



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS**

**CARRERA DE FINANZAS Y AUDITORÍA CPA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO**  
**EN FINANZAS Y AUDITORÍA CPA**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FINANCIAMIENTO Y APADRINAMIENTO PARA LA**  
**CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN SECUNDARIA DE LOS ALUMNOS DE LA UNIDAD**  
**EDUCATIVA SAGRADOS CORAZONES DE LA CONCORDIA PERÍODO 2011-2015”**

**AUTOR:**

**LUIS MIGUEL CAMACHO LOOR**

**DIRECTOR:**

**ING. EDUARDO JARAMILLO**

**QUITO – ECUADOR**

**2013**

## **DECLARACIÓN**

Yo, Luis Miguel Camacho Loor, declaro que el presente trabajo de investigación, es de mi autoría, y que ésta tesis es original y auténtica.

Los efectos académicos que se desprendan de la investigación serán exclusivamente de mi responsabilidad.

---

Luis Miguel Camacho Loor

C.C: 171816306-4

## **CERTIFICACIÓN**

Por medio del presente certifico que el señor: Luis Miguel Camacho Loor, ha realizado y concluido con la elaboración de la tesis escrita de grado, bajo el tema “Estudio de financiamiento y apadrinamiento para la capacitación y educación secundaria de los alumnos de la Unidad Educativa Sagrados Corazones de la Concordia período 2011 - 2015”, previo a la obtención del título de Ingeniero en Finanzas y Auditoria C.P.A.

---

Ing. Eduardo Jaramillo, MBA

Director de Tesis

## **DEDICATORIA**

A ti Dios que me diste fuerza y me iluminaste cada día para seguir adelante.

Con mucho cariño principalmente a mi madre que me dio la vida, y a la comunidad Sagrados Corazones en especial al Padre Hilbar Loyaga, que han estado conmigo en todo momento. Gracias por todo mami Juanita y Padre Hilbar, por darme una carrera para mi futuro y por creer en mí, aunque hemos pasado momentos muy difíciles, siempre han estado apoyándome y brindándome todo su amor, por todo esto les agradezco de corazón, el que estén conmigo y a mi lado.

Les quiero con las fuerza de mi corazón, aquí se refleja lo que ustedes me brindaron con tanto esfuerzo, solamente les estoy devolviendo lo que ustedes me dieron desde que era tan solo un niño. Esta tesis es suya.

A mi esposa Carolina y mi princesa Ariathne, gracias por apoyarme y comprenderme siempre, por el amor y los sueños que hemos compartido, les amo mucho.

A mi hermano Fernando, quién con su esmero diario, es un ejemplo de vida, de superación y constancia.

A mis amigos y compañeros del Citi, por su incondicional apoyo que siempre me brindaron.

A Efraín, Javier, Andrea, Carlitos. Andy, Paula, por ser unos amigos increíbles y con quienes he compartido muchos momentos que siempre llevaré en mi corazón. Ustedes han enriquecido mi vida con su cariño y su alegría. Gracias por recordarme que hay personas valiosas en el mundo y gracias por estar en el mío.

**Luis Miguel**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi Dios y al Sagrado Corazón de Jesús, por enseñarme el camino correcto de la vida guiándome, iluminándome y fortaleciéndome cada día, por la inteligencia y sabiduría que me dio al nacer.

A mis padres, por creer y confiar siempre en mí, apoyándome en todas las decisiones que he tomado en la vida. Y a mi hermano Fernando, por el apoyo y motivación que, de él he recibido.

A mi esposa y a mi hija, por ser el motor e inspiración, para luchar, por ser esa fuerza que me impulsa a seguir sin adelanto, y por mostrarme cada día lo bendecido que soy por tenerlas.

A la comunidad Sagrados Corazones, les agradezco su apoyo, su guía y su confianza en la realización de mis sueños, soy tan afortunado por contar siempre con su amor, comprensión y ejemplo de vida. Ustedes han hecho posible que hoy termine una carrera en la UTE. Gracias por creer en mí.

Al Padre Hilbar por sus palabras, por sus enseñanzas, por guiarme y darme el consejo oportuno, por escucharme y apoyarme cuando más lo necesitaba.

A mis profesores, que compartieron conmigo sus conocimientos y su amor por la enseñanza. El haber tenido, más que profesores, unos maestros, por confiar en mí, por tenerme la paciencia necesaria, por apoyarme en momentos difíciles. Y no me puedo ir sin antes decirles, que sin ustedes a mi lado no lo hubiera logrado, tantas desveladas y aquí está el fruto. Los quiero mucho y nunca los olvidaré.

**Luis Miguel**

# ÍNDICE

## CONTENIDO

Pág.

INTRODUCCIÓN .....	5
CAPITULO I.....	7
PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA: .....	7
1.1. Formulación del Problema :.....	7
1.2. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA: .....	8
1.3. OBJETIVOS: .....	9
1.3.1. Objetivo General:.....	9
1.3.2. Objetivos Específicos: .....	9
1.4. HIPÓTESIS:.....	10
1.5. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN: .....	10
1.5.1. Variable independiente: .....	10
1.5.2. Variable dependiente: .....	11
1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION .....	12
1.6.1. Métodos:.....	12
1.6.1.1. Análisis:.....	12
1.6.1.2. Inductivo:.....	12
1.6.2. Técnicas: .....	13
1.6.2.1. La Observación: .....	13
1.6.2.2. La Entrevista:.....	13
CAPITULO II .....	14
ANTECEDENTES .....	14
2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS: .....	14
2.2. CARACTERÍSTICAS DE LA UNIDAD EDUCATIVA SAGRADOS CORAZONES:16	
2.2.1. Misión: .....	16
2.2.2. Visión: .....	16
2.2.3. Objetivos Estratégicos: .....	16
2.3. ORGANIGRAMAS ESTRUCTURAL : .....	18
2.4. UBICACIÓN: .....	29
2.5. RELACIÓN CON LA COMUNIDAD:.....	29
2.5.1. Catequesis de Niños y Jóvenes:.....	29
2.5.2. Pastoral Docente: .....	30
2.5.3. Pastoral Familiar: .....	30
2.5.4. Formación educativa del bachillerato:.....	30
2.6. MARCO CONCEPTUAL:.....	31
CAPITULO III.....	33
ESTUDIO DE MERCADO .....	33
3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO:.....	33
3.1.1. Objetivo general:.....	33
3.1.2. Objetivos específicos: .....	33
3.2. METODOLOGÍA PARA LA CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA Y OFERTA:34	

3.2.1. Entrevista: .....	34
3.2.2. Muestreo: .....	34
3.3. PROCESO DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN: .....	35
3.4. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN:.....	36
Datos obtenidos de la Unidad educativa .....	36
a. Género.....	36
Cuadro No 1.....	36
Gráfico No 1.....	36
b. Edad .....	37
Cuadro No 2.....	37
Gráfico No 2.....	38
c. Sector.....	39
Cuadro No 3.....	39
Gráfico No 3.....	39
3.5. CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA: .....	40
Cuadro No 4.....	40
3.5.1. Cuantificación del servicio: .....	42
Cuadro No 5.....	42
3.5.2. Demanda proyectada:.....	43
Cuadro No 6.....	43
3.5.3. Demanda total: .....	43
3.6. CUANTIFICACIÓN DE LA OFERTA:.....	44
3.6.1. Oferta del proyecto .....	48
3.7. PLAN DE MARKETING PARA EL PROYECTO: .....	50
3.7.1. Diagnóstico Situacional del proyecto.....	50
3.7.1.1. Análisis del macroentorno del proyecto .....	50
3.7.1.1.1. Político.....	51
3.7.1.1.2. Económico.....	51
□ PIB:.....	52
Cuadro No 7.....	52
□ Inflación: .....	52
Cuadro No 8.....	53
□ Tasas de Interés: .....	53
Cuadro No 9.....	53
3.7.1.1.3. Social .....	54
3.7.1.1.4. Demográfico: .....	55
Gráfico No 4.....	55
3.7.1.1.5. Tecnológico:.....	56
3.7.1.1.6. Legal:.....	56
3.7.1.1.7. Ambiental: .....	56
3.7.1.2. Análisis del microentorno del proyecto.....	57
3.7.1.2.1. Alumnos: .....	57
3.7.1.2.2. Programa de financiamiento y apadrinamiento.....	57
3.7.1.2.3. Ubicación: .....	58
3.7.1.2.4. Bar:.....	58
3.7.1.2.5. Valor de la pensión: .....	58
3.7.1.3. Análisis FODA del proyecto: .....	58
Matriz EFE.....	61
Cuadro No 10.....	61
Matriz EFI.....	62
Cuadro No 11.....	62

FODA cruzado: .....	63
Cuadro No 12.....	63
3.7.1.4. Análisis del programa de apadrinamiento: .....	65
3.8. IMPORTANCIA DEL MARKETING: .....	67
3.9. SEGMENTACIÓN DE MERCADO: .....	67
3.10. POSICIONAMIENTO: .....	69
3.10.1. Tipos de posicionamiento: .....	70
3.11. ESTRATEGIAS DE LA MEZCLA DE MARKETING: .....	71
3.11.1. Servicio: .....	71
3.11.2. Precio: .....	73
3.11.3. Plaza: .....	74
3.11.4. Promoción:.....	75
3.11.4.1. Presupuesto para el plan promocional:.....	80
Cuadro No 13.....	80
3.11.4.2. Cronograma de trabajo para el plan promocional: .....	81
Cuadro No 14.....	81
CAPITULO IV .....	82
FINANCIAMIENTO Y APADRINAMIENTO .....	82
4.1. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA: .....	82
4.1.1. Panificación Estratégica: .....	82
4.1.2. Operativo: .....	83
4.2. APORTACIONES DE EMPRESAS:.....	84
Pago de la pensión al momento:.....	84
Cuadro No 15.....	84
Propuesta de aportación empresarial .....	85
Cuadro No 16.....	85
Cuadro No 17.....	86
4.3. ESTADO DE SITUACION FINANCIERA ACTUAL: .....	87
Estado de situación inicial: .....	88
Cuadro No 18.....	88
4.4. PERDIDAS Y GANANCIAS:.....	90
Pérdidas y ganancias proyectadas a 5 años .....	90
Cuadro No 19.....	90
CAPITULO V.....	91
PROPUESTA EN BASE AL ESTUDIO DE INVESTIGACION.....	91
5.1. APLICACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA: .....	91
5.2. ALUMNOS BENEFICIADOS: .....	93
Cuadro No 20.....	93
5.3. FUTURO DE LA UNIDAD EDUCATIVA: .....	94
Cuadro No 21.....	94
5.3.1. Mejoras estructurales y operativas .....	94
5.3.1.1.1. Infraestructura necesaria para el proyecto: .....	94
5.3.1.1.2. Infraestructura física:.....	95
□ Construcciones .....	96
Cuadro No 22.....	96
5.4. EL PLAN OPERATIVO:.....	97
5.5. BECAS .....	98
5.6. CONVENIOS .....	99
5.7. EMPRESAS PATROCINADORAS.....	100
5.8. PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO DEL PROYECTO ....	102
CAPITULO VI.....	103



<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>103</b>
<b>6.1. CONCLUSIONES.....</b>	<b>103</b>
<b>6.2. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>105</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>107</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>109</b>
<b>ANEXO 1 .....</b>	<b>109</b>
<b>ANEXO 2 .....</b>	<b>110</b>
<b>ANEXO 3 .....</b>	<b>116</b>
<b>ANEXO 4 .....</b>	<b>121</b>
<b>ANEXO 5 .....</b>	<b>123</b>
<b>ANEXO 6 .....</b>	<b>124</b>
<b>ANEXO 7 .....</b>	<b>132</b>

## INTRODUCCIÓN

El establecimiento de la Congregación Sagrados Corazones en el Ecuador, influye notablemente en el progreso cultural y en el desarrollo de la vida cristiana del país, tanto por la dedicación a la educación, como por el culto eucarístico y la devoción a los Sagrados Corazones de Jesús y María.

Nuestro país vive una realidad en la que los niños y jóvenes son explotados laboralmente, y que en algunos casos, llegan a ser cabeza de hogar de cinco hermanos o más.

Lo cual, ha generado un incremento en deserciones de los niños y jóvenes de la Concordia y se alejen de la vida estudiantil, esto constituye un instrumento para que estos niños y jóvenes, se envuelvan en la llamada lacra social y desperdicien sus vidas.

Los niños y jóvenes, al no tener los suficientes recursos económicos, no les alcanzan para terminar sus estudios de secundaria y peor aún, pensar en una carrera universitaria, ya que sobreviven con cinco dólares al día, y en algunas ocasiones lo poco que “ganan” les sirve para mantener a sus familias.

Es por esto que, surge la idea de crear un programa de apadrinamiento, que tiene por objeto: rescatar a los niños y jóvenes del rincón oscuro del trabajo infantil a la educación,

que por derecho les pertenece, mediante el apoyo de generosas empresas privadas del país, que desean devolver a la sociedad, lo que, con tanto esfuerzo han logrado.

No dejemos que estos niños y jóvenes mueran en el olvido, sino demos la oportunidad de que las futuras generaciones también sean ellos, además, manifiesten con conocimientos y arduo trabajo lo que otros algún día nos dieron la mano, para dar un paso agigantado hacia adelante y forjar un futuro alentador.

## **CAPITULO I**

### **PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:**

La falta de apoyo financiero para la capacitación y educación en la Unidad Educativa Sagrados Corazones de la Concordia.

**¿Para qué?** Realizar un programa de apadrinamiento que apoye a los jóvenes de la unidad educativa Sagrados Corazones de bajos recursos.

**¿Cómo?** Involucrar personas e instituciones que puedan brindar apoyo a los jóvenes.

**¿Por qué?** Se necesita apoyar a los jóvenes que tienen el deseo y ganas de sobresalir pero no tienen las posibilidades para cumplir sus sueños.

**¿Cuándo?** Durante el período 2011-2015 es decir hasta que se culmine la secundaria.

#### **1.1. Formulación del Problema :**

Vemos que este sector es vulnerable por lo que necesitan apoyo para capacitación y educación y no tomen otros caminos como son la delincuencia, la drogadicción, entre otros males que acosan nuestra sociedad,

Por lo que:

Conseguir patrocinio para la capacitación y educación de los jóvenes del colegio,

Investigar qué porcentaje de jóvenes son de muy bajos recursos, para centrar el apoyo en ellos,

Generar que las empresas tomen conciencia social sobre estos jóvenes y no sean presa fácil de desvíos.

## **1.2. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA:**

La falta de educación es una situación que tiene consecuencias negativas como es la degradación de la sociedad, ya que los valores morales y éticos se ven deteriorados al aceptar esa clase de conductas.

El brindar la educación en los lugares en que el analfabetismo es la base, es un proceso que lleva tiempo y que la sociedad puede incorporar poco a poco por medio de distintos mecanismos. Para esto tenemos que concienciar a las personas acerca de la falta de capacitación y educación en lugares como la Concordia.

La educación, la toma de conciencia sobre la responsabilidad de cada uno, el aprender a comportarse en sociedad, comprender que el analfabetismo es un problema que tiene solución.

Para esto se pondrá en marcha el estudio de apadrinamiento para aquellos que desean erradicar no solo el problema del analfabetismo, sino el de inculcar valores a las personas que por distintas causas no los obtienen de sus hogares o a su vez no poseen el medio económico para acceder a la educación. Conjuntamente con la ayuda de la empresa privada, pública, ONG's; se realizará este estudio, que estará compuesto por el apadrinamiento a niños y jóvenes que deseen estudiar pero no tienen el medio económico, documentales sobre el analfabetismo, videos y capacitaciones al personal

docente, complementación de los valores obtenidos en casa o inculcación de estos (en caso no poseerlos desde su hogar).

La misma estará dirigida hacia las personas que requieren educación y capacitación que serán los beneficiarios, con la colaboración de las empresas mediante sus representantes legales que contribuirán con el estudio.

### **1.3. OBJETIVOS:**

#### **1.3.1. Objetivo General:**

- Realizar un estudio de financiamiento y apadrinamiento para la capacitación y educación secundaria, de los alumnos de la Unidad Educativa de los Sagrados Corazones en la Concordia en el período 2011-2015.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos:**

- Identificar la oferta de las empresas privadas e instituciones que otorgan financiamiento a los que requiere el colegio.
- Realizar un estudio de mercado en el cuál se determinará el tamaño, localización y el proceso de aporte del recurso económico más adecuado para el colegio.
- Identificar, describir y cuantificar los ingresos por apadrinamiento y costos que se requerirá para llevar a cabo el programa.
- Determinar las mejores empresas privadas a nivel nacional para la elección del los padrinos idóneos para los niños y jóvenes de escasos recursos económicos.

#### **1.4. HIPÓTESIS:**

- La falta de capacitación y educación de los jóvenes de la Unidad Educativa de los Sagrados Corazones de la Concordia es consecuencia de los bajos recursos económicos.
- La falta de oferta financiera, de empresas e instituciones que apoyen a los niños y jóvenes, de la Unidad Educativa de los Sagrados Corazones de la Concordia.
- El apoyo financiero que se requiere, esta localizada para un 70% de los alrededores de la Unidad Educativa.
- La capacitación y educación, es mas frecuente en los niños y jóvenes.
- Se requieren, por lo menos de \$70 a \$80 al mes, para apadrinar el estudio de cada uno de los jóvenes.

#### **1.5. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN:**

##### **1.5.1. Variable independiente:**

Es una variable que no depende de otra, por lo general, es el objeto o evento en el que se centra la investigación.

##### **Aspectos Demográficos:**

La edad de los potenciales apadrinados, son entre 5 y 18 años, por su bajo poder de adquisición de sus familias para que estos niños y jóvenes puedan terminar sus estudios, sin importar su sexo.

**Aspectos Conductuales:**

Los niños y jóvenes que padezcan algún tipo de señal social como hogares disfuncionales, extrema pobreza y en situación de riesgo por encontrarse en un medio, cuyos padres en algunos casos son alcohólicos, drogadictos, o agresivos, que buscan nuevas alternativas que le ayuden a sobrellevar su vida y acoplarse a la sociedad. Capaces de adaptarse al cambio y tomarlo de la mejor manera.

**1.5.2. Variable dependiente:**

Es una variable que depende de otra o está subordinada a otra variable (variable independiente).

**Aspectos Socio-Económicas:**

El proyecto está enfocado a personas con ingresos medios, medios bajos y bajos, sin importar el nivel de estudios o preferencias.

