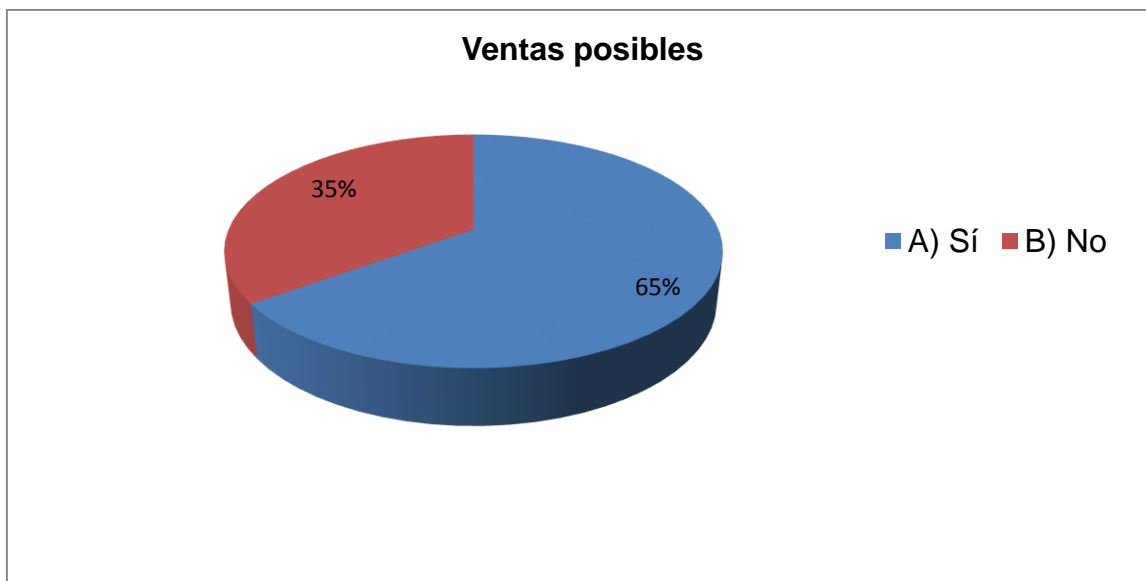
También se agregó en esta pregunta otra de manera abierta, en donde algunas de las respuestas o argumentos cuando se respondió de manera

negativa fueron que preferían aprender de manera presencia para tener responsabilidad a la hora de tomar las clases, ya que si se tratara de manera online probablemente lo olvidaría o pospondría.

**TABLA 18**

<b>TABLA 18</b>		
Opciones	Valores porcentuales	Valores absolutos
A	65%	636
B	35%	342%

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**GRÁFICO 19**

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En este GRÁFICO puede observarse que la mayoría de los encuestados un 65% de ellos, respondió de manera positiva cuando se preguntó si adquirirían una suscripción anual a una página web para aprender diferentes idiomas bajo un mismo precio

Este resultado se mantiene constante en relación con la pregunta anterior, a pesar de la oferta de servicio, sin embargo es un resultado positivo para las pretensiones de este trabajo.

**TABLA 19**

<b>TABLA 19</b>		
Opciones	Valores porcentuales	Valores absolutos
A	65%	636 personas
B	35%	342 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**GRÁFICO 20**

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En este GRÁFICO puede observarse que la mayoría de los encuestados un 65% de ellos demuestra estar interesado en adquirir una suscripción a una página web para desarrollar sus conocimientos universitarios en un segundo idioma.

Este resultado es positivo para el interés de esta investigación, ya que con este puede suponerse que ese 65%, o bien, 636 personas podrían convertirse en usuarios de esta propuesta de página web y, de esta manera, podría llegarse a la rentabilidad del proyecto.

**TABLA 20**

<b>TABLA 20</b>		
Opciones	Valores porcentuales	Valores absolutos
A	65%	636 personas
B	35%	342 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**GRÁFICO 21**



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En este GRÁFICO puede observarse que la mayoría de los encuestados un 65% de ellos podrían adquirir una suscripción anual de una página web para aprender un nuevo idioma, en donde se ofrece la posibilidad de practicar con otro usuario cuando lo desee.

Este resultado responde de manera positiva a la interrogante en cuanto a la rentabilidad del proyecto, ya que estas personas representarían la demanda potencial o clientes potenciales para este proyecto. También, debe analizarse el hecho de que esta respuesta podría generalizarse más allá de lo planteado en el

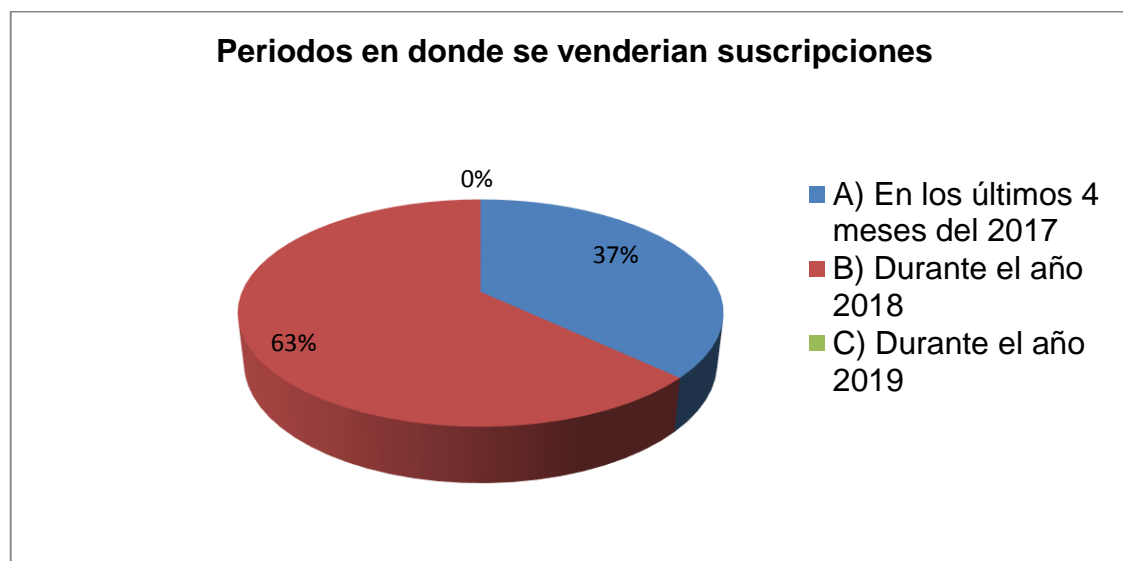
proyecto ya que esta pregunta no precisamente está relacionada a estudiantes universitarios, lo que permitirá englobar a una población más amplia.

**TABLA 21**

<b>TABLA 21</b>		
Opciones	Valores porcentuales	Valores absolutos
A	63%	236 personas
B	37%	400 personas
C	0%	0 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**GRÁFICO 22**



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En este GRÁFICO puede observarse en qué momento se darían las suscripciones a esta página web, en donde existe una mayoría que indica que lo

harían en el año 2018, seguido del año 2017 y para el año 2019 no hay respuesta.

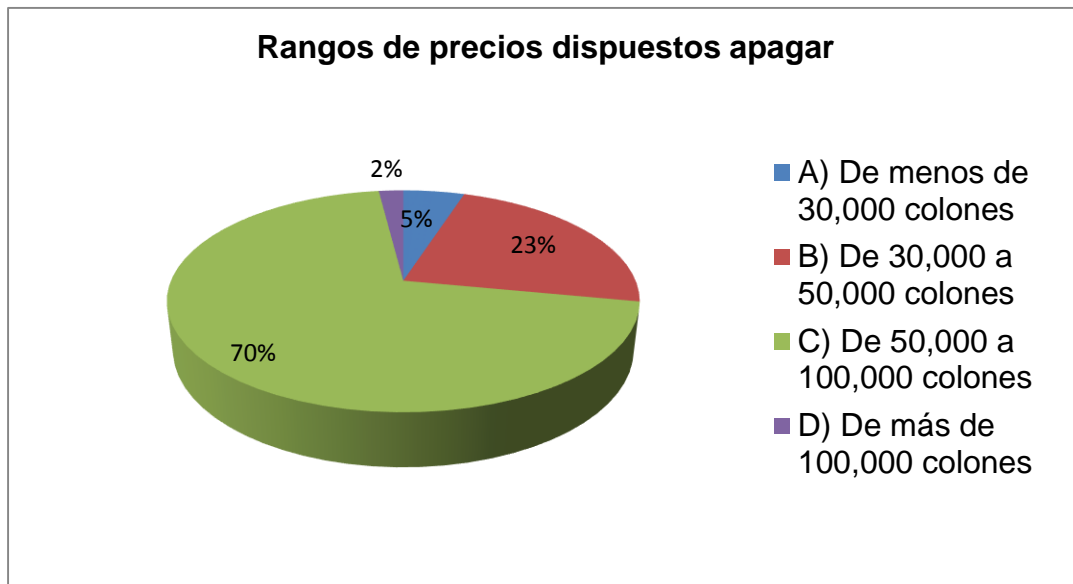
Este resultado puede suponerse al hecho que el arranque de operación o bien la etapa de introducción serían los últimos cuatro meses del año 2017, por lo que al ser pocos meses habría poco tiempo de realizar ventas, mientras que en el caso del 2018 ya se cuenta con mucho más tiempo para llevar a cabo más ventas y para el año 2019 no se hubo respuesta, lo cual puede suponerse que sería mucho tiempo de espera para la adquisición de la suscripción a esta página web.