**Aspectos Psicográfica:**

Al segmentar psicográficamente, el programa de apadrinamiento alcanzará a los niños y jóvenes que tienen un estilo de vida básico, su personalidad decaída y con niveles de valores perdidos.



## **1.6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION**

### **1.6.1. Métodos:**

#### **1.6.1.1. Análisis:**

El conocimiento parte del proceso analítico, que consiste en descomponer el objeto que se investiga en sus diferentes elementos. Para poder comprender la esencia de un todo, hay que conocer la naturaleza de sus partes.

Este método servirá para analizar los lugares más críticos de jóvenes de bajos recursos económicos.

#### **1.6.1.2. Inductivo:**

De hechos particulares se llega a conclusiones generales.

Este método esta relacionado con la experimentación, es decir las experiencias vividas de un fenómeno puede integrarse a la teoría, la cual los acepta o los rechaza.

La inducción es una forma de raciocinio, que va de un grado mayor de conocimiento a otro menor; de una generalización total a una más concreta y limitada.

## **1.6.2. Técnicas:**

### **1.6.2.1. La Observación:**

Es un proceso del conocimiento empírico. Es la forma en que nuestros sentidos aprecian el mundo objetivo y la realidad. El investigador, debe disponer de una teoría para observar el objeto y obtener conocimiento empírico; debe tener clara conciencia de aquello que desea observar; es decir, la conciencia debe estar dispuesta a la observación de objetivos concretos y determinados; excepto cuando se producen fenómenos causales o espontáneos.

### **1.6.2.2. La Entrevista:**

Es un diálogo entre dos personas ( entrevistado y entrevistador), puede realizarse libre y espontáneamente, cuando las preguntas y respuestas son realizadas al momento de la entrevista y mediante cuestionarios, cuando las preguntas son previamente elaboradas; en este caso, el entrevistador puede o no conocer anticipadamente las preguntas.

## **CAPITULO II**

### **ANTECEDENTES**

#### **2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS:**

La Congregación de los Sagrados Corazones de Jesús y María y de la adoración perpetua del santísimo sacramento del altar, nació en Francia en el años de 1800 durante su revolución. Los fundadores son: Enriqueta Aymer de la Chevalerie y José María Coudrín.

En París el 4 de noviembre de 1861, se celebra un contrato entre la superiora general de la Congregación de los Sagrados Corazones, con los representantes del gobierno de la república del Ecuador y entregaron 2.000 pesos, que enviaba el Doctor García Moreno, presidente de la república del Ecuador, para los pasajes de las primeras religiosas. Contrato que el senado y la cámara de diputados de la república del Ecuador lo ratifican el 17 de noviembre de 1865. A fines de junio de 1862, llegaron las primeras religiosas al puerto de Guayaquil, y pasaron enseguida a Cuenca y a Quito.

El establecimiento de la congregación en el Ecuador influye notablemente en el progreso cultural y en el desarrollo de la vida cristiana del país, tanto por la dedicación a la educación, como por el culto eucarístico y la devoción a los Sagrados Corazones de Jesús y de María.

En 1976, el señor cardenal, Pablo Muñoz Vega, pide a la congregación tomar una zona de Santo Domingo de los Colorados donde numerosos colonos se habían asentado. Se

forma una comunidad mixta de hermanas y hermanos Sagrados Corazones (SS.CC.) en el sitio denominado “La Independencia”. En los años siguientes se van creando las comunidades de “La Concordia”, “La Unión”, “La Villegas” y “Plan Piloto”. En este último recinto ya no hay Comunidad desde 1991, pero la Comunidad de “La Villegas”, se sigue ocupando de la evangelización de esa zona.

## **2.2. CARACTERÍSTICAS DE LA UNIDAD EDUCATIVA SAGRADOS CORAZONES:**

### **2.2.1. Misión:**

En su afán de proporcionar educación holística, la institución propone formar personas con:

**“Personalidad y formación auténticamente cristiana.**

**Preparación académica eficiente y significativa.**

**Juicio crítico y convicciones sólidas.**

**Capacidad de servicio a los demás.**

**Amor a la naturaleza, obra de Dios.”**

### **2.2.2. Visión:**

La Unidad Educativa Sagrados Corazones de la Concordia, aspira a promover un proceso educativo que forme a los alumnos y alumnas como personas con valores, inspirados en el espíritu del evangelio, agentes de cambio de su propio crecimiento y el de los demás de tal manera que propendan al desarrollo de una sociedad más justa y solidaria.

### **2.2.3. Objetivos Estratégicos:**

La Unidad Educativa Sagrados Corazones es una institución que fundamenta su filosofía en el amor redentor de Cristo, considera a la persona a educar principalmente hijo de Dios, por haber sido creada por él, tener gracia, libertad y ser redimido del pecado.

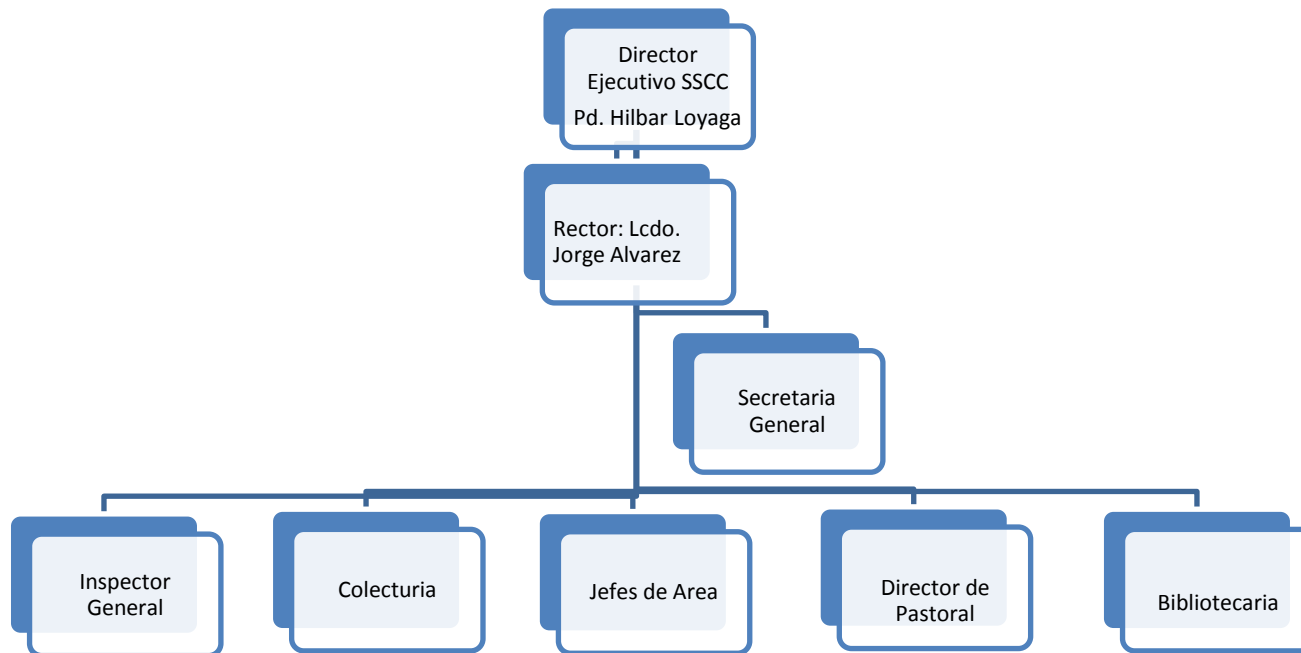
El carisma Sagrados Corazones, se constituye en el mecanismo que permite llegar al educando, para desarrollar el potencial de ser humano, capaz de trascender de sí mismo; para crear ambientes solidarios y llegar a Dios como explicación de vida.

Esta concepción, recoge el pensamiento de los fundadores de la congregación: **PIERRE COUDRIN** y **HENRIETE AYMER DE LA CHEVALERIE**, el buen padre y la buena madre, son los modelos referenciales de la comunidad para expresar el carisma en la vida y misión de la congregación para la iglesia y el mundo actual.

La gran riqueza de la espiritualidad Sagrados Corazones, es estar totalmente centrada en todos los elementos del carisma, parte de una misma fuente, el amor a Dios manifestado en Jesús “el Dios con nosotros” hecho carne y cuyo símbolo es su corazón.

La intermediación de María para llegar a Dios, es otro pilar fundamental en la filosofía de la comunidad de los Sagrados Corazones, ello complementa la idea de familia principio de solidaridad, unión y servicio.

### 2.3. ORGANIGRAMAS ESTRUCTURAL :



**Director Ejecutivo Unidad Educativa Sagrados Corazones:**

Representante Legal de la Unidad Educativa, quién es nombrado por el Viceprovincial de la Congregación de los Sagrados Corazones en Ecuador.

Como director ejecutivo le corresponde, estar al frente de la gestión de la Unidad Educativa, buscará una constante comunicación con las autoridades del plantel, y la marcha normal del establecimiento. Igualmente le corresponde coordinar la comisión económica, los recursos y medios de financiamiento en beneficio de la obra educativa.

No olvidando que aquella persona, que le corresponde la orientación espiritual y religiosa de los estudiantes, padres de familia y personal docente - administrativo y de apoyo.

Actualmente cuentan con el hermano Padre Hilbar Loyaga de la Comunidad Sagrados Corazones.



**Padre Hilbar Loyaga**



**Rector:**

Coordinar las acciones de funcionamiento de la institución. Realizar control de gestión del cumplimiento de las áreas respectivas en lo pedagógico, lo administrativo, haciendo cumplir lo emanado de la supervisión en cuanto a la aplicación de la política educativa y el cumplimiento de planes y programas.

Asesorar a padres para la formación y la supervisión de la unión de padres. Conducir la institución y su personal a conseguir los objetivos generales y específicos planteados en la Planificación Institucional.



**Lcdo. Jorge Álvarez**

**Compañero - amigo y seguidor cercano del carisma Sagrados Corazones**

**Secretaría General:**

La secretaria está encargada de coordinar el desarrollo de los procesos de inscripción, selección, admisión y matrícula de estudiantes. Su tarea es la de velar por los registros institucionales, responsabilizándose de la seguridad y legalidad de los mismos.

**Funciones:**

- Atención telefónica y personalizada.
- Mantener actualizado el registro de hojas de vida del personal al servicio del Plantel.
- Ser el centro de comunicación e información a nivel general.
- Apoyar a las distintas áreas del Colegio en organización y gestión de documentos.
- Reportar oportunamente al Web Máster los comunicados y circulares que le sean ordenadas para su publicación en el web site del Colegio, a fin de mantener informada permanentemente a la comunidad educativa y a la opinión pública.
- Velar porque los registros y documentos institucionales, estén claramente fundamentados en los principios de nitidez, claridad y legalidad.
- Responder por el liderazgo de los procesos de inscripción, selección, admisión y matrícula de estudiantes.

- Entregar a tiempo y en forma adecuada, la información necesaria para los interesados en el programa de la institución.
- Manejar con eficiencia las calificaciones, los registros de asistencia y documentos propios del estudiantado, trabajando coordinadamente con los docentes y el centro de sistemas, en el manejo pulcro, puntual y claro de estos documentos.
- Dar fe de la autenticidad y legalidad de los registros institucionales.
- Cumplir y hacer cumplir puntualmente, los cronogramas de recepción, procesamiento y entrega de las calificaciones.
- Mantener y responsabilizarse del archivo de la institución.
- Expedir, llenando los requisitos establecidos, los documentos solicitados por los miembros de la comunidad educativa u otra dependencia que lo requiera.
- Llevar las actas de las diversas comisiones y consejos que operan en la institución.
- Publicar oportunamente, la información referida al funcionamiento del plantel tales como: calendario escolar, fechas para entrega y recepción de documentos, requisitos o exigencias para los procesos institucionales, etc.
- Manejar y producir las estadísticas necesarias para el buen manejo de las actividades educativas.

- Tratar de manera altamente cordial, al personal de la comunidad escolar y a toda persona que requiera de sus servicios.



**Lcda. Germania Loyaga**

**Inspector General:**

El inspector tiene labores claramente especificadas, entre las que se encuentran desde preocuparse de las subvenciones, hasta hacer cumplir el reglamento de convivencia de la institución. Asimismo, hace cumplir los derechos y deberes de los alumnos.

En cuanto a las responsabilidades frente a sus colegas, debe asignar tareas para que se desarrolle de la mejor forma las necesidades administrativas y pedagógicas de los matriculados.

El inspector, al tener como obligación hacer cumplir el manual de convivencia, requiere de una ayuda, que en este caso la otorgan los orientadores.

Este cargo directivo se desarrolla en conjunto con el departamento de Orientación, debido a que la indisciplina se puede deber a problemas más profundos que requieren de apoyo profesional.

**Colectora:**

Las principales funciones son:

- a) Responsabilizarse del sistema contable de acuerdo a la legislación vigente y a las normas y principios generalmente aceptados.
- b) Registrar en los libros contables el movimiento económico del presupuesto
- c) Llevar un control de los egresos de cada partida presupuestaria.
- d) Elaborar la proforma presupuestaria.
- e) Enviar con puntualidad los informes.
- f) Mantener al día el inventario de la Unidad Educativa.
- g) Atender con respeto y cortesía a los miembros de la comunidad educativa

La dirección de la colecturía está desempeñada por Mary Carrera.

**Jefes de área:**

Los jefes de áreas tienen muchos retos y se destaca que no solo tienen la cátedra de matemáticas, sino también de física y dibujo técnico, donde los proyectos son varios como la realización de un concurso interno de dibujo y de matemáticas, además desde ya se preparan, para ferias de ciencias que realiza la institución cada año.

Para los jefes de áreas uno de los objetivos es formar estudiantes para que puedan resolver problemas para la vida por eso se ha mejorado desde el principio con una nueva planificación básica y con el perfeccionamiento del bachillerato.

Brevemente les mencionaremos el perfil y actualidad de las asignaturas:

Matemáticas: como se menciona anteriormente se quiere lograr estudiantes capaces de poder resolver problemas de la vida cotidiana, siempre la matemática es vista como “la mala de la película” pero con una buena aplicación se pueden dar cuenta que es algo muy sencillo y divertido con los 10 años de básica y con los de bachillerato se quiere conseguir estudiantes aptos y capaces para sus futuros retos y la matemática es fundamental.

Física: es una asignatura muy interesante ya que quizás es la que más se aplica a la vida diaria no todos los estudiantes tienen la posibilidad de recibirla, pero en otras especialidades optan por ésta como materia básica, se está adecuando un laboratorio para que los jóvenes de 2do y 3ro de bachillerato de especialidad fisicomatemático se capaciten mejor, adicional los recién llegados al bachillerato general unificado (BGU) puedan con estas herramientas y con maestros comprometidos en la enseñanza, se logre conseguir grandes cosas.

Dibujo Técnico: La materia de la precisión, donde los jóvenes del básico y de los bachilleratos de especialidad reciben esta asignatura, ya que les permite perfeccionarse y les ayudará a conseguir una mejor calidad en sus destrezas además que su importancia sea vital ya que les permitirá en una futura ingeniería o arquitectura.

No se puede dejar pasar por alto, que este año tendrían la primera promoción de los Sagrados Corazones (SS.CC) en la especialidad fisicomatemática y eso les compromete a seguir esforzándose y dar lo mejor de las áreas.



**Ángelo Gaona (jefe de área), Edison Guerrero (secretario), Oscar Aragadvay,  
Cristian Armijos, Edgar Moreno y Oscar Murillo**

**Director de Pastoral:**

Tiene como propósito general, mantener y fomentar la espiritualidad cristiana en todos los ámbitos de la Unidad Educativa Sagrados Corazones.

**Funciones:**

- Evaluar el cumplimiento de objetivos y metas de su unidad.
- Elaborar el presupuesto anual de pastoral de acuerdo con las normas vigentes al respecto y presentar informes periódicos para las directivas y demás estamentos internos y externos que los requieran.
- Brindar asesoría espiritual a todos los alumnos de la Unidad Educativa.
- Coordinar, evaluar, organizar y realizar programaciones de diferentes acciones pastorales para el beneficio de la Unidad Educativa.
- Planificar y ejecutar convivencias del personal docente, directivo, administrativo y de servicio.
- Coordinar, evaluar y dirigir actividades de formación espiritual.
- Administrar, dirigir, controlar y evaluar el desarrollo de los programas y actividades de la dependencia, garantizando el cumplimiento de los resultados propuestos anualmente a través de los planes de acción.

**Bibliotecaria:**

Las funciones de la encargada de la biblioteca son:

- Organizar los recursos de tal modo que sean fácilmente accesibles y utilizables.



- Adquisición de nuevos materiales, catalogación y clasificación de los mismos.
- Desarrollo de las colecciones, descarte de materiales obsoletos.
- Establecer políticas o normas de funcionamiento de los centros de información o bibliotecas de la Unidad Educativa.
- Conducción de entrevistas de referencia, contratación de servicios y suscripción a revistas impresas o electrónicas.
- Investigación.



**Srta. Ana Crespo**

**Le gusta brindar el carisma en la atención a los niños, jóvenes y maestros  
difundiendo siempre la gratitud a los Sagrados Corazones.**

## **2.4. UBICACIÓN:**

La unidad Educativa está ubicada en la provincia de los Tsachilas Santo Domingo de los Colorados, Ecuador.

Cantón la Concordia en la dirección: Calle Tarqui N° 785 Telf. 022725304 – 022727324  
La Concordia. (Anexo 1)

## **2.5. RELACIÓN CON LA COMUNIDAD:**

El **departamento de pastoral de la Unidad Educativa Sagrados Corazones de la Concordia**, plantea una revalorización y vivencia del compromiso cristiano a través de sus distintas funciones que se fundamentan en el evangelio de la vida. El principal objetivo de la institución es realizar una formación integral a todos los estamentos (estudiantes, personal docente, administrativo y padres de familia) de la Unidad Educativa desde la educación católica.

El departamento de pastoral dinamiza la actividad evangelizadora y catequética siguiendo la pedagogía de Jesús, que es la pedagogía del amor y que está ligada a la espiritualidad de la congregación Sagrados Corazones, cuyo carisma es “contemplar, vivir y anunciar el amor misericordioso de Dios”.

### **2.5.1. Catequesis de Niños y Jóvenes:**

Con talleres de vida donde se desarrolla un programa establecido, con una proyección desde el carisma Sagrados Corazones.

Experiencias vivenciales en convivencias, retiros, peregrinaciones, proyectos de vida, visitas, etc.

Actividades litúrgicas y paralitúrgicas, preparación de sacramentos: primera comunión, confesión y confirmación. Celebraciones de la santa eucaristía, reconciliación y penitencia.

### **2.5.2. Pastoral Docente:**

Encuentros vivenciales y reflexivos: convivencias, retiros y celebraciones. Coparticipación en actividades de oración, organización de la pascua, participación en celebraciones, etc.

### **2.5.3. Pastoral Familiar:**

Escuela para Padres.

Motivación a los padres de familia a participar en la formación espiritual de sus hijos/as.

Brindando charlas, talleres, convivencias y participación sacramental.

### **2.5.4. Formación educativa del bachillerato:**

La esencia de la actividad educativa de los Sagrados Corazones es la creación del conocimiento, de nada sirve éste sino se lo comparte con la comunidad de la ciencia y la cultura, así como con la sociedad en general que tanto espera de las instituciones educativas.

Es una labor permanente de la Unidad Sagrados Corazones la actividad educativa y de vinculación con la sociedad, la misma que se ha cumplido hasta el momento, por lo que dirige la mirada hacia adelante, con el firme propósito de continuar la participación de forma mas activa, consolidando los vínculos de acción entre la economía y la sociedad en beneficio de las jóvenes de la Concordia, cultivando el estudio y formando a la juventud en los cánones de la moral, la responsabilidad individual y social.

## **2.6. MARCO CONCEPTUAL:**

**Administración financiera:** Se refiere a la adquisición, el financiamiento y la administración de activos, con algún propósito general en mente. Entonces, la función de los administradores financieros, en lo tocante a la toma de decisiones se puede dividir en tres áreas principales: las decisiones de inversión, las de financiamiento y las de administración de los activos.

**Responsabilidad social:** Maximizar la riqueza de los accionistas, no significa que los administradores deban ignorar la responsabilidad social, como la protección al consumidor, el pago de salarios justos a los empleados, los procedimientos justos de selección de personal y el mantenimiento de condiciones seguras de trabajo, el apoyo a la educación y a la preocupación por problemas ambientales como la limpieza del aire y el agua.

**Demanda:** Cantidad de bienes y servicios que el mercado esta dispuesto a adquirir para satisfacer una necesidad en un lugar geográfico específico, en un espacio de tiempo definido y a un precio determinado. La cuantificación de la demanda es una necesidad

imperiosa, ya que constituye la primera prueba de viabilidad para la ejecución o no de un proyecto.

**Apadrinar:** Avalar y patrocinar a alguien para que logre el éxito.

**Proyecto:** Conjunto de actividades reunidas en un plan, a las que se les asigna recursos para producir un bien o un servicio útiles al ser humano o a la sociedad con el fin de obtener rentabilidad.

**Servicio:** Son todas aquellas actividades identificables, intangibles, que son el objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de necesidades de los consumidores.

**Oferta:** La cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes o productores estén dispuestos a ofrecer al mercado a un precio determinado y en espacio de tiempo definido. La cuantificación de la oferta es determinar o medir las cantidades de los bienes o servicios que una economía de una región o país en las condiciones dadas puede y desea ofertar al mercado, esta en función de precios, producto, etc.

## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO:**

##### **3.1.1. Objetivo general:**

Determinar la demanda y oferta del proyecto. Para a través de ello determinar la demanda insatisfecha; para la implementación del programa de financiamiento y apadrinamiento en la Unidad Educativa Sagrados Corazones.

##### **3.1.2. Objetivos específicos:**

- Determinar, cuantificar y proyectar la demanda del programa de financiamiento y apadrinamiento en la Unidad Educativa.
- Identificar y cuantificar la oferta de los establecimientos que brindan servicios similares a los del proyecto.
- Determinar, cuantificar y proyectar la demanda insatisfecha y que puede ser cubierta por nuestro programa. Establecer el número de personas que estén dispuestos a acceder al programa y el número de personas que están dispuestos apadrinar.
- Establecer el nivel de aceptación que tendría el programa de financiamiento y apadrinamiento en la Unidad Educativa de la Concordia.
- Identificar los requerimientos del padrino en este tipo de programa.

- Establecer el nivel de visitas y el grado de aceptación que generará el programa.

### **3.2. METODOLOGÍA PARA LA CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA Y OFERTA:**

La metodología para la cuantificación de la demanda y oferta se basará en información primaria, a través de una investigación de campo.

La información de tipo secundaria será útil para la elaboración del programa, debido a que la investigación que se realizará, será a través de libros, internet, etc.

#### **3.2.1. Entrevista:**

La entrevista se diseñará, para obtener información a fin de captar la opinión, criterios y así, se establecerá cuáles son los gustos preferenciales de las empresas. que se convertirán en potenciales padrinos.

#### **3.2.2. Muestreo:**

El tipo de muestreo que se utilizará es la recolección de la información que es el no probabilístico por conveniencia.

Jany (2000) afirma: “(...) El investigador opta por su criterio a fin de determinar los elementos que conforman la muestra, ya que no hay clara especificación de cuál es o ha de ser la población sobre la que se desea investigar” (Pág. 11).

Los universos ha estudiar son:

- **Apadrinados:** son los niños y/o jóvenes que van a ser beneficiadas del programa de financiamiento y apadrinamiento para estudiar, por tal razón no pagan un valor total de la pensión techo; en este caso para el estudio se tomara en cuenta a todas las personas que por alguna razón no pagan el valor total de la pensión: escasos recursos económicos, disfunción familiar, abandono de hogar, maltrato físico y psicológico por parte de los padres, Y algún tipo de discapacidad sea esta física, visual, auditiva, intelectual, de lenguaje o psicológica de algún integrante de la familia. (Anexo 2)
- **Padrinos.-** son profesionales naturales o empresas legalmente constituidas que intentan mantener la responsabilidad social con sus respectivas fundaciones, para el proyecto se tomaran en cuenta las mejores empresas ranking a nivel nacional especialistas de las diferentes ramas empresariales que intervengan en la responsabilidad social. (Anexo 3)

### **3.3. PROCESO DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN:**

El proceso de recolección de la información se llevo a cabo por los datos históricos y actuales obtenidos de la Unidad Educativa y de las entrevistas.

En el caso de los datos de los alumnos fue proporcionada por parte de la Unidad Educativa. Y las entrevistas fueron realizada en la empresa que tienen responsabilidad social CREDIFE que apoya a la Unidad educativa Fe y Alegría.



### 3.4. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN:

#### Datos obtenidos de la Unidad educativa

##### a. Género

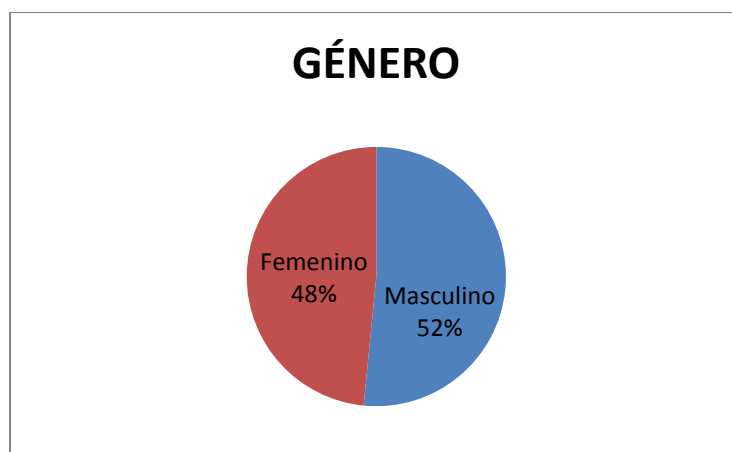
**Cuadro No 1**

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	301	52%
Femenino	277	48%
<b>TOTAL</b>	<b>578</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Del autor

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho.

**Gráfico No 1**



**Fuente:** Unidad Educativa SS.CC

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

De las 301 personas son de género masculino correspondiente al 52% del total y 277 son de género femenino, que representa el 48% restante.

**b. Edad**

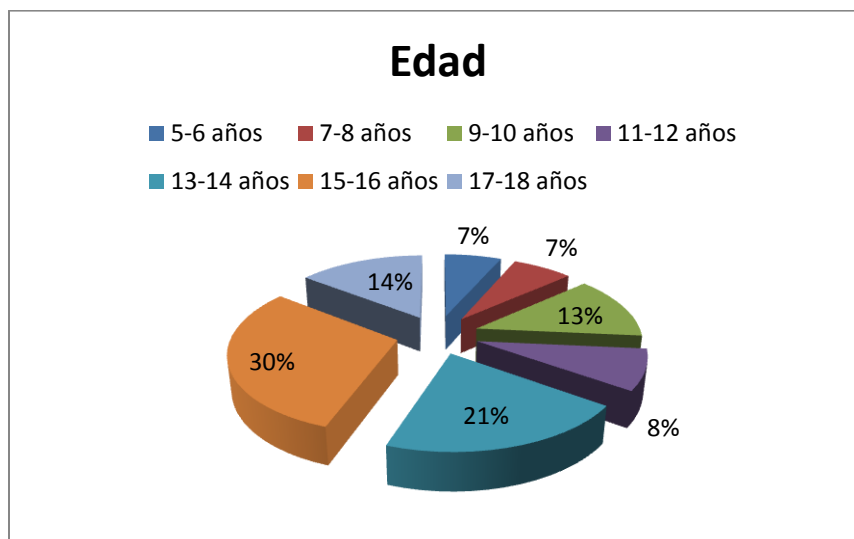
**Cuadro No 2**

<b>Rango</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
5-6 años	38	7%
7-8 años	40	7%
9-10 años	75	13%
11-12 años	48	8%
13-14 años	119	21%
15-16 años	174	30%
17-18 años	84	15%
<b>TOTAL</b>	<b>578</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Unidad Educativa SS.CC.

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

**Gráfico No 2**



**Fuente:** Unidad Educativa SS.CC.

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

Del total de estudiantes el 30% tiene entre 15 y 16 años siendo el más representativo, el 21% entre 13 y 14 años, el 14% entre 17 y 18 años, el 13% entre 9 y 10 años, el 8% entre 11 y 12 años, el 7% entre 7 y 8 años y un último de 7% entre 5 y 6 años.

Se puede concluir que el mayor número de estudiantes (30%) se encuentra entre 15 y 16 años.

**c. Sector**

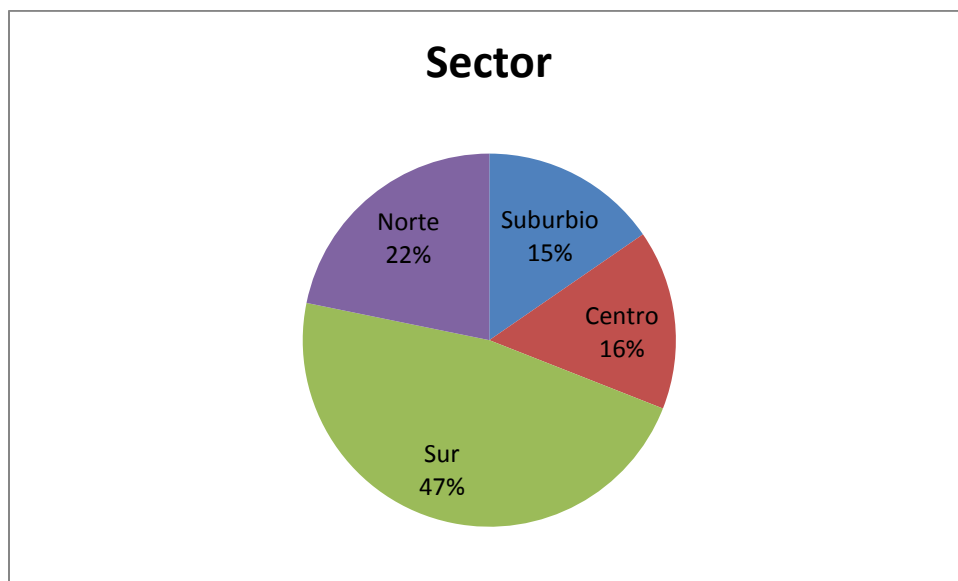
**Cuadro No 3**

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Suburbio	89	15%
Centro	90	16%
Sur	273	47%
Norte	126	22%
<b>TOTAL</b>	<b>578</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Unidad Educativa SS.CC.

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

**Gráfico No 3**



**Fuente:** Unidad Educativa SS. CC.

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

De la revisión de donde viven los estudiantes tenemos que el 47% de alumnos que corresponden a 273 viven en el sur, el 22% correspondiente a 126 en el norte, el 16% representado por 90 alumnos viven en el centro y un 15% perteneciente a 89 en el suburbio.

### 3.5. CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA:

Para realizar el cálculo de la demanda, se ha estudiado a través del departamento de orientación y bienestar estudiantil (DOBE), de la Unidad Educativa de los Sagrados Corazones, obteniendo los siguientes resultados:

- En el estudio realizado del total de niños y jóvenes que estudian en la Unidad Educativa el programa de apadrinamiento se obtiene sumando los estudiantes desde el primero hasta el tercero de bachillerato que en promedio pagan un valor de pensión diferenciado del resto de alumnos y que son de escasos recursos económicos.

**Cuadro No 4**

CURSOS	TOTAL ALUMNOS	APLICAN PARA EL PROGRAMA DE APADRINAMIENTO	VALOR DE LOS AUSPICIANTES	MONTO TOTAL QUE SE NECESITA PARA EL APADRINAMIENTO
Primero	38	8	72.00	576.00
Segundo	18	4	72.00	288.00
Tercero	22	4	72.00	288.00
Cuarto	37	2	72.00	144.00
Quinto	38	9	72.00	648.00
Sexto A	28	7	72.00	504.00
Sexto B	20	2	72.00	144.00
Séptimo	39	14	72.00	1,008.00

Octavo	45	15	72.00	1,080.00
Noveno	35	7	72.00	504.00
Decimo	41	11	72.00	792.00
Primero Bgu	25	10	72.00	720.00
Primero contabilidad	23	12	72.00	864.00
Primero Informática	13	3	72.00	216.00
Segundo informática	19	7	72.00	504.00
Segundo Bgu	34	16	72.00	1,152.00
Segundo contabilidad	19	8	72.00	576.00
Tercero Químico	18	8	72.00	576.00
Tercero Contabilidad	19	7	72.00	504.00
Tercero Informática	26	15	72.00	1,080.00
Tercero Fima	21	10	72.00	720.00
Total Alumnos	578	179	1,512.00	12,888.00
		31%		154,656.00

**Fuente:** Del autor

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

Con este detalle, el programa tendría una demanda de 179 alumnos para el programa de apadrinamiento, que corresponde al 31% del total de los alumnos que estudian en la Unidad Educativa Sagrados Corazones.

El valor de \$72 corresponde al valor máximo que se debe cobrar por valor de pensión y el cual se basará para que los padrinos cubran la pensión de los alumnos de escasos recursos económicos.

El valor de \$154,656.00 corresponde al monto que se necesita cubrir con el apadrinamiento.

Por lo que el enfoque para los patrocinadores se basa en el ranking de las mejores empresas para trabajar de “Great Place to Work”, el que arroja como dato a 31 empresas del Ecuador.

### 3.5.1. Cuantificación del servicio:

**Cuadro No 5**

	Crecimiento	0.25%	0.30%	0.40%	0.50%
<b>INGRESOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Alumnos	578	579	581	584	586

**Fuente:** Del autor

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

Con estos datos, la cantidad de alumnos de la Unidad Educativa Sagrados Corazones de la concordia son 578, que fueron obtenidos del departamento de colecturía de la Unidad.

De acuerdo a la información recopilada da como resultado que la unidad tiene un crecimiento del 0.25% de jóvenes que asisten a la unidad educativa, dato que fue obtenido del porcentaje de crecimiento de los últimos 5 años de la unidad educativa multiplicado por el total de estudiantes del presente año. Y el número de servicios demandados para el apadrinamiento es de 586 jóvenes al año 2015.

### 3.5.2. Demanda proyectada:

**Cuadro No 6**

	Crecimiento	0.25%	0.30%	0.40%	0.50%
INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alumnos	578	579	581	584	586
Valor Apadrinamiento	864.00	864.00	864.00	864.00	864.00
TOTAL	499,392.00	500,640.48	502,142.40	504,150.97	506,671.73
	100%	100%	100%	100%	100%
	31%	31%	31%	31%	31%
	154,656.00	155,430.25	156,286.28	157,303.70	158,485.45

**Fuente:** Del autor

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

### 3.5.3. Demanda total:

El número total del servicio demandado por niños y jóvenes es de 586 para el año 2015.

Este número se obtuvo tomando en cuenta la demanda de alumnos que estudian en la Unidad Educativa Sagrados Corazones más el número del porcentaje de crecimiento.



### **3.6. CUANTIFICACIÓN DE LA OFERTA:**

Para establecer la oferta es necesario conocer cuántas unidades educativas existen en la concordia.

Existen dos unidades educativas, aunque éstas no ofrecen ayuda a los menos necesitados y otras que son fiscales, no se relacionan con las características del proyecto, en tal razón que no generan valor agregado, sin embargo se determinó como un servicio sustituto.

Los centros que se detallan a continuación se consideran como competencia directa.

- **Colegio Particular Evangélico Luz y Libertad, La Concordia.-**

La Asociación de Iglesias Misioneras (A.I.M.) en cumplimiento a uno de los propósitos de su Misión.

Fundó la Escuela Particular Evangélica Luz y Libertad de Esmeraldas, mediante acuerdo ministerial #10 del 12 de mayo del 1959, siendo su primer director el señor Gelio Ortiz Urriola que se esmeró por sacar adelante esta naciente institución, demostrando mucha capacidad y solvencia en el campo administrativo y educacional. Después de 24 años de servicio impartiendo educación cristiana a la niñez esmeraldeña, respondiendo a una necesidad muy sentida en la ciudad, y dado el crecimiento de la población estudiantil, el 14 de abril de 1983, mediante acuerdo ministerial #691 se creó la sección del ciclo básico del Colegio Luz y Libertad.

Como resultado de un gran esfuerzo económico se logró acondicionar la infraestructura para el funcionamiento de la sección pre-primaria, que es aprobada mediante acuerdo ministerial #018 del 15 de marzo de 1988.

El 13 de junio de 1994, mediante acuerdo ministerial #2114, se creó el ciclo diversificado, con las especialidades de ciencias informáticas y físico matemática.