Si bien es cierto que en este GRÁFICO no se muestra interés por parte de los encuestados en adquirir tales servicio para el año 2019, esto no quiere decir que no hayan ventas de servicios durante ese periodo ya que se podría haber continuidad en las suscripciones a este servicio por parte de los que respondieron adquirir lo en los periodos anteriores.

**TABLA 22**

<b>TABLA 22</b>		
Opciones	Valores porcentuales	Valores absolutos
A	5%	31 personas
B	23%	146 personas
C	70%	446 personas
D	2%	12 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En este GRÁFICO puede observarse que de las personas encuestadas que han respondido de manera positiva y que podría ser clientes de esta empresa ha respondido en su mayoría que estarían dispuestos a pagar por un rango entre 50 mil colones a 100 mil colones, seguido de la segunda opción que sería de entre 30 mil colones a 50 mil colones, mientras que un 31 personas respondieron que podrían pagar menos de 30 mil colones por mes y finalmente 12 personas estarían dispuestas a pagar 100 mil colones. Estos rangos de precios de manera mensual.

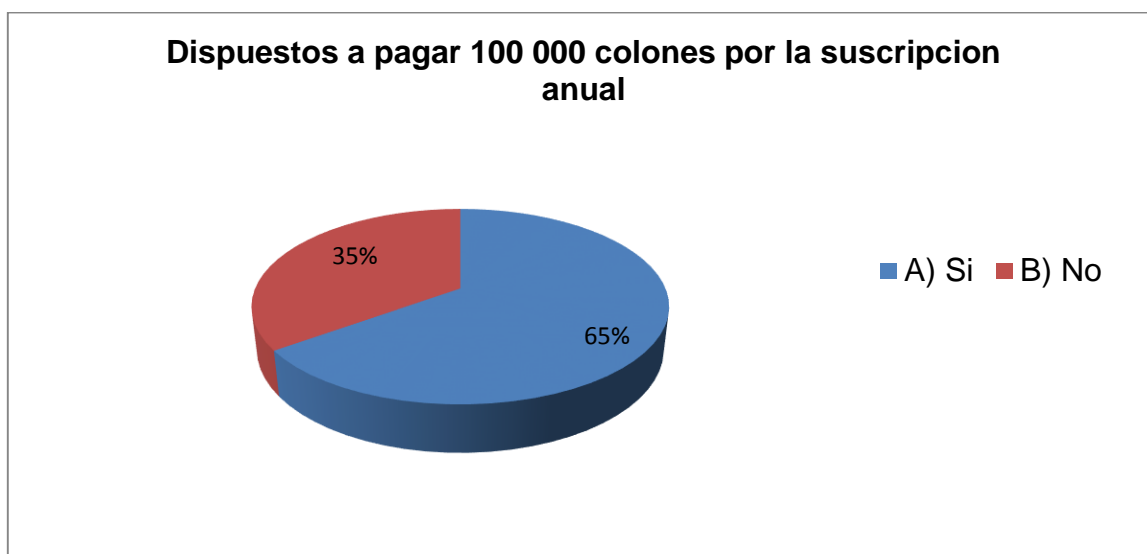
Estos resultados son de esperar suponiendo de la mayoría de los encuestados que se centran en rangos intermedios, mientras que de menor medida en el rango más alto y más bajo, esto puede deberse a que las personas desconfían de la calidad si el precio es muy bajo, mientras si es muy alto posiblemente no tenga el dinero suficiente y lo consideren excesivo.

**TABLA 23**

<b>TABLA 23</b>		
Opciones	Valor porcentual	Valor absoluto
A	65%	636 personas
B	35%	342 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**GRÁFICO 23**



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En este GRÁFICO puede observarse que la mayoría de los encuestados 636 de 978 respondieron estar dispuestos a pagar 100 mil colones de manera anual a la suscripción a la página propuesta.

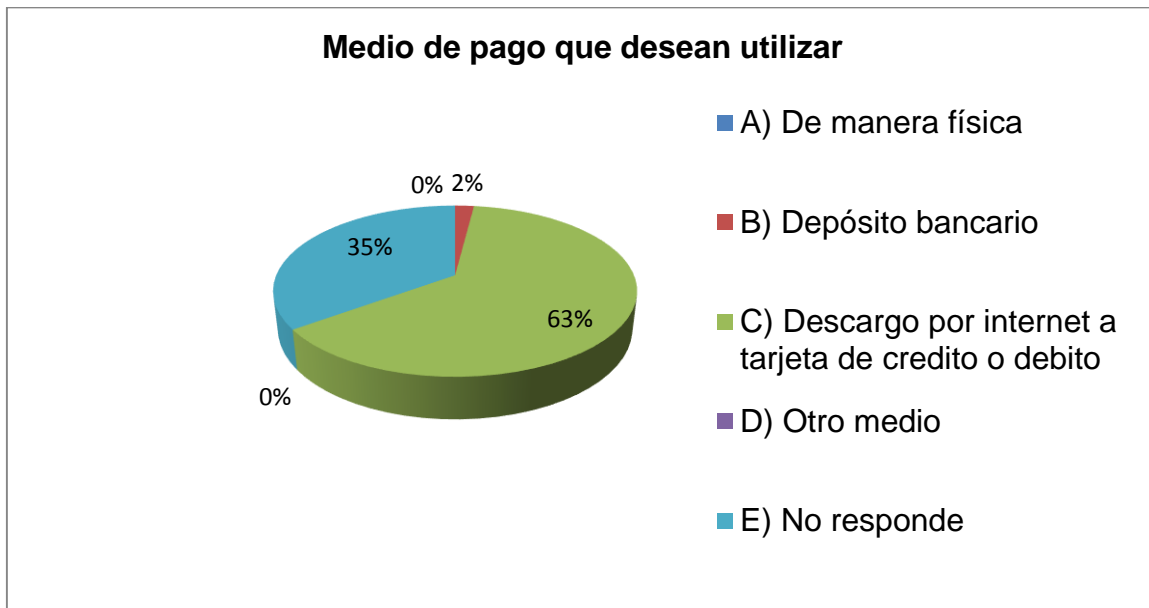
Este resultado es positivo ya que muestra que la mayoría de los estudiantes universitarios estarían dispuestos a adquirir el servicio tomando en cuenta su oferta y su precio.

**TABLA 24**

<b>TABLA 24</b>		
Opciones	Valor porcentual	Valor absoluto
A	0%	0 personas
B	2%	20 personas
C	63%	616 personas
D	0%	0 personas
E	35%	342 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

GRÁFICO 22



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En este GRÁFICO puede observarse que 616 personas de las que han respondido y nos hacen suponer ser clientes potenciales a la página web responden que gustaría pagar mediante descargo por internet a tarjeta de crédito o débito, mientras una cantidad muy pequeña en comparación con esta 20 en total responden que pagarían por depósito bancario.

Este resultado es importante de tomar en consideración ya que una mala elección del tipo de pago podría complicar las ventas por la complejidad de cada uno, ya que el pago por internet no es muy familiar aun para un porcentaje de la población. Este tipo de pago en realidad para el usuario sería muy sencillo de

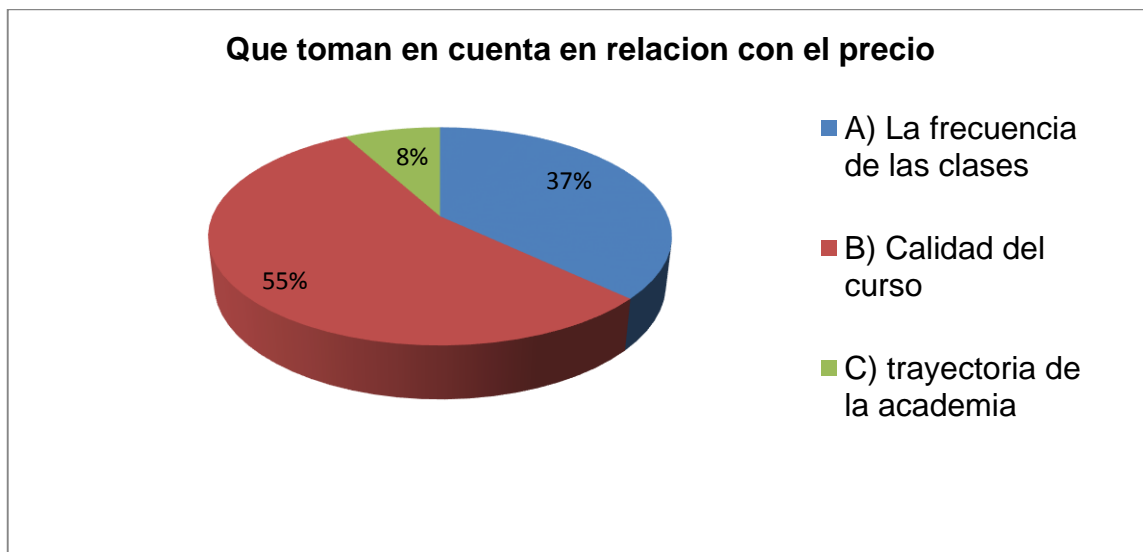
hacer, sin embargo siempre existe desconfianza de parte de las personas aunque los encuestado no lo reflejan.

**TABLA 25**

TABLA 25		
Opciones	Valores porcentuales	Valores absolutos
A	37%	362 personas
B	55%	538 personas
C	8%	78 personas

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**GRÁFICO 23**



Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Interpretación:

En este GRÁFICO puede observarse que la mayoría y casi la mitad de los encuestados un 55% de ellos respondieron que uno de los aspectos que tomarían en consideración en el precio de un curso para aprender un segundo idioma sería la calidad del curso.

Este resultado nos hace suponer que un aspecto en los que hay que trabajar para atraer más usuarios a la página web es la calidad y esto se podría hacer mediante el servicio al cliente y mejorando la experiencia que tendría el usuario con la plataforma.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **5.1 OBJETIVO NÚMERO UNO: VALORAR EL MERCADO META Y SUS ELEMENTOS PARA LA EMPRESA “FAST LEARNING” MEDIANTE UN ESTUDIO DE MERCADO.**

### **CONCLUSIONES**

En este trabajo de investigación se obtuvieron datos muy relevantes para la toma de decisiones. En este trabajo se encontró que se tiene un mercado meta que tiene necesidad de aprender un segundo idioma, ya que el GRÁFICO 10 se mostró que un 80% de los encuestados no dominan un segundo idioma, además de esto se encontró que un alto porcentaje de los encuestados en concreto un 91% tienen deseos de aprender un segundo.

Finalmente se puede concluir gracias a estos gráficos y datos que se tiene un gran mercado meta y se espera obtener un gran número de clientes, ya que también se demostró que un 65% de los encuestados desean adquirir el servicio.

## **5.2 OBJETIVO NÚMERO DOS: ESTIMAR EL MONTO Y COSTOS DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “FAST LEARNING” MEDIANTE UN ESTUDIO TECNICO**

### **LOCALIZACIÓN**

En este proyecto de inversión se pretende realizar en Costa Rica, sin embargo la naturaleza de este hace que el alcance se extienda, ya que se trata

de la creación de una página web de comercio electrónico que hace factible que el servicio pueda ser adquirido en otras partes fuera del territorio nacional.

## **EL TAMAÑO DEL PROYECTO**

El tamaño del proyecto se hace referencia la cantidad a producir en función al tamaño del mercado que planea satisfacer su necesidad.

La empresa Abok Marketing Digital indica que la capacidad de usuarios para la página es infinita, con esta empresa se inicia con un servicio de Hosting/ Servidor en la nube administrador con un costo mensual de \$20.

## **POSIBILIDADES DE FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO POR PARTE DE LA EMPRESA Y POR PARTE DE BANCOS O INVERSIONISTAS**

En este momento la empresa se encuentra en su fase previa de lanzamiento o bien en la etapa de preinversión, por lo que para el sector financiero y bancos se considera una pequeña empresa.

Actualmente en Costa Rica hay una banca especializada para pequeñas empresas, la cual clasifica en dos categorías, que son; pequeñas empresas y microempresas con menos de dos años de experiencia o emprendedores.

Los requisitos para obtener crédito para la realización de este proyecto a través de esta banca para el desarrollo, son los siguientes:

- Aportar un plan de negocios debidamente estructurado, con el detalle de la nueva actividad.

- Un flujo de caja proyectado a 3 años, con el primer año desglosado de manera mensual, mientras que para los 2 últimos de manera anual

Mediante la banca de desarrollo se cuenta con las siguientes condiciones de pago:

### CUADRO 9

<b>Cuadro número 9. Tasa de interés y plazo bajo la modalidad de banca para el desarrollo</b>	
<b>Plazo del Crédito</b>	<b>Composición de la tasa</b>
De 1 hasta 12 meses	TBP (tasa básica pasiva)
De 1 hasta 60 meses	
De 1 hasta 84 meses	
De 1 a 180 meses	

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Sin embargo, todo esto expuesto no es factible, ya que mediante conversaciones con las personas encargadas de estos fondos afirmaron, que actualmente no cuentan con una estructura o una metodología de como asignar estos créditos con condiciones especiales a empresas con menos de dos años.

Por lo tanto, se dio a la tarea de buscar otras fuentes de financiamiento para este proyecto y en la búsqueda se pudo concretar un acuerdo con inversionistas que espera tener una participación de un 15% dentro de las utilidades netas que se esperan alcanzar. De tal manera se puede decir que la

tasa de descuento o costo capital que se utilizara para traer a valor presente los flujos de efectivo en el cálculo del valor actual neto será un 15%.

## **INVERSIONES**

“En general, entendemos por inversión la adquisición por parte de un sujeto económico (persona física o jurídica) de un conjunto de activos capaces de proporcionarle servicios o rentas durante un cierto periodo de tiempo” (García, 2013, p.12).

Como toda empresa, hay etapas en este momento se analiza la introducción por lo que es importante entender las especificaciones necesarias, para llevar a cabo esta inversión inicial. En esta etapa no se pretenden asumir altos costos para buscar una alta rentabilidad en la inversión, pero a medida a que el proyecto crezca, se incrementarán los costos con el motivo de posicionar a la empresa y llevarla a una etapa de madurez.

Generalmente, cuando se habla de inversión de activos se piensa en edificios o en maquinaria, pero en este caso se pretende invertir principalmente en la creación y desarrollo de una página web de comercio electrónico, lo que se denomina como un activo intangible.

Por otra parte y retomando esa idea de buscar reducir costos y gastos se planea alquilar un local comercial en donde puedan llevarse a cabo las grabaciones de la videoclases y para esto también es necesario la compra de equipo que, en este caso específico, serían cámaras.

## ESPECIFICACIONES PARA LA PÁGINA WEB

- El público pueda visitar la página y conocer acerca de la metodología y de las características de la página.
- Que la página web funcione mediante suscripción anual en donde se cobre el acceso a la información disponible en la página.
- El pago es dual, es decir mediante; PayPal y banco nacional
- Debe de existir un buscador mediante filtros para encontrar personas para practicar una conversación.
- Deben de existir la posibilidad de cargar a la página videoclases, formatos PDF, documentos y prácticas.

De acuerdo con todas estas especificaciones necesarias para la página web del proyecto, las empresas dedicadas a la creación y desarrollo de estas, ha brindado los siguientes costos y otros servicios:

### ABOK MARKETING DIGITAL



La empresa Abok marketing digital cobra por la creación de esta página web llamada "Fast Learning" \$6000, los cuales pueden ser pagados en cuatro

tractos. Además de esto la empresa brinda un servicio de actualizaciones y ampliaciones para poder hacer modificaciones y mejoras a la página con un costo de \$25 por hora.

## **GASTOS ADMINISTRATIVOS**

Para poner en operación a la empresa es necesario registrar la mediante una sociedad anónima.

Para la inscripción de la sociedad anónima se requiere, los siguientes:

- Junta Directiva (Mínimo 4 miembros: Presidente, Tesorero, Secretario, Fiscal)
- Información de los socios (Mínimo 2 socios)
- Distribución accionaria
- Como se distribuyen los poderes de la sociedad (Quién puede actuar a nombre de la sociedad)

El costo de este trámite es de 175 000 colones

## **GASTOS PUBLICITARIOS**

La empresa HWP (Halsband world wide partners) se dedica a la creación de campañas publicitarias, de acorde con una cotización el costo de un rodaje para una campaña es de \$5 000 dólares.