Hoy en día frente al avance científico, nuevas metodologías y la reforma curricular introducida en el sistema educativo vigente en el país, se crea la **UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR EVANGÉLICA “LUZ Y LIBERTAD”(UEPELL)** con acuerdo N° 45-DEE-DP del 21 de octubre de 1999 , una vez que cumplido con los requisitos establecidos en los artículos 151 al 153 del capítulo XXI del reglamento General de la Ley de Educación vigente, contando en el bachillerato con tres especialidades como son: en el campo técnico con la especialidad de informática que cuenta con 193 estudiantes, química y biología con 108 estudiantes y física y matemática con 82 estudiantes.

Aprovechando el decreto ejecutivo 1786 del 29 de agosto del 2001 la Unidad Educativa Particular Evangélica Luz y Libertad de Esmeraldas tiene la oportunidad de que al reformar su bachillerato puede insertar nuevas especialidades que le permitirán obtener mayores alternativas de conocimientos teóricos prácticos para el desarrollo armónico y la inserción en el mundo del estudio y del trabajo.

Además, han realizado los cambios de acuerdo a la exigencia actual de reforma a la educación técnica acogiendo al acuerdo ministerial 34-45 que contempla esta reforma, dando inicio con el primer año de bachillerato común, tal como establece el acuerdo ministerial en mención.

La institución educativa particular evangélica “Luz y Libertad” se creó el 2 de mayo de 1959, nació como una necesidad de dar a los hijos de la iglesia evangélica de Esmeraldas, una educación diferente, razón por la cual Dios puso el corazón del misionero norteamericano Dr. Pablo Erdel ese deseo, el cual fue transmitido a otros misioneros como el Sr. Hanser y a hermanos, nacionales quienes se unieron y se lanzaron en búsqueda de todo lo necesario para crear una escuela particular. Ellos constituyeron el edificio y elaboraron los pupitres, mesas, sillas que más tarde utilizaron los estudiantes y maestros. Sus primer director fue el Sr. Gelio Ortiz (Fallecido) inicio con los tres primeros años escolares. Dentro de su plana docente conto con las Sras. Rita Jaramillo de Bucheli, Lic. Ada Palomino de Williams, Lic. Violeta Rubio Pita, Sra. Mercedes Cabrera de Plaza. Quien más tarde también fue su directora.

Puso al servicio de la ciudadanía esmeraldeña su amor por el evangelio, lo preciso a lo largo y ancho de toda la ciudad y provincia. Conocido por su afán de que los niños tengan la mejor educación de calidad, se esmero porque “Luz y libertad” se convirtiera en uno de los primeros centro educativo de Esmeraldas.

Hoy radica en los Estados Unidos, esta jubilado, casado en segunda nupcias con una dama de nacionalidad Rusa, esta escribiendo su biografía y sus memorias para sus hijos y nietos, a quienes está entregado un legado amor, perseverancia y dedicación por el prójimo.

En 2009 se regocija con todos sus hermanos al ver la mano de Dios ha estado sobre Luz y Libertad durante los 50 años que han pasado y ora que el señor siga bendiciéndola y dirigiéndola en los años venideros.

- **Colegio Nacional la Concordia.-** Los primeros años se caracterizaron por una colaboración estrecha y decidida tanto de autoridades, maestros, estudiantes y padres de familia; que se constituyeron en la columna vertebral del éxito y prestigio alcanzado hasta la actualidad.

Así como creció este hermoso rincón de la patria, también creció nuestro querido colegio en todo sentido: material, humano y académico; en la actualidad cuenta con más de 1800 estudiantes matriculados en las secciones diurna y nocturna, su planta docente, administrativa y de servicio esta integrado por 72 profesionales responsables y conscientes de las funciones que desempeñan en beneficio de la juventud concordense; cuenta con bachilleratos en ciencias especialidad físico matemática, químico biológicas, sociales y bachillerato en comercio y administración especialidades contabilidad y bachillerato técnico en comercio y administración especialidad aplicaciones informáticas.; su lema es “ Generando el progreso intelectual de su pueblo” su estandarte está integrado por los colores blanco significado de paz, de Concordia y celeste color de nuestros cielos, símbolo de la diversidad del pensamiento del logro de ideales y aspiraciones en un amplio horizonte en que solo mediante la tenacidad del estudio se logrará alcanzar las metas que todo ser humano se propone.

En la actualidad el Colegio está dirigido por el MSc. Oswaldo Jumbo Mejía en calidad de Rector, el Lic. Víctor Alcívar como Vicerrector, el MSc. Lizardo Villafuerte, inspector general, apoyado siempre por un consejo directivo, por estudiantes y padres de familia para que el Colegio Nacional “La Concordia”, se constituya en digno representante de la educación de la provincia de pichincha y del país.

### **3.6.1. Oferta del proyecto**

El programa de financiamiento y apadrinamiento que ofrecerá es diferente a los existentes en el mercado.

En el mercado existen aproximadamente 31 empresas de los cuales, que se detallan a continuación:

1. ASEVIG
2. Telefónica Ecuador
3. Aseguradora del Sur
4. Banco General Rumiñahui
5. Citibank N.A. Ecuador
6. ACE Seguros
7. Kimberly-Clark Ecuador S.A.
8. Quality Services S.A. QUALISA
9. Floreloy S.A.

10. Yanbal Ecuador S.A.
11. Seguros Equinoccial
12. Novartis Ecuador S.A
13. Corporación Salud
14. Tecniseguros S.A.
15. Mc Donald´s Ecuador
16. Chaide y Chaide S.A.
17. Indura Ecuador S.A.
18. DK Management Services
19. Novacero
20. ROCHE Ecuador
21. De Prati
22. Amanco Plastigama S.A.
23. Farcomed - Corporación GPF
24. Cooperativa de Ahorro y Crédito Policía Nacional Ltda.
25. Cooperativa de Ahorro y Crédito COOPROGRESO LTDA.
26. Farcomed – Fybeca
27. Grupo Papelesa
28. Grunenthal Ecuatoriana CIA. LTDA
29. Directv Ecuador
30. Econofarm - Sana Sana
31. Villa Club (CORSAM)

Además que atienden diferentes campos en responsabilidad social, estas empresas comprometiéndolas pueden apadrinar a los niños y/o jóvenes de acuerdo a su presupuesto anual.

El programa que se imparten en este tipo de empresas no son siempre y seguidas como las que se impartirá el programa, siendo está una razón más que justifica la creación del programa de financiamiento y apadrinamiento, el cual brindará para todo el año lectivo y las alternativas que ayuden a satisfacer plenamente las expectativas de las familias, de las empresas patrocinadoras, y sobre todo de la Unidad Educativas Sagrados Corazones.

### **3.7. PLAN DE MARKETING PARA EL PROYECTO:**

El plan de marketing determina los pasos a seguir, las metodologías y tiempos para alcanzar los objetivos determinados. Es una herramienta que permite marcar el camino para llegar a un lugar concreto.

#### **3.7.1. Diagnóstico Situacional del proyecto**

El diagnóstico situacional del proyecto se basa en los siguientes parámetros:

##### **3.7.1.1. Análisis del macroentorno del proyecto**

El análisis del macroentorno es el estudio externo que nos permite conocer la realidad del entorno de la empresa a ser estudiada, sus diferentes factores, consecuencias y sus

posibles soluciones en los diferentes ámbitos. Utilizando eficazmente sus recursos logrando con ello permanecer en el tiempo por lo que el análisis del macro entorno se convierte en una herramienta clave para las decisiones que corresponden a la alta dirección.

#### **3.7.1.1.1. Político**

Después de varios años de inestabilidad política, se inició un proceso de consolidación de la democracia asociado a cambios sociales y económicos tras las dos victorias electorales consecutivas de Rafael Correa (en 2006 y 2009). El programa del Presidente se basa en la idea de lanzar el “Socialismo del XXI”. El 28 de septiembre de 2008, se aprobó la constitución número 20 de la historia del Ecuador. Esta constitución revisa numerosos derechos de los ciudadanos y concede derechos a la naturaleza, reconoce los derechos territoriales de las poblaciones indígenas e introduce el consejo de participación ciudadana y control social.

#### **3.7.1.1.2. Económico**

En lo económico se resaltan algunos indicios de progreso en el sector productivo. El principal es la consolidación de la planificación como herramienta para lograr objetivos políticos.



- **PIB:**

En los últimos años ha tenido una variación notable ya que tiene una relación directa con la inflación del país, esto afecta a todos los sectores que conforman la parte económicamente activa pasiva. El manejo de activos, pasivos y el constante incremento en la actividad de intermediación financiera, constituyen un factor positivo que ha permitido canalizar mayores recursos hacia la actividad económica, ya sea para promover actividades de consumo, inversión, incluso para incentivar el financiamiento de potenciales cambios tecnológicos en la industria.

**Cuadro No 7**

	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
<b>Crecimiento PIB (%)</b>	0.98%	6.81%	5.27%	4.25%	2.05%
<b>PIB no petrolero (%)</b>	1.42%	7.67%	6.00%	4.96%	2.42%
<b>PIB petrolero (%)</b>	-4.88%	1.30%	1.31%	0.23%	-0.16%
<b>PIB en millones de dólares</b>	51.386	56.964	62.265	67.490	72.038

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

- **Inflación:**

La inflación anual en el 2011 terminó en 5.41%, y para el 2012 el costo de la canasta familiar se ubico en USD578.04, mientras que el salario mínimo vital tuvo un incremento de USD 28 y llegó a USD 292.

**Cuadro No 8**

Años	Inflación
2008	8.65%
2009	6.51%
2010	4.31%
2011	5.41%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

- **Tasas de Interés:**

**Cuadro No 9**

Años	Tasa Activa	Tasa Pasiva
2008	9.14%	5.91%
2009	9.24%	5.57%
2010	8.68%	4.28%
2011	8.17%	4.53%
2012	8.17%	4.53%

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

- **Riesgo País.-** de Ecuador continuó su escalada en la actualidad se ubicó en 792.00 puntos. El motivo para el disparo de este indicador, que tiene que ver con el costo del crédito para el país (mientras más alto el índice, más caro el crédito). El riesgo país también se relaciona con el costo de la deuda externa. Mientras más alto el riesgo, el precio de los bonos cae. Sin embargo el precio de los bonos

globales se recuperó, contra todos los pronósticos. Los bonos 2012 se colocaron a 34% la compra y 40% la venta. El porcentaje citado está en relación al 100% del precio. Los bonos 2015 cerraron ayer a 28% para la compra y 37% para la venta, mientras los 2030, en 24% y 30%, respectivamente.

### **3.7.1.1.3. Social**

- **Desempleo:** El desempleo disminuyó 1 punto, llegó a 5.52%.

El desempleo es un factor importante que afecta a cualquier organización ya que a mayor índice de desempleo es menor el poder adquisitivo del mercado. Las ciudades que tienen un registro mensual del desempleo son: Guayaquil con un índice de 5.73%, Quito con 4.20% y Cuenca con 4.13%, según el Banco Central. Además indica que la tasa de desempleo en el país disminuyó 0.59%.

- **Migraciones.-** se ha convertido en una cuestión importante y controvertida en las relaciones entre la Unión Europea y América Latina. Durante los diez últimos años, Sudamérica se ha caracterizado por un flujo migratorio masivo hacia Europa.
- **Refugiados.-** Ecuador se ve especialmente afectado por la influencia de un gran número de refugiados colombianos. Hay cerca de 135.000 colombianos que necesitan protección internacional que no han solicitado asilo. El Gobierno aplicó un programa de ayuda por medio de su “Plan Ecuador”. No obstante, los recursos son limitados y se pide constantemente ayuda internacional.

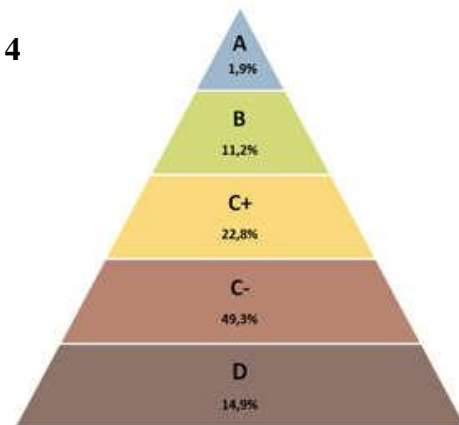
- **Tráfico de drogas.-** es un problema creciente en el país. La seguridad y el Estado de Derecho se han deteriorado gravemente en el norte de Ecuador debido a los efectos de la producción de cocaína en Colombia y al establecimiento de rutas de tráfico de drogas que pasan por Ecuador.

#### 3.7.1.1.4. Demográfico:

Este ambiente es de gran influencia por lo que interviene en la segmentación del mercado objetivo y para determinarlo se debe conocer la población, sus proyecciones y características distintivas.

Según el INEC. (2011) “Los hogares de Ecuador se dividen en 5 estratos:”

**Gráfico No 4**



- “A” alto, con un 1,9%
- “B” medio alto, con un 11,2%
- “C+” medio, con un 22,8%
- “C-” medio bajo, con un 49,3%
- “D” bajo, con un 14,9%

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

**Elaborado por:** INEC

Estos estratos son clasificados de acuerdo a vivienda, educación, características económicas, bienes, y hábitos de consumo.

#### **3.7.1.1.5. Tecnológico:**

Dentro del escenario tecnológico hace referencia a la constante innovación de las empresas en la actividad que desarrollen, mediante la utilización de equipo y maquinaria actualizada permitiendo a la misma no quedarse rezagada de la competencia. Por ello toda empresa debe designar una reserva para así poder tener la oportunidad de generar un cambio empresarial.

#### **3.7.1.1.6. Legal:**

En marco legal constituye resoluciones por parte del ministerio de educación y responden a políticas del gobierno Ecuatoriano.

Comprende a la aplicación de la Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI), con su reglamento, marco legal educativo, plan decenal de educación, acuerdos ministeriales, oficios e instructivos, que influyen sobre el sistema educativo a nivel nacional.

#### **3.7.1.1.7. Ambiental:**

Las preocupaciones vinculadas al medio ambiente y al cambio climático no dejan de aumentar y el país ha realizado importantes progresos con el fin de integrar los principios

de desarrollo sostenible en las políticas nacionales. Con la nueva constitución, Ecuador dispone de más herramientas para luchar contra los problemas existentes en materia de degradación del medio ambiente. Una de las innovaciones importantes introducidas por la constitución es el reconocimiento de los “Derechos de la naturaleza”.

- **Energía.-** el país está realizando esfuerzos importantes para mejorar su capacidad para cubrir sus necesidades energéticas con ayuda de fuentes sostenibles a pesar de sus importantes reservas de fuentes de energía no renovables

### **3.7.1.2. Análisis del microentorno del proyecto**

El análisis del microentorno es el estudio interno que nos permite conocer la empresa a ser estudiada, sus servicios, clientes, proveedores, ubicación, etc.

#### **3.7.1.2.1. Alumnos:**

Los alumnos que pagan un porcentaje bajo, que estén interesados en mejorar la calidad de vida optando por el programa innovador como el financiamiento y apadrinamiento y que deseen acceder al mismo.

#### **3.7.1.2.2. Programa de financiamiento y apadrinamiento**

El programa de apadrinamiento difiere de los demás centros educativos, ya que las empresas patrocinadoras del proyecto tendrán objetivos específicos, diagnosticará y

evaluará a cada alumno, familia dependiendo del tipo recurso faltante proporcionando herramientas que ayuden a obtener mejores resultados.

#### **3.7.1.2.3. Ubicación:**

La ubicación de la Unidad Educativa cuenta con vías de acceso pero básicas, disponibilidad de medios de transporte, servicios básicos. (Anexo 4)

#### **3.7.1.2.4. Bar:**

El bar proporciona insumos y alimentos escasos que los alumnos requieren tomando en cuenta la calidad de los mismos, los costos y el tiempo en que se deben administrar. (Anexo 5)

#### **3.7.1.2.5. Valor de la pensión:**

El precio que poseen la mayoría de centros educativos oscila de \$0 a \$85 dependiendo del lugar si es privado, público y del tipo de educación presencial o distancia que el alumno requiera.

#### **3.7.1.3. Análisis FODA del proyecto:**

El principal objetivo del análisis FODA es encontrar los factores estratégicos críticos, para una vez identificados, usarlos y apoyar en ellos los cambios organizacionales. Este análisis se basa fundamentalmente en dos pilares que son el interno y el externo, aquí

entra en juego la resistencia y el emprendimiento del programa. Debiendo así consolidar las fortalezas, minimizar las debilidades, aprovechar las ventajas de las oportunidades y eliminar o reducir las amenazas.

**Fortalezas:**

- Espacios amplios e infraestructura apropiada en función de la demanda.
- Colaboración y asistencia técnica de especialistas y otras instituciones afines.
- Programa innovador con apoyo financiero y apadrinamiento de calidad.

**Debilidades:**

- Ubicación de la unidad educativa.
- Gastos administrativos, financieros elevados.
- Valor de la pensión ligeramente alta en relación a la competencia.

**Oportunidades:**

- Programa diferenciado.
- La demanda creciente de mercado en cuanto a alternativas de educación.
- Competidores con programas deficientes.



**Amenazas:**

- Situación económica y política del país.
- Un nuevo competidor en el mercado.
- La continúa oferta que tienen las empresas debido a su crecimiento.

**Matrices EFE - EFI**

Al realizar una auditoría de la administración estratégica se debe establecer las matrices EFE y EFI. Las cuales ayudarán a resumir y evaluar factores internos y externos que nos servirán para formular estrategias que ayuden al desarrollo del programa.

Matriz EFE

**Cuadro No 10**

	<b>Factores externos clave</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Peso ponderado</b>
	<b>Oportunidades</b>			
1.	Programa diferenciado.	0.20	4	0.80
2.	La demanda creciente de mercado en cuanto a alternativas de educación.	0.17	3	0.51
3.	Competidores con programas deficientes.	0.20	4	0.80
	<b>Amenazas</b>			
1.	Situación económica y política del país.	0.11	2	0.22
2.	Un nuevo competidor en el mercado.	0.17	3	0.51
3.	La continúa oferta que tienen las empresas debido a su crecimiento.	0.15	3	0.45
	<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>3.29</b>

**Fuente:** Del autor

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

Tomando en cuenta que la mayor calificación que se obtuvo en el análisis es 4 y el resultado del peso ponderado correspondió a 3.29, esto indica que la empresa está en condiciones de afrontar el medio ambiente de manera adecuada, utilizando las oportunidades para enfrentar las amenazas.

## Matriz EFI

**Cuadro No 11**

	<b>Factores internos clave</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Peso ponderado</b>
	<b>Fortalezas</b>			
1.	Espacios amplios e infraestructura apropiada en función de la demanda.	0.20	4	0.80
2.	Colaboración y asistencia técnica de especialistas y otras instituciones afines.	0.18	3	0.54
3.	Programa innovador con apoyo financiero y apadrinamiento de calidad.	0.20	4	0.80
	<b>Debilidades</b>			
1.	Ubicación de la Unidad Educativa.	0.10	1	0.10
2.	Gastos administrativos, financieros elevados.	0.15	2	0.30
3.	Valor de la pensión ligeramente alta en relación a la competencia.	0.17	2	0.34
	<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>2.88</b>

**Fuente:** Del autor

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

El resultado obtenido de 2.88 muestra que el programa tiene una posición interna fuerte y que está en condiciones de afrontar el medio ambiente de manera adecuada, utilizando las fortalezas para enfrentar las debilidades.

**FODA cruzado:**

Ésta matriz considera los elementos más relevantes de las matrices EFE y EFI, construyendo así cursos de acción a seguir, que permite a la dirección desarrollar las estrategias más idóneas con el fin de lograr una ventaja competitiva sostenible.

**Cuadro No 12**

		<b>Fortalezas</b>		<b>Debilidades</b>
		1. Espacios amplios e infraestructura apropiada en función de la demanda.	1.	Ubicación de la Unidad Educativa.
		2. Colaboración y asistencia de especialistas y otras instituciones afines.	2.	Gastos administrativos, financieros elevados.
		3. Programa innovador con apoyo financiero y apadrinamiento de calidad.	3.	Valor de la pensión ligeramente alta en relación a la competencia.
<b>Oportunidades</b>		<b>Estrategias – FO</b>		<b>Estrategias - DO</b>
1.	Programa diferenciado.	Aprovechar la demanda creciente de los niños y jóvenes para enfocarlos y ocuparlos en la educación (F1;O2)		Aprovechar la ubicación de la Unidad Educativa para impartir las enseñanzas diferente al de la competencia (D1;O1)
2.	La demanda creciente de mercado en cuanto a alternativas de educación.	Dar a conocer las diferencias del programa, presentando sus beneficios explicado e impartido a través del canal adecuado (F2;O1)		

3.	Competidores con programas deficientes.		Aprovechar las deficiencias de la competencia, presentado un programa innovador y de calidad (F3;O3)		Utilizar el programa diferenciado para presentar las mejoras e innovaciones propuestas y precios mejores a la competencia (O1;D3)
	<b>Amenazas</b>		<b>Estrategias – FA</b>		<b>Estrategias - DA</b>
1.	Situación económica y política del país.				
2.	Un nuevo competidor en el mercado.		Al tener un programa innovador limitamos a los nuevos competidores el ingreso al mercado y captar nuestro segmento (F3;A2)		
3.	La continúa oferta que tienen las empresas debido a su crecimiento.		Trabajar con empresas calificadas asistido por sus fundaciones, brindando un programa de calidad obteniendo así nuevos niños y jóvenes que quieran estudiar (F2;A3)		La ubicación de la Unidad Educativa sumándole el valor agregado brindándole apoyo a las familias, frenara las ofertas de las empresas (D1;A3)

**Fuente:** Del autor

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

#### **3.7.1.4. Análisis del programa de apadrinamiento:**

El programa de apadrinamiento, es una herramienta en donde se utilizan a las mejores empresas, con características especiales; como nexo entre el alumno y la Unidad Educativa Sagrados Corazones.

Se basa en el patrocinio a través del estímulo económico empresa-alumno, y es una muy buena alternativa para un desarrollo personal, psicológico y social.

**Misión del programa de apadrinamiento:** “Demostrar que los beneficios económicos que se obtienen involucrando al representante legal es más eficaz que de manera convencional; mejorando la calidad de vida de las personas”.

**Visión del programa de apadrinamiento:** “Ser pionero en aplicar y difundir el programa de apadrinamiento, brindando una opción de financiamiento presupuestado de alta calidad, ética, amable y humana.

#### **Valores:**

- Honorabilidad
- Honestidad
- Transparencia
- Eficiencia
- Disciplina
- Lealtad
- Responsabilidad
- Puntualidad

**Objetivo:**

Brindarle al alumno de escasos recursos, la facilidad para que pueda terminar por lo menos el bachillerato en la Unidad Educativa Sagrados Corazones y tenga un conocimiento que le permita afrontar las lacras sociales que vulnera a una persona, basadas en el trabajo constante, se puede mejorar de manera integral la vida de los alumnos.

**Competidores principales:**

Los resultados del estudio de mercado a los alumnos en general y a empresas; nos mencionan a algunos centros educativos como son: Fundación Humanitaria Rotary Club Quito Sur, Francisco Calisto, Guardería Niños de María

- **Competencia Indirecta.-** las empresas tenemos Fundación Reina de Quito, Fundación Niñez Internacional - Children International; considerados como competencia indirecta, puesto que en estos centros educativos reciben una apoyo de la gobernación e internacional.
- **Competencia Directa.-** se considera a Credife, como competencia directa al ser una entidad que aporta a la Unidad Fe y Alegría 30 mil dólares anuales para los alumnos. Referente a un lugar en donde les gustaría estudiar, y al haber investigado tenemos que existen dos Unidades Educativas más en los que se la educación es proporcionada con apoyo central y de los familias con recursos: **Colegio Nacional de la Concordia y Colegio Particular Evangélico Luz y Libertad, La Concordia.** Pero la ayuda es parcial, no son empresas que

implementan la ayuda social, estas empresas realizan actividades que difieren de la responsabilidad social propuestas por el proyecto.

Los centros mencionados anteriormente se los toma en cuenta como competencia directa e indirecta, puesto que se dirigen al mismo segmento de mercado escogido por el proyecto.

### **3.8. IMPORTANCIA DEL MARKETING:**

Posicionar al programa de apadrinamiento, llegando a los niños y jóvenes, que más lo necesitan y puedan estudiar en la Unidad Educativa Sagrados Corazones de la Concordia.

### **3.9. SEGMENTACIÓN DE MERCADO:**

Es el procedimiento de (...) “dividir un mercado en grupos de compradores que, tienen necesidades, características o comportamientos bien definidos, y que podrían requerir de productos o mezclas de marketing distintos”. (Kotler, 2003, p.5)

Para la cobertura de mercado objetivo se implementará una estrategia de segmentación concentrada, es decir centrarnos en el grupo de niños y jóvenes de escasos recursos que son trabajadores en la calle y sus hermanos, identificados como en alto riesgo de involucrarse al trabajo callejero. Para esto detectaremos las preferencias del grupo objetivo, teniendo un mayor conocimiento sobre su desarrollo social que con el apadrinamiento obtengan resultados más eficaces; así poder tener mayores ventajas en comparación con la competencia y lograr una mayor participación en el mercado.



La estrategia concentrada logrará una segmentación efectiva, ya que cumple con los siguientes requisitos:

- **Medible.-** el tamaño, poder adquisitivo y características del segmento pueden ser medidos y comprobados; como el tipo de trabajo en la calle, el porcentaje de niños y jóvenes que conforman el grupo objetivo, los ingresos de sus familias, entre otros.
- **Sustancial.-** el segmento es lo suficientemente grande y rentable, por lo que vale la pena atenderlo.
- **Accesible.-** se logra alcanzar el segmento y atenderlo con eficacia. Por empresas especializadas y los tipos cobertura.
- **Diferenciable.-** el segmento es distinguible.
- **Procesable.-** se puede atraer y atender al segmento en cuestión, de forma competitiva y rentable. Por las diferentes formas diseñadas para cada tipo de necesidad. Tomando en cuenta los costos competitivos en comparación con el mercado.

Con lo expuesto anteriormente se ha decidido enfocar todos los esfuerzos de marketing con la siguiente:

**Segmentación:**

- **Geográfica:** Cantón la Concordia, Calle Tarqui y Manabí.
- **Demográfica:** niños y jóvenes con sus rangos de edad respectivos.
- **Psicográfica:** un nivel socio-económico medio, medio bajo y bajo.

- **Conductual:** los niños y jóvenes que padezcan algún tipo de señal social como hogares disfuncionales, extrema pobreza y en situación de riesgo por encontrarse en un medio, cuyos padres en algunos casos son alcohólicos, drogadictos, o agresivos, que buscan nuevas alternativas que le ayuden a sobrellevar su vida y acoplarse a la sociedad. Capaces de adaptarse al cambio y tomarlo de la mejor manera.

El programa de apadrinamiento se basa en la innovación y diferenciación del servicio siendo esta su ventaja competitiva, importante y distintiva, frente a sus competidores; adicionalmente el segmento meta al que se enfocarán todos los esfuerzos de marketing será con una estrategia competitiva genérica, de acuerdo a Michael Porter, será la de liderazgo enfocado en diferenciación.

### **3.10. POSICIONAMIENTO:**

Lo que se debe posicionar en el marketing son las ideas que contribuyan al logro del bienestar social entre las personas. En muchas ocasiones estas ideas están acompañadas de productos, técnicas o herramientas que complementan la idea social. El posicionamiento es el arte de ubicar en la mente de la población adoptante objetivo o del mercado meta, los atributos de los productos sociales que contribuyan a mejorar condiciones de vida de las personas. Consiste en el diseño y la ubicación en la mente de la población objetivo el concepto social que favorezca el bienestar de la población. (Pérez, 2004, p.199)

Es importante que la unidad educativa posicione el programa de apadrinamiento como dándole mayor valor, entonces debe proporcionarlo. Por lo expuesto, el posicionamiento

efectivo se inicia diferenciando realmente la oferta de marketing de la unidad educativa, de manera que ponga a disposición de los niños y jóvenes, un valor mayor del que ofrecen las otras instituciones llámese competencia, tomando medidas enérgicas para proporcionar y comunicar esa posición a las familias de recursos económicamente bajos. Para esto todo el programa de marketing de la unidad educativa, debe respaldar la estrategia de posicionamiento elegida.

### **3.10.1. Tipos de posicionamiento:**

- ❖ En base a precio y calidad de educación.
- ❖ Orientado a los niños y jóvenes de escasos recursos.
- ❖ Por el estilo de vida.
- ❖ Posicionamiento con relación a la competencia.

Las opiniones, intereses y actitudes de los niños y jóvenes, permite desarrollar una estrategia de posicionamiento orientada hacia su estilo de vida, generando valor para ellos. Pero hay que tomar en cuenta que hoy en día, hay más formas de posicionamiento no solo en la mente sino en el corazón de los patrocinadores, y también en la elección. Es por esto que hay que poner todos los esfuerzos de marketing, en que los productos y/o servicios sean top of mind, top of share, top of heart; en la mayoría de los casos pueden ser uno o dos pero lo ideal sería que la marca sea los tres.

### **3.11. ESTRATEGIAS DE LA MEZCLA DE MARKETING:**

#### **3.11.1. Servicio:**

Al ser el **servicio** una actividad básicamente intangible, lo que se desea es que las personas obtengan beneficios efectivos a través de experiencias memorables, mientras que los servicios son externos las experiencias son personales y tiene lugar en su mente individualmente.

El servicio que el programa de apadrinamiento va a ofrecer a la unidad educativa será diferente e innovador, ya que contarán con tres factores imprescindibles como son: empresas patrocinadoras, objetivos prediseñados, resultados evaluados y registrados; obteniendo así una relación perfecta entre empresa patrocinadora y alumno.

##### **a) Nombre: “Huellas”**

Huellas tiene su referente a los que cada individuo va dejando, al ser empresas de gran prestigio principales actores del programa se ha optado porque esta parte de ellos sea de donde nace el nombre del programa y como ellos proporcionan todo su amor y cariño al ayudar a los niños y jóvenes de escasos recursos, es lo que da como resultado el nombre HUELLAS.

b) **Logo:**



c) **Característica y beneficios del servicio:**

La principal característica del programa es promover la calidad de vida de los participantes a través de la experiencia interactiva con niños y jóvenes, con el fin de estimular lo social, cognitivo y afectivo.

**Beneficios Psicológicos- Sociales-Cognitivos:**

1. Incrementa su autoestima, autoconcepto, autoeficacia y autocontrol.
2. Aumenta la tolerancia a la frustración, incrementado valores como la perseverancia y la disciplina.

3. Fomenta la expresión adecuada de sentimientos.
4. Detecta e interviene en problemas de comportamiento, como negativismo, impulsividad, dificultad para asumir reglas, entre otros.
5. Brinda apoyo en situaciones difíciles como duelos, divorcio de los padres o situaciones traumáticas.
6. Incrementa atención, concentración, memoria, habituación, seguimiento de instrucciones, motivación y percepción. Así mismo, procesos de pensamiento complejos.

**d) Servicios que ofrece:**

1. Un informe sobre el progreso de salud y educación del niño o niña que es apadrinado.
2. Un informe de las actividades realizadas para el mejoramiento de las condiciones de los niños apadrinados.
3. Una carta semestral y una foto anual del niño o de la niña.
4. Una carta de agradecimiento del niño o niña apadrinada.

**3.11.2. Precio:**

El programa aplicará una estrategia de precios diferenciados con relación a la competencia, es decir, todos los centros y profesionales de la educación que patrocinen a los niños y jóvenes. Específicamente optará por la estrategia de precios según el presupuesto, la cual destina la empresa patrocinadora para responsabilidad social, este se

trata de poner un precio estandarizado, patrocinio con independencia del tiempo que tarden en prestar el servicio y tener las mejorías del niño o joven.

Los precios de los servicios del programa se los estimará en base al costo de la pensión que regula el ministerio de educación. Estos precios estarán basados en una coherencia entre las expectativas del mercado acerca del precio de la competencia, el comportamiento y crecimiento de las empresas en el mercado.

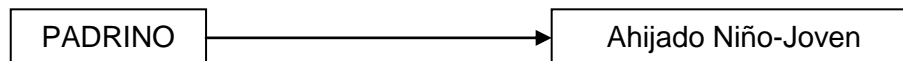
Ha sido esencial comprender la estructura de los costos, la aportación y el margen de contribución para fijar el precio del apadrinamiento, mismo propuesto con miras a cubrir los costos y gastos que genera cada una, que nos permita competir sin afectar la demanda potencial.

### **3.11.3. Plaza:**

Plaza es todo el esfuerzo que realizan la organización social para poner a disposición de los usuarios los productos sociales, como los lugares que se tienen que establecer o la elaboración de alianza estratégicas con organizaciones publicas o privadas de la comunidad para que los productos sociales lleguen a través de sus estructuras al usuario final (...).

Para la implementación de los programas sociales es primordial realizar alianzas con las organizaciones de los sectores de la comunidad, especialmente sector privado. (Pérez, 2004, p.265).

Por lo expuesto el programa de apadrinamiento manejará una distribución directa que permitirá llevar el servicio hacia los niños y jóvenes, por lo que la Unidad educativa se ofrecerá la preparación adecuada con una educación acorde a la necesidad actual.



#### **3.11.4. Promoción:**

La promoción es el medio de comunicación por el cuál el programa de apadrinamiento, podrá convencer y recordar, directa o indirectamente sus servicios a los patrocinadores. En cierto modo se podrá decir que la comunicación de la promoción representa la voz de la marca; posibilidad al dialogo y la creación de relaciones con el consumidor. La promoción desempeñará varias funciones, para los consumidores quienes, a partir de ellas, reciben información del centro sobre cómo y por qué del servicio, quiénes lo utilizarán, dónde y cuándo. Además, también se enterarán quien produce el servicio, cual es el significado de la marca y la empresa. La comunicación de marketing permitirá a la empresa vincular su marca con los pacientes lo cuál les hará recordar y transmitir la imagen de la marca.

Tomando en cuenta que este tipo de servicio no es muy conocido en el mercado, requerirá de diversos métodos de promoción, con la finalidad de difundir la canterapia



para el mejoramiento de la calidad de vida de las personas que tienen algún tipo de discapacidad o enfermedad crónica; para así en el futuro poder obtener un posicionamiento en el mercado. La mezcla promocional que utilizará el centro será la siguiente:

**Publicidad.-** el programa de apadrinamiento utilizará la publicidad con el objetivo de crear imagen a largo plazo. El programa se preocupará por mostrar situaciones reales que se identifican con las personas que tienen algún tipo de discapacidad y/o enfermedad y necesitan de apoyo para afrontar esta situación.

**Slogan:**

*“Deja tu huella y verás que otros te seguirán...”*

**Publicidad informativa.-** crear conciencia de marca y dar a conocer el programa de apadrinamiento con sus características y beneficios.

**Publicidad persuasiva.-** se trata de generar afinidad, preferencia, convicción y adquisición del servicio. Se elaborará una publicidad comparativa que le permita reflexionar sobre los beneficios del programa de apadrinamiento y como estos proporcionan una mejor calidad de vida para los niños y jóvenes. Publicidad nos presentará resultados cuando genera motivaciones cognoscitivas y afectivas al mismo tiempo.

Una de las estrategias más importantes a utilizar es la organización de charlas en las grandes empresas y bancos de la ciudad de Quito, por lo que en este nicho se encuentra el segmento de mercado más importante para el desarrollo de económico. El material

audiovisual que se presentará son videos informativos, educativos y persuasivos que le permita tomar la decisión de apadrinar para obtener los beneficios que proporcionan la ayuda social y mejorar la calidad de vida de los niños y jóvenes que no tiene las oportunidades para estudiar.

**Publicidad en ATL y BTL.-** se recurrirá a medios de comunicación masiva y los no tradicionales.

- **Revistas.-** se dará a conocer el centro a través de revistas especializadas que apuntan al segmento educación que tratan al target, y en la revista “FAMILIA” de mayor circulación con un formato y contenido que apoyan al segmento objetivo. Se han presupuestado 11 avisos al año, los mismos tendrán un formato de un cuarto de página, se han enfocado la mayor cantidad de avisos en el primer mes debido a la inauguración del programa.
- **Tríptico.-** para generar una mejor comunicación y recordación se realizará una activación con trípticos que incluyan información sobre el apadrinamiento y sus beneficios, con el fin de captar al mercado objetivo.

**Relaciones públicas.-** estas abarcan una variedad de programas diseñados para promover los beneficios del programa de apadrinamiento, presentando la información de la forma más positiva posible. Para quienes evitan los anuncios, se enviará el mensaje del programa como una noticia, creando una buena imagen y obteniendo una publicidad favorable para el mismo.