Las redes sociales y en especial Facebook son herramientas que gracias a las nuevas tendencias hace posible hacer publicidad y llegar a una gran cantidad de personas sin tener que invertir grandes cantidades de efectivo.

En Facebook se puede realizar publicidad durante 7 días a un costo de 113 000 colones, para poder llegar a 152 000 personas.

En la realización de una campaña publicitaria televisiva lleva fundamentalmente dos procesos que son la creación del comercial, y segundo la

Pauta en la televisión. Dicho se tiene cotizado lo siguiente:

### **Cuadro 10**

<b>Cuadro número 10. Gasto publicitario mediante pauta televisiva</b>	
Duración de 20 segundos	
Repretel franja horaria estelar	612 000 colones
Teletica franja horaria estelar	896 000 colones

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

### **MATERIA PRIMA**

Para el costeo de un proyecto de inversión en la categoría de materia prima se tiene que estimar los costos para determinados niveles de producción.

Se plantea en este proyecto brindar a los estudiantes universitarios un servicio especializado que consiste en video clases, prácticas y material en un segundo idioma, dicho esto es realmente importante la compra de equipo que en este caso se trata de videocámaras y pizarras para hacer los videos clases.

**Cuadro 11**

<b>Cuadro número 11. Materia prima</b>	
<b>Materia prima</b>	<b>Costo</b>
Sony Costa Rica	850 000 colones
Handycam 4K	
Pizarra acrílica	50 000 colones

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**COSTOS DE OPERACIÓN Y PRODUCCIÓN**

Para el coste de la operación y producción en un estudio técnico se tiene que especificar los requerimientos de mano de obra para cada nivel de operación, tanto a nivel administrativo como general entre otros.

**REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA A NIVEL OPERACIONAL**

Los requerimientos de mano de obra para esta empresa consistirán en profesores de idiomas de; alemán, inglés italiano, francés, portugués, ruso, japonés y mandarín. Se tiene planeado contratar a un profesor para cada uno de estos idiomas, por lo que se requerirían un total de 8 profesores, para que se dediquen a la implementación de la metodología the fast learning que consiste en 4 capítulos que ya se han mencionado en este trabajo que son; uno de gramática, el segundo de vocabulario, el tercero de tiempos verbales, el cuarto de la metodología de desfragmentación verbal y el ultimo de la guía de conversación.

Debido a que el Ministerio de Trabajo no cuenta una especificación de los salarios para profesores de una segunda lengua se investigó mediante la página

tusalario.org/Costa Rica la cual es parte de Wagwl indicator, en donde se pueden encontrar índices con respecto al salario. En dicha página web de indicadores salariales se encontró que un profesor de un segundo idioma puede ganar mensualmente como salario mínimo 600 000 mil colones, y un salario máximo de 800,000 colones.

Por lo tanto se tiene presupuestado los siguientes salarios

**Cuadro 12**

<b>Cuadro número 12. Sueldos de profesores por idioma</b>	
<b>Profesores por idioma</b>	<b>Sueldo mensual bruto</b>
Alemán	625 000 colones
Francés	625 000 colones
Inglés	625 000 colones
Italiano	625 000 colones
Japonés	625 000 colones
Mandarín	625 000 colones
Portugués	625 000 colones
Ruso	625 000 colones

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**Cuadro 13**

<b>Cuadro número 13. sueldos de profesores de cursos universitarios por idioma</b>	
Profesores de cursos universitarios por idioma	Sueldo mensual bruto
Alemán	924 000 colones por profesor
Francés	924 000 colones por profesor
Ingles	924 000 colones por profesor
Italiano	924 000 colones por profesor
Japonés	924 000 colones por profesor
Mandarín	924 000 colones por profesor
Portugués	924 000 colones por profesor
Ruso	924 000 colones por profesor

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**Cuadro 14**

<b>Cuadro número 14. Carreras universitarias para cada idioma</b>
Administración
Economía
Administración pública
Contabilidad
Ingeniería en sistemas de información

Ingeniería química industrial
Ingeniería agrónoma
Ingeniería civil
Ingeniería mecánica
Ingeniería electrónica
Administración educativa
Medicina general
Nutrición

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

En los cuadros número 11 y 12 se muestra las carreras universitarias que se pondrán a disposición para cada idioma y el monto de sueldos se toma como base 524 000 colones de salario de un bachiller universitario según el listado del ministerio de trabajo y agregado 400 000 colones tomando en cuenta su condición de bilingüe.

El monto total bruto a pagar mensualmente por concepto de sueldo a nivel de mano de obra directa sería de 96 096 000 de colones.

## **REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA A NIVEL ADMINISTRATIVO Y GENERAL**

En cuanto a nivel administrativo se tiene planeado 3 dirección que son: la administrativa, la de finanzas y la de mercadeo.

Si bien es cierto el modelo de negocio hace necesario un departamento de diseño web o de programadores, para dar soporte a la página se piensa que se puede ahorrar cargas sociales y sueldos mediante la subcontratación del servicio de soporte. También los servicios contables se tienen planeado bajo esta modalidad de subcontratación.

Los requisitos para los puestos administrativos en administración, finanzas, mercadeo y contabilidad serán de bachiller universitario.

### **Cuadro 15**

<b>Cuadro número 15. Sueldo de personal administrativo</b>	
<b>Personal a nivel administrativo</b>	<b>Sueldo mensual</b>
Dirección administrativa	1 500 000 colones
Dirección financiera	1 500 000 colones
Dirección en mercadeo	1 500 000 colones
Dirección de contabilidad	1 500 000 colones
Dirección de recursos humanos	1 500 000 colones
Servicio al cliente	450 000 colones

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**Cuadro 16**

<b>Caja Costarricense de Seguro Social CCSS</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Patrono</b>	<b>Trabajador</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>SEM</b>	9,25%	5,50%	14,75%
<b>IVM</b>	5,08%	2,84%	7,92%
<b>TOTAL CCSS</b>	14,33%	8,34%	22,67%
<b>Recaudación Otras Instituciones</b>			
<b>Cuota Patronal Banco Popular</b>			0,25%
<b>Asignaciones Familiares</b>			5,00%
<b>IMAS</b>			0,50%
<b>INA</b>			1,50%
<b>TOTAL OTRAS INSTITUCIONES</b>			7,25%
<b>Ley de Protección al Trabajador (LPT)</b>			
<b>Aporte Patrono Banco Popular</b>			0,25%
<b>Fondo de Capitalización Laboral</b>			3,00%
<b>Fondo de Pensiones Complementarias</b>			0,50%
<b>Aporte Trabajador Banco Popular</b>			1,00%
<b>INS</b>			1,00%
<b>TOTAL LPT</b>			5,75%
<b>Total</b>			<b>35,67%</b>

Cuadro extraído de la página oficial de la Caja Costarricense del Seguro Social (C.C.S.S.).

Este cuadro representa las cargas sociales de acuerdo con información suministrada por la Caja Costarricense del Seguro Social.

### **ALQUILER DE LOCAL**

Como se ha mencionada la estrategia inicial para la puesta en marcha de esta empresa consistiría en buscar disminuir costos tomando en cuenta la falta de recursos y es por ese motivo que se alquilara una oficina en donde los profesores de idiomas puedan hacer las video clases, las cuales una vez este creada la plataforma se pondrá a la disposición del cliente.

En el siguiente cuadro puede observarse un promedio de los costos de alquiler de oficinas buscadas en páginas de bienes y raíces.

**Cuadro 17**

<b>Cuadro número 17. Promedio de costo de alquiler de oficinas de 100 metros</b>	
En la página encuentra 24	Promedio en esta página 260 000 colones
En mercado libre	Promedio en esta página 385 000 colones
En OLX	Promedio en esta página 325 000 colones
Promedio total	324 000 colones

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

## **SUMINISTROS DE OPERACIÓN**

Para este caso cuando se trata de suministros de operación se podría hablar de pilot que para la etapa de madures podría estimarse ese costo por 10 000 colones mensuales.

## **CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS, SEGÚN SU COMPORTAMIENTO Y CÁLCULO DEL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN POR VENTA**

### **COSTOS FIJOS**

Dentro de los costos fijos que tiene este proyecto son el pago de mano de obra, el costo de alquiler de oficina para hacer las clases pregrabadas, el almacenamiento del contenido de la página web en la nube.

### **COSTOS VARIABLES**

Uno de los aspectos importante y complejos en esta etapa de preinversión es el análisis de los costos, como se ha mencionado, pretende contratar a profesores de idiomas para que creen archivos digital los cuales cargarán una vez que este creada la plataforma.

El análisis de los costos variables es muy complejo en este caso, ya que si se crean los archivos digitales y se cargan a la página una cantidad infinita de usuarios y clientes podrán comprar la suscripción y obtener el servicio sin reflejar esto un costo variable, sin embargo, a medida que se incrementan la oferta de idiomas disponibles para los clientes se incrementa el costo, ya que se deben de contratar un profesor para la aplicación de la metodología a los diferentes idiomas

y es por eso que se puede decir que entre más idiomas se ofrezcas también va a aumentar el costo variable.

### **COSTOS SEMIVARIABLES**

En cuanto a costo semivARIABLES podemos hablar acerca del servicio de hosting de almacenamiento en la nube, ya que aunque se inicial con un costo inicial de \$20 dólares a medida de que incrementan el contenido a la página y llega a un tope máximo de almacenamiento, lo que producirá una necesidad de comprar más almacenamiento en la red (Internet) debido a que la página se convierte más pesada y requiere de más capacidad de almacenamiento.

### **CALCULO DEL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN**

Para el cálculo del margen de contribución por venta es necesario la determinación de tres elementos importantes que son el precio, el costo variable y por último el margen de contribución.

La fórmula para calcula el margen de contribución es el siguiente:

Precio de venta – El costo variable = margen de contribución

### **Cuadro 18**

<b>Cuadro número 18. Calculo de margen de contribución</b>		
Precio de venta	Costo variable	Margen de
100 000,00 colones	13% de impuesto de venta 13 000 colones	87 000 colones o 87%

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

## PLAN DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

“Se refiere a un programa en que se muestran en detalle todas las actividades necesarias para la construcción y equipamiento, como para la puesta en marcha del proyecto” (Fernández, 2007, p.45).

En este caso se realizara un plan de ejecución en relación con las etapas de introducción, crecimiento y madurez.

## PLANEACIÓN EN LA ETAPA DE INTRODUCCIÓN

Se tiene planeado durante la etapa de introducción del servicio que brindara la empresa “Fast Learning” los siguientes planes; contratar durante 3 meses a profesores de idiomas con el objetivo de implementar a cada uno de los idiomas la metodología “the fast learning”, la cual en el siguiente cuadro se refleja el cronograma para su aplicación.

La actividad por realizar para lograr esta meta será de buscar estudiantes avanzados o egresados de academias de idiomas o también anunciar puestos en páginas de empleo por internet.

<b>Cuadro Numero 19</b>	
Primer mes	Mediante la guía desarrollar el capítulo 1 de gramática y el capítulo 2 de vocabulario con su respectivo video clase de cada capítulo, y el desarrollo de la guía de conversación. Esto de la siguiente manera:

	<p>Primera semana: Capítulo 1</p> <p>Segunda semana: Capítulo 2</p> <p>Tercera semana: Video clases de los 2 capítulos</p> <p>Cuarta semana: Guía de conversación</p>
Segundo mes	<p>Aplicación y desarrollo de la guía de desfragmentación verbal para cada idioma y con su correspondiente video clase.</p>
Tercer mes	<p>Desarrollo de definiciones conceptuales</p> <p>Primera semana: De carreras relacionadas a administración (Mercadeo, Finanzas, Gerencia, Recursos Humanos, economía y Administración publica</p> <p>Segunda semana: Ciencias Medicas</p> <p>Tercera semana: Ingenierías</p> <p>Cuarta semana: Otras</p>

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Como se determinó en el cuadro 10 referente a los costos de mano de obra el costo bruto para contratar a 8 profesores para idioma de manera temporal tiene un costo mensual de 5.000.000 y además se debe de agregar el aguinaldo ya que según las ley del aguinaldo de Costa Rica indica que toda persona que

haya trabajado más de un mes tiene derecho a ello independientemente si su contrato es por obra o por plazo.

El aguinaldo es una doceava parte de los salarios ordinarios y extraordinarios devengados, de tal manera se determina que el costo real de la mano de obra directa en esta etapa es el siguiente.

### Cuadro 20

<b>Cuadro número 20. Deducciones de la Caja Costarricense del Seguro Social</b>		
	<b>Patrono (9,25%)</b>	<b>Trabajador (5,50%)</b>
SEM	57 810	34 375
	<b>Patrono (5,08%)</b>	<b>Trabajador (2,84)</b>
IVM	31 750	17 750
<b>Total C.C.S.S</b>	<b>Total aporte de patrono (14,33%) 89 562,5</b>	<b>Total aporte del trabajador (8,34%) 52 125</b>

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**Cuadro 21**

<b>Cuadro número 21. Deduciones a otras instituciones</b>			
	Patrono	Trabajador	Monto
Cuota patronal Banco Popular	(0,25%)		1 563
Asignaciones familiares	(5%)		31 250
IMAS	(0,50%)		3 125
INA	(1,50%)		9 375
Total			45 313

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**Cuadro 22**

<b>Cuadro número 22. deducciones a otras instituciones</b>			
Ley de protección al trabajador	Patrono	Trabajador	Monto
Aporte patrono banco popular	(0.25%)		1,563
Fondo de capitalización	3%		18,750
Fondo de pensiones	0,50%		3,125
Aporte trabajador		1%	6,250
INS	1%		6,250
Total	(4,75%) 29 687,5	(1%) 6,250	35,938

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**Cuadro 23**

<b>Cuadro número 23. Deducciones totales por cargas sociales</b>			
Total de cargas sociales	Patrono	Trabajador	Total
Porcentaje	26 33%	9,34%	35,67%
Absoluto	164 563 colones	58 375 colones	222 938

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**Cuadro 24**

<b>Cuadro número 24. Costo de mano de obra directa neta</b>	
Salario bruto	625 000
Deducción a trabajador	(58 375 colones)
Deducción a patrono	164 563 colones
Total	731 188 colones

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**Cuadro 25**

<b>Cuadro número 25. Calculo del aguinaldo respectivo para cada profesor</b>	
Salario bruto	625 000,00
Salarios devengados	1 875 000,00
Doceava parte del salario real	156 250,00

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

De acuerdo con la información brindada en el cuadro anterior, se determina que el costo real de la mano de obra directa en esta primera etapa sería de 18 798 512 colones en total tomando en consideración también el aguinaldo.

### **PLANEACIÓN EN LA ETAPA DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO**

Para la segunda fase o etapa de este proyecto se plantea dar una oferta especializada, que consistirá en brindar a los estudiantes universitarios archivos digitales que contendrán vocabulario referente a su profesión, videoclases, prácticas y otros materiales. Para esta etapa, es importante la contratación de profesores de cursos universitarios en relación con las carreras que se requieren en un segundo idioma. También, es necesario la compra de videocámaras y más pizarras para llevar a cabo esta meta.

De igual manera en una etapa de crecimiento se tiene en mente que el nivel de ventas aumente, por lo que también es necesario el aumento de las fuerzas de venta en este caso de vendedores que se dedicaran al servicio a cliente.

**Cuadro 26**

<b>Cuadro número 26. Costo real de sueldo de profesores de cursos universitarios en otros idiomas</b>				
Total	cargas	Patrono	Trabajador	Total
sociales				
Porcentajes		26,33%	9,34%	35,67%

totales			
Montos totales	243 289 colones	86 302 colones	329 591 colones

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

### Cuadro 27

<b>Cuadro número 27. Costo neto de salario</b>	
Salario bruto	924 000 colones
Deducción a trabajador	(86 302) colones
Deducción a patrono	243 289 colones
Costo neto	1 080 987 colones

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

### Cuadro 28

<b>Cuadro número 28. Costo neto de salarios</b>	
Salario real	924 000,00 colones
Salarios devengados	11 080 000 colones
Doceava parte del salario real	924 000,00 colones

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

De esta manera, el costo de mano de obra directa para esta etapa sería

de:

**Cuadro 29**

	Salario bruto	Costo real con cargas sociales	Necesidad de personal	Dólares
servicio al cliente	450 000	526 455	50	574 314
profesores de idiomas	625 000	731 875	8	127 745
ingenieros y diseñadores web	1 500 000	1 754 950	5	191 449
Profesores de cursos universitario en segunda lengua	924 000	1 080 987	104	2 452 857
Personal directivo	1 500 000	1 754 950	5	191 449
<b>Total</b>				<b>\$3 537 814</b>
	salario anual	aguinaldo respectivo	personal	
servicio al cliente	5 400 000	450 000	50	40 909
profesores de idiomas	7 500 000	625 000	8	9 090
ingenieros y diseñadores web	18 000 000	1 500 000	5	13 636
profesores de cursos universitarios en segunda lengua	11 088 000	924 000	104	174 720
personal directivo	18 000 000	1 500 000	5	13 636
				<b>\$251 991</b>
<b>Costo total</b>				<b>\$3 789 805</b>