Con lo que respecta a las relaciones públicas para el programa de apadrinamiento, se emplearán:

- Convenios corporativos con empresas.
- Auspiciante de eventos.

Trabajos en conjunto con los medios de comunicación por ejemplo:

**Televisión.-** el programa de apadrinamiento se pretende proyectar presentado un reportaje especial en el cual se refleje cuales son los beneficios de tener responsabilidad social y como estos ayudan a los niños y jóvenes en tener una mejor calidad de vida. Estos reportajes se lo presentarán en el Canal 4 (Teleamazonas) en el programa “30 minutos plus” y en el Canal 2 (Gamatv) en el programa “La Televisión”. El objetivo principal de esta publicidad especial es dar a conocer que el programa de apadrinamiento da beneficios a los más vulnerables.

**Marketing directo.-** consiste en remitir los mensajes publicitarios del servicio por medio del correo directo y el diseño de un sitio web.

- **Correo directo.-** se enviará un anuncio del servicio en donde se pondrá énfasis en los beneficios del programa. Gracias a un listado selectivo que contiene el dato de los potenciales consumidores. Este correo será de gran aceptación puesto que permitirá reflexionar la importancia y el mejoramiento en la calidad de vida de los niños y jóvenes. Antes de aplicar esta promoción se debe filtrar bien la base para detectar a los consumidores con el perfil más adecuado que podrían estar interesados en la oferta.

- **El diseño de un sitio web.-** se realizará un sitio web que resulte atractivo a primera vista y suficientemente interesante para incentivar a los navegantes a visitarlo.
  
- **Anuncios y promociones on-line.-** se publicará por internet, el medio de comunicación masivo hoy en día por gran cantidad de consumidores y el más económico para dar a conocer todos los beneficios que ofrece el programa; este será publicado por medio de banners en los sitios web más visitados cada vez que ellos hagan clic.

#### 3.11.4.1. Presupuesto para el plan promocional:

Para el lanzamiento al mercado del programa de apadrinamiento es necesario contar con un presupuesto considerable para cubrir todas las estrategias que se pretende realizar para el lanzamiento al mercado de este programa.

A continuación se detallan cuales son los costos que tendrá que asumir el programa para la realización del plan de promoción. Cabe mencionar, que en el cuadro no consta el valor por promoción en televisión, ya que los mismos se hará intercambiando el precio por el logo institucional que permanecerá en la unidad educativa según el efecto de la negociación.

**Cuadro No 13**

<b>MATERIAL PROMOCIONAL / MEDIO</b>	<b>LUGAR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DURACION</b>	<b>COSTO</b>	<b>TOTAL</b>
Publicación en revistas	Especializadas y Familia	11 c/u		45.00	495.00
Trípticos informativos		1000		0.25	250.00
Banners en sitios web	Google, Facebook, Twitter.			200.00	200.00
Creación de pagina web				100.00	100.00
Subtotal					1045.00
Imprevistos 2%					20.90
<b>TOTAL DE PLAN DE PROMOCIÓN</b>					1065.90

**Fuente:** Del autor

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

### 3.11.4.2. Cronograma de trabajo para el plan promocional:

Para el fiel cumplimiento de todas las actividades promocionales que se pretende realizar dentro de un periodo determinado para que el programa se posicione en el mercado, se debe proceder a la elaboración de un cronograma de trabajo bien distribuido, en donde se pueda reflejar cual es el tiempo que va a durar una x promoción. Teniendo como objetivo la economización de tiempo y el fiel cumplimiento de cada objetivo de la promoción.

**Cuadro No 14**

			MESES DE TRABAJO											
#	SEMANA	ACTIVIDAD	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb
1	2	Presentación del programa especial por tv		x										
2	4	Presentación del 2do programa especial por tv				x								
3	1	Publicidad en revistas especializadas y Familia	x	x	x		x	x	x		x	x	x	
4	2,3,4	Conferencias en empresas y bancos			x			x			x			x
5	2,3	Publicación de banners en la web		x	x	x			x	x	x			x

**Fuente:** Del autor

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

## **CAPITULO IV**

### **FINANCIAMIENTO Y APADRINAMIENTO**

#### **4.1. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA:**

##### **4.1.1. Planificación Estratégica:**

La planificación estratégica es un proceso de evaluación sistemática de la naturaleza de un negocio, definiendo los objetivos a largo plazo, identificando metas y objetivos cuantitativos, desarrollando estrategias para alcanzar dichos objetivos y localizando recursos para llevar a cabo dichas estrategias.

Es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro las organizaciones e instituciones, para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr el máximo de eficiencia y calidad de sus prestaciones.

Un plan estratégico define claramente el propósito de una organización, establece metas y objetivos realistas, consistentes con su misión y establece el marco de tiempo (a mediano plazo) de la capacidad de implementación de la organización. El enfoque del plan es hacia el futuro, y su preocupación fundamental es la adaptación a los cambios constantes del ambiente. Cuanto más frecuentes sean los cambios del ambiente, más frecuente debe ser la revisión del proceso de planificación. (Prada, 2010, p.5).

#### **4.1.2. Operativo:**

“Es recomendable que el plan de la empresa mencione, igualmente, determinados aspectos tocantes a la actividad ordinaria de la empresa, referidos, entre otras cosas a sus necesidades de infraestructura para su funcionamiento; así como, a la estrategia de aprovisionamiento y compras que habrá de seguirse para el buen funcionamiento de la misma” (David, 2002, p.267).

La elección de patrocinadores es una cuestión importante para garantizar el buen éxito del programa de apadrinamiento. En primer lugar, debería plantearse quienes van a apadrinar. Para empezar, puede ser más conveniente que se limite la actividad en un inicio.

**Al seleccionar la red de patrocinadores, es importante seguir las siguientes recomendaciones:**

- Comparar distintas opciones.
- Negociar el sistema de pago, es decir, si se va a pagar al contado, a 30, 60 o 90 días.  
Esto va estipulado en el convenio, ya que la empresa es la que decide la forma en la que se hace el pago.
- **Determinar las condiciones de suministro.** En este punto debe destacarse que si el volumen de pedidos es elevado, habrá que contar con una estrategia de almacenaje o quizá sea más conveniente la opción de un aprovisionamiento gradual.



#### 4.2. APORTACIONES DE EMPRESAS:

Como representantes legales de las instituciones y en base a lo que se detalla a continuación la propuesta es la siguiente:

Pago de la pensión al momento:

**Cuadro No 15**

CURSOS	ALUMNOS	SIN APRADRINAMIENTO
Primero	38	30
Segundo	18	14
Tercero	22	18
Cuarto	37	35
Quinto	38	29
Sexto A	28	21
Sexto B	20	18
Séptimo	39	25
Octavo	45	30
Noveno	35	28
Décimo	41	30
Primero Bgu	25	15
Primero contabilidad	23	11
Primero Informática	13	10
Segundo informática	19	12
Segundo Bgu	34	18
Segundo contabilidad	19	11
Tercero Químico	18	10
Tercero Contabilidad	19	12
Tercero Informática	26	11

Tercero Fima	21	11
Total Alumnos	578	399

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

### Propuesta de aportación empresarial

**Cuadro No 16**

<b>CURSOS</b>	<b>ALUMNOS</b>	<b>CON APRADADRINAMIENTO</b>
Primero	38	8
Segundo	18	4
Tercero	22	4
Cuarto	37	2
Quinto	38	9
Sexto A	28	7
Sexto B	20	2
Séptimo	39	14
Octavo	45	15
Noveno	35	7
Décimo	41	11
Primero Bgu	25	10
Primero contabilidad	23	12
Primero Informática	13	3
Segundo informática	19	7
Segundo Bgu	34	16
Segundo contabilidad	19	8
Tercero Químico	18	8

Tercero Contabilidad	19	7
Tercero Informática	26	15
Tercero Fima	21	10
Total Alumnos	578	179
		31%

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

Sobre el estudio realizado la propuesta es lograr que empresas privadas apadrinen a 179 estudiantes con el valor de la pensión de \$72 que equivale al 31% del total de estudiantes.

Por lo tanto, la necesidad o requerimiento del financiamiento es del 68%, que equivale a \$154,656.00, valor que es necesario para implementar el programa de apadrinamiento a niños y/o jóvenes de bajos recursos, y lo más importante, un crecimiento en infraestructura y tecnología; además, de incrementar las becas en un 1% anual, ya que en la actualidad solo 3 alumnos están becados.

**Cuadro No 17**

<b>VALOR APADRINAMIENTO</b>	
P. JURIDICA	41,616.00
<b>TOTAL APADRINADO</b>	<b>41,616.00</b>
ANUAL	374,544.00

Ingresos por apadrinamiento al 100 %  
Comienzo con el 31%

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

#### **4.3. ESTADO DE SITUACION FINANCIERA ACTUAL:**

“El estado de situación inicial no es otra cosa que un cuadro organizado de valores que muestra la situación financiera de la empresa u organización al inicio de las actividades operacionales” (Barreno, 2005, p.100).

Se puede establecer la situación económica de la Unidad Educativa Sagrados Corazones al inicio de sus operaciones. En el que consta los valores por inversión para los activos tanto fijos como diferidos, además de la cantidad de pasivos en los que se incurre, en este caso el correspondiente a los préstamos bancarios y el patrimonio cuyo valor se determina por el capital con el que aportan los accionistas como se indica:

Estado de situación inicial:

**Cuadro No 18**

**UNIDAD EDUCATIVA SAGRADOS CORAZONES**  
**ESTADO DE SITUACION FINANCIERA**  
 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011  
 (Expresado en Dólares)

ACTIVOS	MONTOS		PASIVOS	MONTOS	
<b>CORRIENTE</b>		<u><b>33,879.13</b></u>	CORRIENTE		<u><b>7,214.64</b></u>
Caja- Bancos	33,879.13		Cuentas por pagar	241.88	
<b>ACTIVO EXIGIBLE</b>		<u><b>5,904.05</b></u>	Sueldos acumulados por pagar	316.33	
Cuentas por cobrar ppff	4,425.00		Prestamos Quirografarios	298.89	
Cuentas por cobrar varios	657.25		Liquidaciones por pagar año 2010	1,531.53	
Cuentas por cobrar P. Hilvar	621.80		Aporte al less	4,607.81	
Anticipo sueldos maestros	200.00		Retenciones en la Fuente	78.46	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			100% Retenciones en la Fuente IVA	139.74	
Muebles y Enseres	16,287.09	<u><b>20,692.13</b></u>			

(-) Deprec. Muebles y Enseres	-	9,719.74			
Equipo de Computo y software		17,863.01			
(-) Deprec. Equipo de computo y software	-	10,615.43			
Equipo de Fotocopiadora		1,800.00		<b>PATRIMONIO</b>	<b><u>53,260.77</u></b>
(-) Deprec. Equipo de fotocopiadora	-	1,081.99		APORTES	54,785.39
Biblioteca		2,378.11		UTILIDAD O PERDIDA EJERCICIOS ANTERIORES	60.67
(-) Deprec. Biblioteca	-	1,274.50		UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO 2011	- 1,585.29
Banda de Gala		1,447.00			
(-) Depreciacion Acum. Banda de Gala	-	266.99			
Redes e Instalaciones		6,881.38			
(-) Depreciacion Acum. Redes e Instalaciones	-	3,005.81			
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>					
<b>PAGOS ANTICIPADOS</b>					
Retenciones en la fuente IR año corriente		0.10	<b><u>0.10</u></b>		
<b>Total Activos</b>					
		<b><u>60,475.41</u></b>	<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>		<b><u>60,475.41</u></b>

#### 4.4. PERDIDAS Y GANANCIAS:

##### Pérdidas y ganancias proyectadas a 5 años

“El estado de resultados calcula la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto” (Baca, 2007, p.150).

Da a conocer la utilidad que tendrá la Unidad Educativa, la cual se obtiene restando los costos y gastos incurridos en la operación del negocio.

Para la elaboración del estado de resultados, no se considera los impuestos exigidos por la ley, esto es 15% y 25% del impuesto a la renta ya que la institución es sin fines de lucro según la Ley de Régimen Tributario interno, Art. 9, numeral 8.<sup>1</sup>

##### Cuadro No 19

#### UNIDAD EDUCATIVA SAGRADOS CORAZONES

##### ESTADO DE RESULTADOS

##### PROYECTADO A 5 AÑOS

(Expresado en Dólares)

	Crecimiento	0.25%	0.30%	0.40%	0.50%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>TOTAL INGRESOS</b>	326,106.00	327,308.87	328,680.54	330,387.54	332,434.70
Sin apadrinamiento	171,450.00	171,878.63	172,394.26	173,083.84	173,949.26
Con apadrinamiento	154,656.00	155,430.25	156,286.28	157,303.70	158,485.45
<b>TOTAL GASTOS</b>	326,106.00	327,308.87	328,680.54	330,387.54	332,434.70
GTOS ADM DIRECTIVOS - ADMINISTRATIVOS	45,084.56	45,197.27	45,332.86	45,514.19	45,741.76
GTOS ADM OPERATIVOS	33,625.05	33,737.76	33,838.98	33,974.33	34,144.20
GTOS DOCENCIA	184,316.16	184,400.22	184,953.42	185,693.24	186,621.70
OTROS GASTOS	-45.95	847.43	1,429.10	2,079.60	2,800.85
IMPREVISTOS	63,126.18	63,126.18	63,126.18	63,126.18	63,126.18
UTILIDAD/PERDIDA DEL EJERCICIO	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

<sup>1</sup> La Unidad Educativa SS.CC es una institución sin fines de lucro: por tanto, exenta del Impuesto a la Renta (Ley de Régimen Tributario interno, Art. 9, numeral 8). En consecuencia no se efectúa retención de impuesto por ese concepto.

## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA EN BASE AL ESTUDIO DE INVESTIGACION**

#### **5.1. APLICACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA:**

Constituye un enfoque alternativo de planificación. (...) “La aplicación de la planificación estratégica es a largo plazo. Se basa en la misión, visión, objetivos y los valores del programa. Trabaja con la visión y elabora estrategias para ponerla en práctica dentro de un lapso de 2 a 5 años” (Prada, 2006, p.5).

Es decir, lo estratégico se refiere a las formas de construirle viabilidad al programa de apadrinamiento, que demanda la participación de los múltiples recursos que contribuyen a la educación de la sociedad.

Para ser estratégica necesita de una buena comprensión de los procesos de transformación y desarrollo, así como un análisis contextual de cierta profundidad. Efectivamente, necesita de un pensamiento estratégico que permite mirar la eficacia, lo que significa: ¿Cómo podemos insertarnos efectivamente en los procesos de transformación y desarrollo a través de estrategias adecuadas? ¿Cómo podemos tener el impacto más significativo, tomando en cuenta los recursos que poseemos? (Anónimo, 2011, p. 55)



### **Principales características de la Planificación Estratégica:**

La Planificación Estratégica identifica planificación, con dirección y gobierno. Esto es, permite a quien tiene la capacidad decisoria dar una dirección a los acontecimientos en función de los propósitos y objetivos perseguidos.

Casi siempre la planificación se hace en situaciones de poder compartido. Significa que al planificar hay que tomar en cuenta la presencia de posibles resistencias al plan, así como también posibles alianzas y apoyos, producto de la confrontación de propósitos, interés y valores. (Rea, 2012, p.230)

- ✓ La planificación estratégica incluye la aplicación y el análisis para determinar las posiciones futuras que el programa de apadrinamiento debe alcanzar.
- ✓ Proceso dinámico lo suficientemente flexible para permitir y hasta forzar modificaciones en los planes a fin de responder a las cambiantes circunstancias.
- ✓ Es el componente intermedio del proceso de planeación, situado entre el pensamiento estratégico y la planeación táctica.
- ✓ Trata con el porvenir de las decisiones actuales, observa la cadena de consecuencias de las causas y efectos durante un tiempo, relacionadas con una decisión real o intencionada que tomará la dirección.
- ✓ Es identificar y llevar a la práctica los objetivos a largo plazo del programa de apadrinamiento.

## 5.2. ALUMNOS BENEFICIADOS:

Con respecto al los convenios recibidos por las empresas los alumnos beneficiado son de 179 por un valor de: \$154,656.00 anuales que equivale al 31% del total de los estudiantes.

**Cuadro No 20**

CURSOS	TOTAL ALUMNOS	SIN APADRINAMIENTO	APLICAN PARA EL PROGRAMA DE APADRINAMIENTO	VALOR DE LOS AUSPICIANTES	VALOR ACTUAL	MONTO TOTAL QUE SE NECESITA PARA EL APADRINAMIENTO	MONTO TOTAL SIN APADRINAMIENTO
Primero	38	30	8	72.00	65.00	576.00	1,950.00
Segundo	18	14	4	72.00	65.00	288.00	910.00
Tercero	22	18	4	72.00	55.00	288.00	990.00
Cuarto	37	35	2	72.00	45.00	144.00	1,575.00
Quinto	38	29	9	72.00	40.00	648.00	1,160.00
Sexto A	28	21	7	72.00	65.00	504.00	1,365.00
Sexto B	20	18	2	72.00	60.00	144.00	1,080.00
Septimo	39	25	14	72.00	55.00	1,008.00	1,375.00
Octavo	45	30	15	72.00	45.00	1,080.00	1,350.00
Noveno	35	28	7	72.00	55.00	504.00	1,540.00
Decimo	41	30	11	72.00	45.00	792.00	1,350.00
Primero Bgu	25	15	10	72.00	35.00	720.00	525.00
Primero contabilidad	23	11	12	72.00	45.00	864.00	495.00
Primero Informatica	13	10	3	72.00	32.50	216.00	325.00
Segundo infomatica	19	12	7	72.00	35.00	504.00	420.00
Segundo Bgu	34	18	16	72.00	40.00	1,152.00	720.00
Segundo contabilidad	19	11	8	72.00	45.00	576.00	495.00
Tercero Quimico	18	10	8	72.00	40.00	576.00	400.00
Tercero Contabilidad	19	12	7	72.00	35.00	504.00	420.00
Tecero Informatica	26	11	15	72.00	35.00	1,080.00	385.00
Tecero Fima	21	11	10	72.00	20.00	720.00	220.00
Total Alumnos	578	399	179	1,512.00	957.50	12,888.00	19,050.00
			31%		ANUAL	154,656.00	228,600.00

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

### 5.3. FUTURO DE LA UNIDAD EDUCATIVA:

En base al estudio de los alumnos de la Unidad Educativa, se proyecta los ingresos por los convenios de apadrinamientos, y se espera crecer en un 0.25% del primero al quinto año.