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Mientras que el costo de materia prima para la etapa de crecimiento y desarrollo sería de:

### Cuadro número 30

Artículos	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Dólares
videocámaras	104	850 000	88 400 000	160 727,273
pizarras acrílicas	104	50 000	5 200 000	9 454,54545
computadoras de ingenieros	5	1 000 000	5000000	9 090,90909
<b>Total</b>			<b>98600000</b>	<b>179 272,727</b>

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Otros costos serian:

### Cuadro número 31

	Cantidades	Costo unitario	Costo total	Dólares
computadoras servicio al cliente	50	300 000	15 000 000	\$27 272 7273
compra de edificio	1	3000000	3 000 000	\$3 000 000

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Costo de operación para esta etapa son:

**Cuadro número 32**

Costos de operación	Mensual	Anual	Colones	Dólares
Almacenamiento en la nube	55 000	660 000	660 000	1 200
Electricidad	500 000	6 000 000	6 000 000	10 909,0909
Internet	1 000 000	12 000 000	12 000 000	21 818,1818
Agua	500 000	6 000 000	6 000 000	10 909,0909
compra de suministros	10 000	112 000	112 000	203,636364
<b>Total</b>	<b>206 5000</b>	<b>24 772 000</b>	<b>24772000</b>	<b>\$45040</b>

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**Cuadro número 33**

<b>Costo real de sueldo a dirección administrativa</b>	
Salario bruto	1 500 000 colones
Deducción a trabajador (9.34%)	(140 000) colones
Deducción a patrono (26.33%)	394 950 colones
Salario neto	1 754 000 colones

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

**Cuadro número 34**

<b>Cuadro número. salario neto para personal de servicio al cliente</b>	
Salario bruto	450 000 colones
Deducción a trabajador (9,34%)	(56 040) colones
Deducción a patrono (26,33%)	157 980 colones
Salario neto	701 940 colones

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

### **PLANEACIÓN EN LA ETAPA DE MADUREZ**

En esta etapa se pretenden cuatro objetivos principales que son; 1) Brindar en la plataforma digital la posibilidad de ver clases en tiempo real o en vivo en cuanto a idiomas y también en cuanto a cursos universitarios en otros idiomas, 2) Brindar a los estudiantes universitarios la posibilidad de realizar exámenes especializados a sus carreras que muestren sus conocimientos profesionales.

### **PUNTO DE EQUILIBRIO**

Se puede decir que el punto de equilibrio es el punto en donde se igualan los costos fijos. La fórmula para calcular el punto de equilibrio es la siguiente.

$$IT=CT$$

$$P(X) = V(X) + CF$$

$$P(X) - V(X) = CF$$

$$X (P - V) = CF$$

$$X = \frac{CF}{P - V}$$

IT= Ingresos totales

CT= costos totales

P= Precio por utilidad

X= Número de unidades a vender

V= Costos Variables por unidad

CF= Costo fijo en un tramo definido

Por lo tanto  $PE = \frac{CF}{P-V}$  es la fórmula para calcular el punto de equilibrio,

para este caso se tiene que los costos fijos para el año 2017 son de 25 259 512 mientras que para el segundo año es de 1 488 000, y el precio de venta es de 100 000 colones, por lo tanto se realizan dos cálculos de punto de equilibrio para ambos años.

Punto de equilibrio para el primer año

$$PE = \frac{25\,259\,512}{100\,000 - 0} \quad PE = 252,60$$

Punto de equilibrio para el segundo año

$$PE = \frac{1\,488\,000}{100\,000 - 0} \quad PE = 14,88$$

Mediante el uso de la fórmula anterior, se determinó que el punto de equilibrio para el primer año es de 252,60 unidades y para el segundo año es de 14,88 unidades.

### 5.2.1 CONCLUSIONES

El aspecto más relevante en este objetivo se tienen el análisis de los costos por su comportamiento, ya que se demostró que en este modelo de negocio que tiene como propuesta la creación de la empresa “fast learning” solo tiene como costo variable el impuesto de venta, mientras que los costos fijos son los que predominan para esta empresa. También, debe mencionarse que por el modelo de negocio los costos fijos relacionados con el almacenamiento de información en la nube son muy importantes.

Puede concluirse que este fenómeno explicado anteriormente produce

### 5.2.2 RECOMENDACIONES

A modo de recomendación se puede decir que debe actualizarse los costos cada año por el efecto de la inflación y otros elementos externos.

### 5.3 OBJETIVO NÚMERO 3: EVALUAR FINANCIERAMENTE LAS INVERSIONES PARA CONOCER LA RENTABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “FAST LEARNING” MEDIANTE UN ESTUDIO FINANCIERO.

#### FLUJO DE EFECTIVO

#### PRESUPUESTO TOTAL PARA LA PRIMERA ETAPA DE INTRODUCCIÓN

#### Cuadro 35

<b>Cuadro número 35. Sumatoria de las inversiones necesarias para un año</b>	
Partidas	Costo
Creación y desarrollo de página Web	\$6 000 dólares o 3 300 000,00 colones
Inscripción de sociedad anónima	175 000,00 colones
Gasto publicitario	113 000,00 colones mensuales 452 000 colones
Video cámara	850 000 colones
Almacenamiento de contenido en la nube	\$20 o 11 000,00 colones mensuales \$80 o 44 000 colones

Mano de obra directa (profesores de idiomas)	18 798 512 colones
Alquiler de local	648 000 colones
Pizarra acrílica	50 000 colones
Costo total de la inversión para el año 2017	24 317 512,00 colones

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

#### Salidas de efectivo

Pretendiendo que el inicio de inversiones se dé a partir del mes de abril se estiman las siguientes salidas de efectivo para meses posteriores.

#### Cuadro 36

<b>Cuadro número 36. Salidas de efectivo o egresos para el año 2017</b>	
Abril	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primer pago para el desarrollo de la página web \$1 500 dólares o 825 000.</li> <li>• Pago de alquiler de oficina 648 000 colones</li> <li>• Pago de salarios a profesores 5 879 440 colones</li> <li>• Compra de videocámara 850 000 colones</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de sociedad 175 000,00</li> <li>• Compra de pizarra 50 000</li> </ul> <p>Total: 8 427 440,00 colones</p>
Mayo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Segundo pago para el desarrollo de la página web \$1 500 dólares o 825 000.</li> <li>• Pago de salarios a profesores 5 879 440 colones.</li> </ul> <p>Total: 6 704 440 colones</p>
Junio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tercer pago para el desarrollo de la página web \$1 500 dólares o 825 000.</li> <li>• Pago de salarios a profesores 5 879 440 colones.</li> <li>• Pago de aguinaldo a profesores 1 250 000,00 colones</li> </ul> <p>Total: 7 954 440 colones</p>
Julio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuarto pago y ultimo para el desarrollo de la página web \$1</li> </ul>

	<p>500 dólares o 825 000.</p> <p>Total: 825 000</p>
Agosto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almacenamiento en la nube de contenido de la página web \$20 o 11 000,00 colones mensuales.</li> <li>• Gasto de publicidad 113 000,00 colones.</li> </ul> <p>Total: 124 000,00</p>
Setiembre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almacenamiento en la nube de contenido de la página web \$20 o 11 000,00 colones mensuales</li> <li>• Gasto de publicidad 113 000,00 colones.</li> </ul> <p>Total: 124.000,00</p>
Octubre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almacenamiento en la nube de contenido de la página web \$20 o 11 000,00 colones mensuales</li> <li>• Gasto de publicidad 113 000,00 colones.</li> </ul> <p>Total: 124 000,00</p>
Noviembre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almacenamiento en la nube de contenido de la página web \$20</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>o 11 000,00 colones mensuales</li> <li>• Gasto de publicidad 113 000,00 colones.</li> </ul> <p>Total: 124 000,00</p>
Diciembre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almacenamiento en la nube de contenido de la página web \$20 o 11 000,00 colones mensuales</li> <li>• Gasto de publicidad 113 000,00 colones.</li> </ul> <p>Total: 124 000,00</p>
Total de egresos para el año 2017	24 317 512,00 colones

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Entradas de efectivo

### Cuadro 37

<b>Cuadro número. Entradas de efectivo para el año 2017</b>	
Setiembre	<p>Promedio estimado de ventas 59</p> <p>ventas utilidad por venta a 87 000</p> <p>Total: 5 133 000,00 colones</p>

Octubre	Promedio estimado de ventas 59 ventas utilidad por venta a 87 000 Total: 5 33 000,00 colones
Noviembre	Promedio estimado de ventas 59 ventas utilidad por venta a 87 000 Total: 5 133 000,00 colones
Diciembre	Promedio estimado de ventas 59 ventas utilidad por venta a 87 000 Total: 5 133 000,00 colones
Total de ingresos para el año 2017	20 532 000 colones

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

De tal manera que se determina que el flujo de efectivo para los primeros 5 años son los siguiente.

**Cuadro 38**

Año	Ingresos	Egresos	Flujo total	Etapa del proyecto
0 Inversión inicial	0	23 056 512	-23056512	inversión
2017	20 532 000	1 500 000	19 032 000	introducción
2018	34 800 000	1 500 000	33 300 000	desarrollo
2019	55 332 000	6 883 200	48 448 800	crecimiento y desarrollo
2020	55 332 000	6 883 200	48 448 800	crecimiento y desarrollo
2021	55 332 000	22 170 000	33 162 000	crecimiento y desarrollo

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Para el año 2018

### Cuadro 39

Ingresos	Egresos
Para el año 2018 se estiman 400 ventas las cuales la empresa recibiría una utilidad por venta de 87 000 colones	Los egresos para el año 2018 son representados por un gasto publicitario mensual de 11 4000 colones más un costo de almacenamiento de datos en la nube de 11 000 colones mensuales

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Para el año 2019

### Cuadro 40

ingresos	Egresos
Para el año 2019 se estima 636 ventas las cuales la empresa recibiría una	Los egresos para el año 2019 son representados por un gasto publicitario

utilidad por venta de 87 000 colones	mensual de 114 000 colones más un costo de almacenamiento de datos en la nube de 11 000 colones mensuales, más 5 383 200 de colones por concepto de impuesto de renta
--------------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Para el año 2020

#### Cuadro 41

ingresos	Egresos
Para el año 2020 se estima 636 ventas las cuales la empresa recibiría una utilidad por venta de 87 000 colones	Los egresos para el año 2020 son representados por un gasto publicitario mensual de 114 000 colones más un costo de almacenamiento de datos en la nube de 11 000 colones mensuales, más 5 383 200 de colones por concepto de impuesto de renta

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Para el año 2021

#### Cuadro 42

Ingresos	Egresos
Para el año 2021 se estima 636 ventas las cuales la empresa recibiría una utilidad por venta de 87 000 colones.	Los egresos para el año 2021 son representados por un gasto publicitario en internet mensual de 114 000 colones más 2 0670 000 colones para la realización de una campaña publicitaria y un costo de almacenamiento de datos en la nube de 11 000 colones mensuales.

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

#### 4.3.2 VALOR ACTUAL NETO

Para el cálculo del valor actual neto debe tomarse en cuenta el flujo de efectivo proyectado de los periodos, la tasa de rendimiento mínimo exigido por la empresa y el monto de la inversión inicial. La fórmula para determinar el valor actual neto es la siguiente.

$$VAN = \frac{Y^t}{(1+i)^t} - \frac{E^t}{(1+i)^t} - I_0 + \frac{Y^t}{(1+i)^t} - \frac{E^t}{(1+i)^t}$$

Io= inversión inicial

Y= flujo de ingreso

E= Egresos

I= tasa exigida

Para este caso se tiene que la tasa que se utiliza de descuento es 15% mientras que los flujos de efectivo actualizados a valor presente son los siguientes:

### **Cuadro 43**

2017	16 549 565 colones
2018	25 179 584 colones
2019	31 855 346
2020	27 700 301
2021	16 487 374

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Por lo que al sumar estos flujos de efectivo traídos a valor presente y restando la inversión inicial, se obtiene como Valor Actual Neto 94 715 658,9 colones.

### **4.3.3 TASA INTERNA DE RETORNO**

Para la evaluación de proyecto se utiliza la tasa interna de retorno,, la cual se compara con el costo de capital utilizado por la empresa para el descuento de los flujos de efecto.

Los datos necesarios para llevar a cabo el cálculo de la tasa interna de retorno son el monto de la inversión inicial, el flujo de efectivo de los periodos.

Para esta investigación los datos son:

**Cuadro 44**

Año	Ingresos	Egresos	Flujo total
0 Inversión inicial	0	23 056 512	-23 056 512
2017	20 532 000	1 500 000	19 032 000
2018	34 800 000	1 500 000	33 300 000
2019	55 332 000	6 883 200	48 448 800
2020	55 332 000	6 883 200	48 448 800
2021	55 332 000	22 170 000	33 162 000

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa "Fast Learning" en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

$$\sum_{t=1}^n \frac{Y_t - E_t}{(1-r)^t} - I_0 = 0$$

Mediante el uso de la fórmula de la tasa interna de retorno se determinó que la TIR de este proyecto es de 119%.

**Cuadro 45**

Costo de capital	15%
------------------	-----

Tasa interna de retorno	119%
-------------------------	------

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

Como se ha comentado la tasa interna de retorno debe no solo ser mayor a cero sino que también debe de compararse con el costo de capital, que en este caso es 15% y el resultado de la TIR es 119% esto quiere decir que el proyecto debería de ser tomado.

#### 4.3.2 PERIODO DE RECUPERACIÓN

El periodo de recuperación es una herramienta financiera para calcular en que tiene puede ser recuperada la inversión inicial.

Este método en realidad es muy sencillo y es por eso que trae algunas desventajas entre ellas que no se preocupa por los posteriores flujos de efectivo y que no toma en cuenta la tasa de descuento. Sin embargo existe una forma para el cálculo del periodo de recuperación el cual va ser utilizado en este proceso de evaluación.

#### CUADRO 46

Año	Flujo anual	Descuento de tasa	Flujo acumulado
0			-23 056 512
1	19 032 000	2 854 800	16 177 200
2	33 300 000	4 995 000	44 482 200
3	48 448 800	7 267 320	85 663 680
4	48 448 800	7 267 320	126 845 160
5	33 162 000	4 974 300	155 032 860

Fuente: Elaboración propia para investigación de análisis para la creación de la empresa “Fast Learning” en el mercado online para el primer cuatrimestre del 2017

En esta tabla se puede observar que el periodo de recuperación se da durante el periodo 2018.

### **5.3.1 Conclusiones**

Como se ha venido mencionando este modelo de negocio, que se plantea ayuda al proyecto a ser rentable, ya que los costos variables son solo los referentes a impuestos.

Se concluye en el análisis de resultados del objetivo específico número 3 que consiste en evaluar financieramente las inversiones que el proyecto es muy rentable, ya que el resultado del Valor Actual Neto resulto ser de 94 715 658,00 de colones, mientras que la Tasa Interna de Retorno fue de 119% y el periodo de recuperación se da en el segundo periodo

### **5.3.2 RECOMENDACIONES**

Se dice a modo de recomendación, al igual que con el objetivo número dos que hay que actualizar los datos y evaluar también las futuras inversiones, ya que en un proyecto de inversión puede cambiar de escenario y lo que hoy es rentables quizás en otros años no lo será. Además. puede recomendar que se realice el estudio financiero de este estudio de factibilidad con otras fuentes de financiamiento.

## BIBLIOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA CITADA

J, Uribe (2015). *Proyectos de inversión para la pyme*. (3ª. ed.).

Bogotá: Editorial Ecoe Ediciones.

Briceño, P (2013). *Evaluación de proyectos de inversión: herramientas financieras para analizar la creación de valor*. (1ª. Ed.).

Lima: Editorial Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

J, García (2013). *Inversiones financieras selección de carteras, teoría y práctica*. (Madrid. Editorial Ediciones Pirámide.

Gómez, S. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba: Brujas.

Mesa, M. (2012). *Fundamentos de marketing*. Bogotá: editorial Ecoe Ediciones.

J, Yuni & C, Urbano (2014). *Técnicas para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación Vol. 2*. Argentina: Editorial Brujas.

Apolinar E. García (2013). *Estrategias empresariales* (1ª ed) Bogotá; Bilineata publishing.

J, López & M, Rivera (2012). *Dirección de marketing: fundamentos y aplicaciones*. (3ª. ed.). Madrid: Editorial Esic.

D. Teran Garido (2014). *Administración estratégica de la función informática*. México: Alfaomega.

D, Rojas. (2016). *Evaluación de proyectos para ingenieros*. (2ª. ed.). Bogotá, Colombia: Editorial Ecoe ediciones.

Ramírez, D. (2013). *Contabilidad administrativa*. 9ª. ed.). México, D.F.: Editorial McGraw-Hill Interamericana.