Lo que hace que en futuro de la Institución sea tener 586 alumnos estudiando.

**Cuadro No 21**

	Crecimiento	0.25%	0.30%	0.40%	0.50%
INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alumnos	578	579	581	584	586

**Elaborado por:** Luis Miguel Camacho

#### 5.3.1. Mejoras estructurales y operativas

##### 5.3.1.1.1. Infraestructura necesaria para el proyecto:

La infraestructura de la institución estará concebida en función de las necesidades de los estudiantes. Ofreciendo amplias y cómodas instalaciones que están distribuidas en adecuadas aulas de estudios, además de las áreas destinadas a: dirección, contabilidad, consultorios (psicológico, médico), recepción, sala de espera, baños, bar, bodega, espacios verdes, guardianía y parqueadero.

#### **5.3.1.1.2. Infraestructura física:**

La construcción del centro así como su distribución se realizarán tomando en cuenta las normas ISO 9000, para obtener la certificación de calidad.

Con respecto al espacio físico adecuado, se ha asignado un total de 23.18 m<sup>2</sup> para las aulas. Para ello se deberá acoplar al diseño estructural de la Institución para un área de primeros auxilios (enfermería) el cual funcionará en 14,30 m<sup>2</sup>. A demás cuenta con un área exclusiva para el tránsito peatonal tanto de alumnos como para profesores como del personal que trabaja en la Institución de 7mts de largo por 1,50 de anchura. Las oficinas tendrán un área de 14,44 m<sup>2</sup>, los baños están distribuidos en un área de 13,19 m<sup>2</sup>, con baños que sirve para el uso del personal, a demás un ½ baño para uso exclusivo de los familiares y otro ½ baño para personas con discapacidad. El bar contará con un área de 5,18 m<sup>2</sup> y la bodega de donde se encuentran los suministros tiene un espacio de 4,10 m<sup>2</sup>. Adicionalmente se proporciona 4,60 m<sup>2</sup> para el área de seguridad. El espacio total del área que se deberá ocupar para el funcionamiento de la Institución es de 1,004.33 m<sup>2</sup>. Sin contar áreas verdes y parqueadero que es de 225 m<sup>2</sup>.

## Distribución de la infraestructura



En infraestructura por lo menos llegar a un 25% de construcciones lo que es principalmente aumento de aulas totalmente equipadas.

- **Construcciones**

### Cuadro No 22

(Anexo 6)

DESCRIPCION	Cantidad m2	Actual	VALOR TOTAL
Construcción	803.46	35.43%	234,499.19

**Elaborado por :** Luis Miguel Camacho

## CONSTRUCCIONES

DESCRIPCION	Cantidad m2	Crecimiento	VALOR TOTAL
Construcción	1,004.33	25%	293,123.99

**Elaborado por :** Luis Miguel Camacho

### 5.4. EL PLAN OPERATIVO:

El plan igualmente, determina los aspectos de la actividad ordinaria de la institución, referidos, entre otras cosas a sus necesidades infraestructurales de funcionamiento así como a la estrategia de aprovisionamiento y compras que habrá de seguirse para el buen funcionamiento de la misma.

#### Podrían enunciarse así:

- Enseñanza de la educación básica y bachillerato.
- Fomentar el desarrollo humano integral.
- Organización de eventos, conferencias, y talleres de unidad familiar.
- Torneos deportivos.
- Casa abierta de la Unidad Educativa
- Concursos de matemáticas y dibujo técnico.
- Vinculación con la sociedad.

Lo que el plan operativo llevará a proponer en base a la funcionalidad de la Unidad Educativa a:

- Mecánica de apadrinamiento y forma de prestación de servicios,

- Lugar donde se ubicará las mejoras de infraestructura.
- Necesidades de tecnología, equipamiento, suministros.
- Estrategia de convenios y financiamiento.
- Elección de padrinos.

## **5.5. BECAS**

**El Programa de Becas debe** ser un programa que tenga como finalidad, contribuir e impulsar el acceso y permanencia de los jóvenes con desventaja socioeconómica. La población objetivo estará conformada por, estudiantes que vivan en hogares con ingresos mínimos mensuales.

Con el programa de becas para jóvenes, surge como una necesidad y al mismo tiempo como una respuesta, a la celeridad de los cambios, cambios a los que, muchas veces las comunidades más desprotegidas no pueden responder adecuadamente, desvinculándose del proyecto de desarrollo nacional.

Es por eso que, para impulsar el crecimiento de los jóvenes, se propicia la creación e implementación de proyectos, que contribuyan al desarrollo económico y social en dichas familias.

En la actualidad, son tres los jóvenes becados al 100%.

Es una satisfacción para la institución, el haber hecho posible el desarrollo de estos jóvenes, con la intención de dar lo mejor de sí mismos, para poner un granito de arena y generar cambios positivos.

Este programa de becas, debe fortalecer los lazos entre sociedad, gobierno e iniciativa privada, por lo que, se ha buscado la participación de instituciones reconocidas a nivel nacional e internacional.

La Unidad Educativa, tiene el compromiso y la responsabilidad con el entorno, lo que ha motivado, a crear este proyecto que apuntale como una institución de calidad ética, social y humanista, preocupada y ocupada, por hacer de la sociedad y del país un lugar mejor para vivir.

## **5.6. CONVENIOS**

Los convenios es una carta de acuerdo mutuo entre la institución y el auspiciante, a continuación se detalla la misma para personería jurídica. (Anexo 7),

Las empresas que firmaron los convenios son:

- NESTLE ECUADOR aporta \$7.704,00 mensuales.
- KRAFT FOODS ECUADOR aporta \$2.088,00 mensuales.
- FRANKS INTERNATIONAL aporta \$504,00 mensuales.
- CORPORACION LA FAVORITA aporta \$2.520,00 mensuales.
- SINOHYDRO CORPARATION aporta \$14.400,00 mensuales.
- ANDES PETROLEUM aporta \$6.768,00 mensuales.



## **5.7. EMPRESAS PATROCINADORAS**

Persona jurídica es una empresa que ejerce derechos y cumple obligaciones a nombre de ésta.

Al constituir una empresa como persona jurídica, es la empresa (y no el dueño) quien asume todas las obligaciones de ésta.

Lo que implica que las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, están garantizadas y se limitan solo a los bienes que pueda tener la empresa a su nombre (tanto capital como patrimonio).

Si, por ejemplo, la empresa quiebra y es obligada a pagar alguna deuda, ésta se pagará solo con los bienes que pueda tener la empresa a su nombre, sin poder obligar al dueño o a los dueños a tener que hacerse responsable por ella con sus bienes personales.

### **Ventajas Persona Jurídica:**

- Tiene responsabilidad limitada, es decir, el dueño o los dueños de la empresa asumen solo de forma limitada la responsabilidad por las deudas u obligaciones que pueda contraer la empresa, las cuales solo se garantizan con los bienes, capital o patrimonio que pueda tener la empresa.
- Mayor disponibilidad de capital, ya que éste puede ser aportado por varios socios.

- Mayores posibilidades de acceder a créditos financieros (los bancos o entidades financieras suelen mostrar mayor disposición a conceder préstamos a Personas Jurídicas antes que a Personas Naturales).
- Posibilidad de acceder a concursos públicos sin mayores restricciones.
- El propietario y los socios trabajadores de la empresa pueden acceder a beneficios sociales y seguros.

### **Desventajas Persona Jurídica**

- Mayor dificultad al momento de constituir una empresa, presenta una mayor cantidad de trámites y requisitos.
- Requiere de una mayor inversión para su constitución.
- Se les exige llevar y presentar una mayor cantidad de documentos contables.
- La propiedad, el control y la administración pueden recaer en varias personas (socios).
- Presenta una mayor cantidad de restricciones al momento de querer ampliar o reducir el patrimonio de la empresa.
- Presenta una mayor dificultad para liquidarse o disolverse.

## **5.8. PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO DEL PROYECTO**

“La comercialización del servicio es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (Baca, 2010, p.52).

El programa de financiamiento comercializará un servicio orientado a niños y jóvenes para que logren terminar y pagar la totalidad del valor de la pensión, el cual maneja marketing directo, en razón que no requiere de ningún intermediario o canal de distribución para llegar a la empresa patrocinadora, ya que al manejar el programa netamente intangible la única relación que existe es Empresa – Unidad Educativa.

## **CAPITULO VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **6.1. CONCLUSIONES**

Al realizar el proyecto presento las siguientes conclusiones:

- Se determinó de acuerdo al trabajo realizado que el proyecto es factible para que los niños y jóvenes de escasos recursos puedan ser apadrinados por las empresas auspiciantes.
- De acuerdo al estudio de mercado, se concluyó que: existe una demanda potencial en crecimiento la cual está dispuesta a recibir del programa de apadrinamiento, para el financiamiento de sus estudios.
- Como resultado de la investigación realizada, se puede concluir que, la mayor demanda está constituida por niños y jóvenes que tienen un rango de edad entre 5 y 18 años, siendo estos los más atacados, por el trabajo infantil-juvenil hacia el cual va dirigido el programa de apadrinamiento.
- En la actualidad existen pocas instituciones que brinden el servicio similar al que va el programa de apadrinamiento, por lo que es muy factible su introducción al mercado.

- El programa que se ofrecerá es diferente, a los que los centros educativos tienen existentes en el mercado, debido a que promueve: mejorar la calidad de vida de los niños y jóvenes de escasos recursos económicos, y apoyo a las familias disfuncionales a través del auspicio de empresas privadas.
- Se tiene una ventaja competitiva de diferenciación, por lo que los centros que son competencia directa ofrecen actividades que difieren del proyecto que brindaría el programa de apadrinamiento, lo que se convierte en una fortaleza para el liderazgo.
- Mediante el estudio técnico se ha podido determinar que el presente proyecto está ubicado en la Unidad Educativa SS.CC. de la Concordia, por ser considerado la Unidad que tiene la demanda y baja disponibilidad de recursos.
- El programa contará con una infraestructura física funcional, en el que, se pueda brindar el servicio que requieren los niños y jóvenes y cubrir las expectativas de las familias y auspiciantes.
- El programa de apadrinamiento brindará a la Unidad Educativa un esquema administrativo sólido para su desarrollo, ya que en los próximos años la institución deberá contactarse directamente con los auspiciantes.

- Mientras mas auspiciantes (empresas privadas) logre conseguir, mas niños y jóvenes podrán estudiar en la Unidad educativa y así disminuir la lacra social que es el trabajo infantil, migración, desempleo, maltrato infantil, drogadicción, etc.

## **6.2. RECOMENDACIONES**

Para el presente proyecto se recomienda lo siguiente:

- Se recomienda implementar este proyecto, en razón que es factible como lo señalan las cartas de compromiso, además incentiva y promueve una nueva alternativa para las empresas en devolver a la sociedad en algo a mejorar la calidad de vida en los casos claramente identificados.
- Existe una aguda necesidad, de profundizar el estudio del consumidor del target definido, el mismo permitirá adoptar las mejores estrategias, que garanticen el éxito del programa, ayudándolo a tener un crecimiento que beneficie a todos los actores del proyecto.
- El plan de marketing y financiamiento que se presenta para el proyecto se debe dar un seguimiento continuo, para así poder comprobar a que se cumplan las metas y objetivos.
- Invertir constantemente en el mix promocional con el fin de lograr los objetivos planteados y lograr el posicionamiento en el nicho de mercado lo cual aportará para

obtener los ingresos y el crecimiento esperado y dotando a la institución en infraestructura y tecnología.

- Realizar una revisión del plan estratégico a los dos años de iniciadas las operaciones con el fin de verificar si se aplican las estrategias planteadas en función de la competencia y demanda.
- Realizar el mantenimiento oportuno de las instalaciones de la Unidad educativa con el fin de que estén en buen estado, para que las empresas patrocinadoras vean el uso real de su apoyo económico.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **Libros:**

- BACA U, Gabriel; Evaluación de Proyectos; Editorial Mc Graw Hill, México, 2005.
- BARRENO, Luis; Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos. Primera Edición, Quito 2007.
- KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary, Fundamentos de Marketing Mexico: Person Educación, 2003.
- KOTLER, Philip; LANE, Kevin, Dirección de Marketing, Editorial Pearson Educación, Education, Mexico 2006.
- PRADA Doris; Planificación Estratégica. Primera Edición, Bogotá 2006.

### **Legislación:**

- Normativa vigente de la LOEI,
- Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI)
- Constitución de la República del Ecuador
- Código de la Niñez y Adolescencia
- Ley Orgánica de Educación Intercultural

### **Instituciones**

- Ministerio de Inclusión Económica y Social
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos



- Banco Central del Ecuador
- Municipio de la Concordia
- Servicios de Rentas Internas

### **Páginas web**

- [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
- [www.sri.gov.ec](http://www.sri.gov.ec)
- [www.supercias.gov.ec](http://www.supercias.gov.ec)
- [www.la-gerencia.com](http://www.la-gerencia.com)
- [www.marketing-xxi.com](http://www.marketing-xxi.com)

## ANEXOS

### ANEXO 1

#### MAPA DEL SECTOR - UBICACIÓN -



## ANEXO 2

### APADRINADOS



María, de 16 Años de edad, trabaja con otros miembros de su familia en una “fábrica” de ladrillos en la Concordia. Ella esta a cargo de levantar y trincar los ladrillos.

La familia debe fabricar mil ladrillos para ganar unos \$15, un proceso que requiere dos días. Aun con el apoyo de la familia entera, la fabricación de ladrillos solamente genera lo suficiente para comprar los alimentos.



María, asistía a la escuela en la tarde cuando existía, pero al trabajar afecto a sus estudios.

“hacia mis tareas aquí en la fabrica de ladrillos, trabajo un poco y luego hago un poquito mas, y hago eso hasta que terminaba mis tareas”.

A pesar de ello, ella es una alumna motivada que sueña con ser maestra. Sin embargo si no tuviera que trabajar, dice María “pasaría el tiempo jugando a las escondidas”.



El joven Juanito trabaja en cualquier cosa, pero el joven de 15 años de edad generalmente tritura rocas, una de las formas de trabajo infantil mas comunes en la Concordia, Juan comienza alrededor de las 5 de la mañana y trabaja hasta el mediodía.

Luego asistía a la escuela, algo que su madre le insiste que haga.

Los \$3 que él se gana son usados para comprar comida para su familia.



Ian tuvo su primer día de trabajo a los 5 años de edad. Ese día aprendió a ganar dinero como recogedor de basura. Cinco años después el sigue trabando para apoyar a económicamente a su madre y sus hermanos. Ian logra ganar 50 centavos y \$2,50 al día. Lamentablemente Ian no es el único que trabaja: aproximadamente el 12% de los niños de la Concordia se ven obligados a trabajar para ayudar a sus familias.

El trabajo es duro, el se corta las manos frecuentemente y termina agotado después de tantas horas de laborar, pero Ian se siente orgulloso de su trabajo. “Yo no robo, no como otras personas que se llevan cosas de las casas sin pedir permiso. Eso esta mal. Por eso prefiero trabajar solo. Hago las cosas bien hechas” dijo él.





La vida de Erika ha sido definida por dos tragedias: la inesperada muerte de su madre y el derrame que dejo a su padre discapacitado.

Como padre soltero sin la habilidad de dedicarse a la carpintería. El padre de Erika sabia que su familia sufriría de hambre si no actuaba de inmediato. Por eso le enseno a su hija a fabricar muebles.



Tristemente, cerca de 1 de 4 niños alrededor de la concordia se dedica a trabajar.

Esto hacen los niños para apoyar económicamente a sus familias.



## ANEXO 3

### PADRINOS - EMPRESAS PRIVADAS-

#### Información del Contribuyente

Razón Social:	SINOHYDRO CORPORATION
RUC:	1792203902001
Nombre Comercial:	SINOHYDRO CORPORATION
Estado del Contribuyente en el RUC	Activo
Clase de Contribuyente	Especial
Tipo de Contribuyente	Sociedad
Obligado a llevar Contabilidad	SI
Actividad Económica Principal	CONSTRUCCION DE OBRAS HIDRAULICAS E HIDROELECTRICAS.
Fecha de inicio de actividades	29-08-2009
Fecha de cese de actividades	
Fecha reinicio de actividades	
Fecha actualización	19-03-2013

**Información del Contribuyente**

Fecha : 1

Razón Social: ANDES PETROLEUM ECUADOR LTD.

RUC: 1790749509001

Nombre Comercial:

Estado del Contribuyente en el RUC Activo

Clase de Contribuyente Especial

Tipo de Contribuyente Sociedad

Obligado a llevar Contabilidad SI

Actividad Económica Principal EXPLORACION Y EXPLOTACION DE HIDROCARBUROS EN YACIMIENTOS DE PETROLEO.

Fecha de inicio de actividades 10-06-1986

Fecha de cese de actividades

Fecha reinicio de actividades

Fecha actualización 28-06-2012

**Información del Contribuyente**

Razón Social: NESTLE ECUADOR S.A.

RUC: 0990032246001

Nombre Comercial: NESTLE ECUADOR

Estado del Contribuyente en el RUC Activo

Clase de Contribuyente Especial

Tipo de Contribuyente Sociedad

Obligado a llevar Contabilidad SI

Actividad Económica Principal ACTIVIDADES EN LA ELABORACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS.