Nassir, R .y Sapag, J. M. Sapag (2014). *Preparación y evaluación de proyectos*. (6ª. ed.). México, D..F: Editorial McGraw-Hill Interamericana.

## **BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA**

Oviedo, R. (2016). *Metodología de la investigación: Estructura de un proyecto de investigación*. San José:

P, Baptista. L, Collado & R, Sampieri (2010). *Metodología de la investigación*. (5ta. ed.). México: McGraw-Hill.

Acosta, G. (2012). Estudio de factibilidad para la creación de un centro de enseñanza del idioma inglés, aplicado técnicamente a la contabilidad en la ciudad de Ibarra. Ibarra; Universidad del Norte.

Ministerio de Trabajo (2017). *El aguinaldo en la empresa privada*. Costa Rica.

El Estado de la Nación (2015). *El estado de la educación superior*. 5ta. ed. Costa Rica: Estado de la Nación

## **ANEXOS**

### **#1 ESTUDIO DE VENTAJAS COMPETITIVAS**

**FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto  
“Fast Learning”)**

**Fortalezas**

- Se cuenta con una metodología que puede ser aplicada a cualquier idioma para su aprendizaje, permitiendo así aumentar los clientes potenciales.
- La forma de negocio (el E-Learning), permite disminuir costos, ya que los costos variables prácticamente no existen, aumentando de esta manera las utilidades por ventas o por suscripción.
- Actualmente, no existe en el mercado ninguna empresa que brinde a los estudiantes universitarios conocimientos técnicos de sus carreras en un segundo idioma.
- Los bajos costos permitiría a la empresa fast learnig ofrecer sus servicios al cliente a un bajo precio en comparación con el mercado.
- El uso de esta página web sería sin restricciones para los clientes, lo cual quiere decir que el estudiante podría utilizarla las horas que desee.

### **Oportunidades**

- Existe gran necesidad de dominar un segundo idioma para la obtención de un empleo bien remunerado.

### **Debilidades**

- No se cuenta con muchos años de trayectoria, por lo que invertir en publicidad es muy importante para la viabilidad de este proyecto de inversión.

### **Amenazas**

Existe competencia bien posicionada, aunque estas empresas solo se centran en la enseñanza del idioma inglés.

## #2 ENCUESTA

El presente cuestionario tiene como propósito captar la información para determinar si es factible la creación de la empresa “Fast Learning” en Costa Rica. La información que usted nos brinde será de gran provecho para la realización de esta investigación y además será totalmente confidencial.

Se le agradecería que seleccione solamente un ítem, marcando con una X dentro del espacio correspondiente.

1. Es usted estudiante universitario
  - A) Sí
  - B) No
  
2. En qué tipo de Universidad Estudia
  - A) Pública
  - B) Privada
  - C) Técnica
  
3. Edad
  - A) De menos de 20
  - B) De 20 a 25 años
  - C) De 26 a 30 años
  - D) de 31 a 35 años
  - E) más de 35 años
  
4. Género
  - A) Femenino
  - B) Masculino
  
5. De cuál de las siguientes opciones corresponde su carrera universitaria
  - A) Ciencias Económicas
  - B) Ciencias Sociales
  - C) Ciencias de la salud
  - D) Ingeniería
  - E) Informática
  - F) Otras
  
6. ¿Cuál es su carrera universitaria?  

---
  
7. Estado Civil
  - A) Casado
  - B) Soltero
  - C) Divorciado
  - D) Unión Libre
  - E) Viudo
  - F) Otro

8. Trabaja actualmente?
- A) Si
  - B) No
9. Lugar de Residencia?
- A) San José
  - B) Cartago
  - C) Alajuela
  - D) Heredia
  - F) Limón
  - G) Guanacaste
  - H) Puntarenas
10. Domina usted un segundo Idioma
- A) Sí
  - B) No
11. ¿Cuál de las siguientes opciones domina usted como segundo idioma?
- A) Inglés
  - B) Francés
  - C) Portugués
  - D) Alemán
  - E) Mandarín
  - F) Ninguno de los anteriores
12. ¿Qué nivel tiene de ese segundo idioma?
- A) Básico
  - B) Intermedio
  - C) Alto o avanzado
13. ¿Le gustaría aprender un segundo idioma?
- A) Sí
  - B) No
14. ¿Considera importante el dominio de un segundo idioma en su carrera universitaria?
- A) Sí
  - B) No

15. ¿Considera usted que es importante dominar un segundo idioma para la obtención de un empleo?

- A) Sí
- B) No

16. ¿Considera importante en el proceso de aprendizaje de un segundo idioma, practicar conversaciones con personas?

- A) Sí
- B) No

17. ¿Es atractivo para usted es tener videoclases, prácticas y vocabulario en un segundo idioma de su carrera profesional?

- A) Sí
- B) No

18. ¿Confiaría usted en aprender un segundo idioma via on line?

- A) Sí
- B) No

Por qué?

---

---

---

---

19. ¿Adquiriría un suscripción anual a una página web para aprender diferentes idiomas como el alemán, inglés, italiano, francés, portugués y japonés bajo un mismo precio?

- A) Sí
- B) No

20. ¿Adquiriría un suscripción anual a una página web para desarrollar sus conocimientos universitarios en un segundo idioma?

- A) Sí
- B) No

21. ¿Adquiriría una suscripción anual de una página web para aprender un nuevo idioma en donde exista la posibilidad de practicar conversaciones con otros usuarios, cuando lo desee?

- A) Sí  
B) No
22. Cuanto estaría dispuesto usted a pagar por un curso de un segundo o tercer idioma, de manera mensual?  
A) De menos de 30 000 colones  
B) De 30 000 a 50 000 colones  
C) De 50 000 a 100 000 colones  
D) De más de 100 000 colones
23. ¿Qué medio le gustaría para pagar el aprendizaje del segundo idioma?  
A) De manera física  
B) Depósito bancario  
C) Descargo por internet  
D) Otro medio
24. ¿Qué necesitaría usted para poder aprender un idioma de manera on line y en que gastos incurriría?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
25. ¿Cuál de los siguientes forma de pago utiliza usted en el caso de adquirir suscripciones por internet?  
A) Descargo de tarjeta  
B) PayPal

### #3 MODELO DE NEGOCIO

#### ¿QUÉ VA VENDERse?

La empresa “Fast Learning” se dedicara a vender metodologías para aprender a hablar un nuevo idioma de manera más rápida y también a vender

recursos para profesionales y estudiante universitarios para desarrollar sus carreras en un segundo idioma, para que estos puedan tener mayores posibilidades de adquirir un mejor empleo.

La metodología “fast”, es un conjunto de herramientas que permiten al estudiante de un segundo idioma avanzar más rápidamente, pues esta tiene énfasis en la práctica. Esta metodología contiene 5 capítulos, los cuales son; gramáticos, vocabulario, desfragmentación verbal, desarrollo de composiciones y guías de conversación. Dicha metodología tiene la posibilidad de ser aplicada a diferentes idiomas.

Los recursos para estudiantes universitarios y profesionales son video clases así como también prácticas. Con esto, el estudiante logrará adquirir conocimientos acerca de su profesión.

### **¿CÓMO SE PIENSA VENDER ESTOS SERVICIOS?**

Estos servicios se venderán mediante comercio electrónico, ya que esta forma de negocio permite reducir costos, logrando con esto poder invertir en otras áreas para hacer crecer el negocio.

### **¿A QUIÉN SE LE VENDERÁN ESTOS SERVICIOS?**

El mercado principal de Fast Learning serán todas aquellas personas que desean aprender un nuevo idioma de forma rápidamente. Pero, esta empresa tendría como mayor énfasis en el mercado de estudiantes universitarios, ya que ellos

tienen una gran necesidad de dominar un segundo idioma para ser más atractivos en el mercado laboral para las empresas de hoy en día.

#### #4 TABLAS DE IMPUESTOS

	Periodo 2014	Periodo 2015	Periodo 2016	Periodo 2017	Tarifa (se aplica sobre renta neta total
Ingresos brutos hasta	49969000	52 710 000	52320000	52634000	10%
Ingresos brutos hasta	100 513 000	106 026 000	105 241 000	105 872 000	20%
Ingresos brutos de mas de	100 513 000	106 026 000	105 241 000	105 872 000	30%

### 5 TABLA DE DEPRECIACIÓN

Activos	Precio	Años de duración	Depreciación anual
Videocámaras	850 000 colones	10	85 000 colones
Computadoras ingenieros	1 000 000 colones	8	125 000 colones
Computadoras servicio al cliente	300 000 colones	8	37 500 colones
Edificio	\$3 000 000 dólares	40	75 000 dólares
Pizarras acrílicas	50 000 colones	10	5 000 colones