Fecha de inicio de actividades 22-06-1964

Fecha de cese de actividades

Fecha reinicio de actividades

Fecha actualización 06-02-2013

## Información del Contribuyente

Fecl

Razón Social:	FRANK'S INTERNACIONAL ECUADOR C.A.
RUC:	0992185279001
Nombre Comercial:	FRANK'S INTERNATIONAL
Estado del Contribuyente en el RUC	Activo
Clase de Contribuyente	Especial
Tipo de Contribuyente	Sociedad
Obligado a llevar Contabilidad	SI
Actividad Económica Principal	SERVICIOS DE CORRIDA DE REVESTIMIENTO EN POZOS PETROLEROS
Fecha de inicio de actividades	04-04-2001
Fecha de cese de actividades	
Fecha reinicio de actividades	
Fecha actualización	01-11-2012

## Información del Contribuyente

Fecha : 12-06-

Razón Social:	CORPORACION FAVORITA C.A.
RUC:	1790016919001
Nombre Comercial:	SUPERMAXI, MEGAMAXI, JUGUETON, AKI, GRAN AKI, SUPERSALDOS, SUPER AKI
Estado del Contribuyente en el RUC	Activo
Clase de Contribuyente	Especial
Tipo de Contribuyente	Sociedad
Obligado a llevar Contabilidad	SI
Actividad Económica Principal	SUPERMERCADOS, VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE DIVERSOS PRODUCTOS
Fecha de inicio de actividades	30-11-1957
Fecha de cese de actividades	
Fecha reinicio de actividades	
Fecha actualización	31-05-2013

## Información del Contribuyente

<b>Razón Social:</b>	SPROCKET MARKETING
<b>RUC:</b>	1792181054001
<b>Nombre Comercial:</b>	SPROCKET MARKETING
<b>Estado del Contribuyente en el RUC</b>	Activo
<b>Clase de Contribuyente</b>	Otro
<b>Tipo de Contribuyente</b>	Sociedad
<b>Obligado a llevar Contabilidad</b>	SI
<b>Actividad Económica Principal</b>	ACTIVIDADES DE CONSULTORIA EN MARKETING.
<b>Fecha de inicio de actividades</b>	11-02-2009
<b>Fecha de cese de actividades</b>	
<b>Fecha reinicio de actividades</b>	05-11-2012
<b>Fecha actualización</b>	05-11-2012

## Información del Contribuyente

<b>Razón Social:</b>	FUNDACION JUNIOR ACHIEVEMENT ECUADOR	Fe
<b>RUC:</b>	1791763718001	
<b>Nombre Comercial:</b>	FUNDACION JUNIOR ACHIEVEMENT	
<b>Estado del Contribuyente en el RUC</b>	Activo	
<b>Clase de Contribuyente</b>	Otro	
<b>Tipo de Contribuyente</b>	Sociedad	
<b>Obligado a llevar Contabilidad</b>	SI	
<b>Actividad Económica Principal</b>	CAPACITACION A ESTUDIANTES DE NIVEL PRIMARIO, SECUNDARIO Y UNIVERSITARIO.	
<b>Fecha de inicio de actividades</b>	22-01-2001	
<b>Fecha de cese de actividades</b>		
<b>Fecha reinicio de actividades</b>		
<b>Fecha actualización</b>	24-06-2005	

## Información del Contribuyente

Fecha : 12-06-201

Razón Social: UNIDAD EDUCATIVA FE Y ALEGRIA # 3

RUC: 1391710011001

Nombre Comercial:

Estado del  
Contribuyente en el  
RUC Pasivo

Clase de  
Contribuyente Otro

Tipo de Contribuyente Sociedad

Obligado a llevar  
Contabilidad SI

Actividad Económica  
Principal ENSEÑANZA PRIMARIA GENERAL DE PRIMER NIVEL, QUE TIENE COMO OBJETIVO DOTAR A LOS ESTUDIANTES DE CONOCIMIENTOS BASICOS EN MATERIAS DE LECTURA, ESCRITURA, MATEMATICAS Y OTRAS MATERIAS.

Fecha de inicio de  
actividades 11-01-2001

Fecha de cese de  
actividades 26-03-2002

## ANEXO 4







## ANEXO 5





# ANEXO 6

**GOBIERNO MUNICIPAL DE LA CONCORDIA**  
DEPARTAMENTO FINANCIERO

**IMPUESTO PREDIAL URBANO**      TITULO DE CREDITO No.: **2012-014314-PU**

---

CONTRIBUYENTE: CONGREGACION DE LOS SAGRADOS CORAZO - RAMA HERMANOS EN ECUADOR

RUC/CC: 1791877527001      CLAVE CATASTRAL: 080850030111003000  
Dirección Domicilio:      SITIO/BARRIO: BARRIO ALIANZA  
Calle: CALLE TARQUI  
Número:

AVALUO		RUBROS	VALORES
Terrano: \$	83,098.01	Impuesto Predial Urbano: \$	317.60
Construcción: \$	234,499.19	Servicios Administrativos: \$	0.00
		Impuesto Solar No Edif: \$	0.00
		Recargo Solar No Edif: \$	0.00
Valor de la Propiedad: \$	317,597.20	Construcción Obsoleta: \$	0.00
Rebaja Hipotecaria:	0.00	Bomberos: \$	47.64
Base Imponible:	317,597.20	SEGURIDAD CIUDADANA: \$	3.00
Fecha de Emisión: 30/05/2012		TASA ADMINISTRATIVA: \$	1.00
Fecha Recaudación: 22/06/2012 11:31		VALOR EMITIDO: \$	369.24
		DESCUENTO: \$	3.18
		RECARGOS: \$	0.00
		INTERESES: \$	0.00
		<b>TOTAL A PAGAR: \$</b>	<b>366.06</b>

DIRECTOR FINANCIERO
JEFE DE RENTAS
TESORERO
RECAUDADOR

341

**GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTON LA CONCORDIA**  
DEPARTAMENTO FINANCIERO

RUC/CC: **IMPUESTO URBANO**      TITULO DE CREDITO N°: **2011-0341UR**

---

CONTRIBUYENTE: CONGRAGACION DE LOS SAGRADOS CORAZO RAMA HERMANOS EN ECUADOR

RUC/CC: 1791877527001      CLAVE CATASTRAL: 080850030111003000  
Dirección Domicilio: **LA CONCORDIA**      SITIO/BARRIO: **ALLIANZA**  
NOMBRE DEL CALLE: **TARQUI**

AVALUO		RUBROS	VALORES
Avaluo Contrucción: \$	91,124.39	Impuesto Predial Urb/Rur: \$	347.43
Avaluo Terreno: \$	256,304.50	Servicios Administrativos: \$	1.00
Otras Inversiones: \$	0.00	Seguridad Ciudadana	3.00
Valor de la Propiedad: \$	347,428.89	Bomberos: \$	52.11
Rebaja Hipotecaria:	0.00	VALOR EMITIDO: \$	403.54
Base Imponible	347,428.89	DESCUENTOS: \$	0.00
Fecha de Emisión: 01/01/2010		RECARGOS: \$	44.39
Fecha de Recaudación: 21/06/2012 10:43		INTERESES: \$	68.16
		<b>TOTAL A PAGAR: \$</b>	<b>516.09</b>

DIRECTOR FINANCIERO
JEFE DE RENTAS
TESORERO
RECAUDADOR

DIRECCION PROVINCIAL DE EDUCACION

DIVISION DE PLANEAMIENTO

RESOLUCION No. 015-DPEHE-DP  
20 de enero del 2011

LA DIRECCION PROVINCIAL DE EDUCACION HISPANA

C O N S I D E R A N D O

- QUE Mediante ofic. S/N, del 18 de enero del 2011 firmado por el P.Hilvar Loyaga Director Ejecutivo de la Unidad Educativa "Sagrados Corazones" de la concordia, solicita se deje insubsistente el acuerdo que convierte en Fiscomisional a esta institución y además el nuevo acuerdo se considere como **UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR "SAGRADOS CORAZONES "** de la Concordia, que es la razón social con la que se identificaba anteriormente.
- QUE Mediante Acuerdo No.005-DEE-DP,de fecha 2 de febrero del 2009 ,se conforma la UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISINAL "SAGRADOS CORAZONES ",conformada por el Jardín de Infante, escuela y el colegio fiscomisional "Sagrados Corazones ",ubicad en la parroquia La Unión del cantón La Concordia de la Provincia de Esmeraldas para que funcione en jornada matutina a partir del año lectivo 2009-2010.
- QUE Mediante Resolución No.045-DPEHE-DP,del 24 de Julio de 2009, se cierra la Unidad Educativa Particular Católica SANTA TERESITA, conformada mediante resolución No.046 del 24 de julio del 2008,ubicada en la ciudad y cantón la Concordia a partir del año lectivo 2009-2010.y se autorizo la creación y el funcionamiento de la jornada vespertina de la Unidad Educativa Fisco misional SAGRADOS CORAZONES, ubicada en la ciudad y cantón la Concordia, para que funcione con la escuela, el colegio con el ciclo básico y el ciclo diversificado con los Bachilleratos en Ciencias Especialización Físico-Matemático y CIENCIAS Sociales y el Bachillerato Técnico en Comercio y Administración Especialización Aplicaciones Informáticas a partir del año lectivo 2009-2010.
- QUE El Art.59 literal ( h´ ) del Reglamento General de la Ley de Educación en vigencia, faculta al señor Director Provincial de Educación, realizar este tipo de trámite; y,




## EN USO DE SUS ATRIBUCIONES


### RESUELVE

ART.1.- DEJAR INSUBSISTENTE.- el acuerdo No.005-DEE-DP, febrero 2 del 2009, donde se conformaba la **UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL "SAGRADOS CORAZONES"** conformada por el Jardín de Infante, la escuela y colegio "FISCOMISIONAL "SAGRADOS CORAZONES", con el nivel pre-primario, primario y medio, ubicado en la parroquia La Unión del cantón La Concordia de la Provincia de Esmeraldas, para que funcione en jornada matutina a partir del año lectivo 2009-2010.

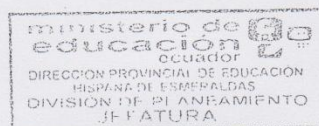
ART.2.-CAMBIAR.- de razón social de **UNIDAD EDUCATIVA FISCOMISIONAL "SAGRADOS CORAZONES "** a **UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR CATOLICA "SAGRADOS CORAZONES"** ubicada en la parroquia La Unión del cantón La Concordia de la Provincia de Esmeraldas, en jornada matutina a partir del año lectivo 2011-2012.

**COMUNIQUESE.-** En Esmeraldas a los veinte días del mes de enero del dos mil once.

  
Sec. Alfredo Banguera Estupiñán  
DIRECTOR PROV. DE EDUCACION

  
Lcdo. Darwin Ramírez Angulo  
JEFA DIVISION DE PLANEAMIENTO

DRA/mcm  
Jefe Departamento de Régimen escolar  
Jefe Departamento de Estadística  
Supervisor del sector  
Coordinador UTE No.6  
Rector del plantel  
Archivo.-





# CUERPO DE BOMBEROS LA CONCORDIA



ACUERDO MINISTERIAL N°. 1222  
R.U.C. 1768112930001  
ENTIDAD 034 – UNIDAD EJECUTORA 0166 – GEOGRAFICO 2301  
E-MAIL: [cblaconcordia@hotmail.com](mailto:cblaconcordia@hotmail.com)  
LA CONCORDIA - ECUADOR

**TELEFONO DE EMERGENCIA:**  
022 725 114 / 102  
Cel: 083519278

**PERMISO N° 1063**

EL SR. LOYAGA MENDEZ HILVAR ARCESIO (REP. LEGAL).

RUC. O C. I: 0891716508001.

RAZON SOCIAL: **UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR CATOLICA  
"SAGRADO CORAZONES".**

DIRECCIÓN: **LA CONCORDIA, CALLE TARQUI Y MANABI.**

Ha cumplido con los requisitos indispensables impuestos por el Departamento de Prevención Contra Incendios y por lo consiguiente se le otorga este respectivo:

## **PERMISO DE FUNCIONAMIENTO**

CORRESPONDIENTE AL AÑO:

**2012**

De acuerdo al artículo 35 de la Ley de Defensa Contra Incendios - Secretaría Técnica de Gestión de Riesgos.

Valido hasta el 31 de Diciembre del 2012

La Concordia, 23 de Julio del 2012

PRIMER JEFE DEL CBLC



SECRETARIA. DEL CBLC

DIREC: LA CONCORDIA BAY- PASS VIA LA ABUNDANCIA- PUERTO QUITO  
TELEFONOS: 2725-559 / 2727-235





Colegio



## NOTARIA UNICA CANTON PUERTO QUITO

*DR. MARCO ALBÁN NÚÑEZ*  
**NOTARIO**

TERCERA COPIA CERTIFICADA

ESCRITURA DE:  
COMPRAVENTA

OTORGADA POR:  
LA DIÓCESIS DE SANTO DOMINGO DE  
LOS COLORADOS

A FAVOR DE:  
LA CONGREGACIÓN DE LOS SAGRADOS  
CORAZONES / RAMA HERMANOS EN ECUADOR

CUANTÍA: 3.811,73 USD.

PUERTO QUITO, 15 DE JULIO DEL 2008

NOTARIA UNICA



PUERTO QUITO  
Dr. Marco Albán Núñez

**REGISTRO DE LA PROPIEDAD Y MERCANTIL DEL CANTON QUININDE**  
**Razón de Inscripción**

Con esta fecha y bajo la partida Nro. 1677 del libro REGISTRO DE PROPIEDADES del Cantón, queda inscrita la presente escritura de COMPRAVENTA que otorga la Diócesis de Santo Domingo de los Colorados, a favor de LA CONGREGACIÓN DE LOS SAGRADOS CORAZONES / RAMA HERMANOS EN ECUADOR, de un lote de terreno de 2.267,34 metros cuadrados de cabida, ubicado en el cantón LA CONCORDIA, provincia de Esmeraldas.-

Matriculas asignadas.-

CON00000051

Clave Catastral.-

0501019001

Se anotó en el libro Repertorio con el número 2797.

ROSA ZARATE, Martes, 29 de Julio de 2008, 17:27:39

RESPONSABLE.-  
SORAYA MENDOZA



Dr. Franco José León  
Registrador



48102

**REGISTRO DE LA PROPIEDAD  
- Cantón Santo Domingo -****CERTIFICADO DE GRAVAMENES**SAD-54042  
14/05/2008**TITULAR:** DIOCESIS DE SANTO DOMINGO

**EL INFRASCRITO REGISTRADOR DE LA PROPIEDAD DEL CANTÓN CERTIFICA QUE:** Revisados los índices de gravámenes, desde la fecha de inscripción hasta la presente para ver las hipotecas, embargos, prohibiciones de enajenar y más limitaciones que afecten al lote de terreno, de la superficie de dos mil doscientos sesenta y siete metros cuadrados treinta y cuatro decímetros cuadrados, ubicado en la vía Quinindé, entre los kilómetros ciento sesenta y nueve y ciento setenta este cantón, de propiedad de la **DIOCESIS DE SANTO DOMINGO**, adquirido por compra al Consejo Gubernativo de los Bienes Arquidiocesanos de Quito, mediante escritura pública celebrada el seis de diciembre del dos mil siete, ante el Notario Dr. Edgar Pazmiño, inscrita el catorce de mayo del dos mil ocho, se encuentra: **1.-** Que los linderos del inmueble son; **NORTE:** con la calle sin nombre, en cuarenta y un metros noventa centímetros; **SUR:** con calle sin nombre, en cuarenta y tres metros con sesenta y cinco centímetros; **ESTE:** con calle Tarqui, en cincuenta y tres metros; **OESTE:** propiedad particular, en cincuenta y tres metros. **2.-** Que contra este inmueble no existe gravamen hipotecario, embargo, prohibición de enajenar, ni esta en poder de tercer poseedor o tenedor inscrito, como arrendatario, acreedor anticrético, etc.. Santo Domingo, a catorce de mayo del dos mil ocho, las doce horas.-

Responsable: EDUARDO LOAIZA



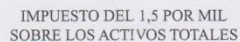
DR. JOSE GARCIA PUMA

REGISTRADOR

R.U.C. 1701806158001

**ESPECIE VALORADA 30 Cts.****LABOR OMNI VENCIT****Ibarra S/N entre 3 de Julio y 29 de Mayo. Telf 02-274-1211 / 02-276-8202**





## DIRECCION FINANCIERA

No 0000266

## TITULO DE CREDITO

EMITIDO POR: RENTAS

CONTRIBUYENTE:			DIRECCION:			TIPO DE ACTIVIDAD:		
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR CATOLICA			CALLE TARQUI Y MANABI			ENSEÑANZA PRIMARIA GENERAL		
RAZON SOCIAL:			AÑO:		PERIODO QUE PAGA:		AÑO BALANCE:	
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR CATOLICA "SAGRADA			2012		desde: 01/01/2012		2011	
TOTAL ACTIVO: \$60.428,49			TOTAL PASIVO CORRIENTE: \$1.161,72		hasta: 31/12/2012			
BASE IMPONIBLE: \$			PARTIDA			DENOMINACION		
153.280,77						VALOR A COBRAR		
						Imp. Anual		
RUC 0894716503001								
22 8 2012			1.02.07.000.9			IMPUESTO 1,5 POR MIL \$ 79,89		
dia mes año			1.01.00.000.9			SERV. ADMINISTRATIVOS \$ 1,00		
EMISION						\$ -		
			SUBTOTAL			\$ 80,89		
22 8 2012			INTERESES			\$ 2,39		
dia mes año			MULTA			\$ 2,45		
RECAUDACION								
TOTAL COBRADO						\$ 85,73		
JEFE DE RENTAS			DIRECTOR FINANCIERO			TESORERO		



**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO  
MUNICIPAL DEL "CANTÓN LA CONCORDIA"**

DIRECCIÓN FINANCIERA

## TÍTULO DE CRÉDITO

№ 0002108

CONCEPTO O RUBRO:		PATENTE MUNICIPAL		EMITIDO POR:		RENTAS	
RAZÓN SOCIAL:		DIRECCIÓN:		TIPO DE ACTIVIDAD:		ENSEÑANZA PRIMARIA GENERAL DE PRIMER NIVEL	
CONTRIBUYENTE:		AÑO:		DETALLE:		CAPITAL EN GIRO Y BASE IMPONIBLE \$ 53.360,77 DOLARES	
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR CATOLICA		LA CONCORDIA CALLE TAPOLY Y MANUEL					
UNIDAD EDUCATIVA PARTICULAR CATOLICA SAGRADO							
CONTRIBUYENTE	Cédula o RUC:			2894718508001			VALOR A COBRAR
	22/08/12 16:02			PARTIDA			
	día mes año			DENOMINACIÓN			
	EMISIÓN			MUNICIPAL DEL CANTÓN			\$ 532.61
				LA CONCORDIA			\$ 1.00
				SERV. ADMINISTRATIVOS			\$ 533.61
				SUBTOTAL			\$ 16.31
	día mes año			INTERESES			\$ 63.97
	RECAUDACIÓN			MULTA			\$ 613.83
	SON: CIENTO TRECE DOLARES CON CINCUENTA Y TRES CTS			TOTAL COBRADO			
POR PRIMERA VEZ- OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD							
JEFE DE RENTAS			DIRECTOR FINANCIERO			TESORERO	



## **ANEXO 7**

### **CONVENIO**

#### **CARTA COMPROMISO**

En los barrios marginados de la Concordia, muchos padres no saben leer y trabajan demasiado, simplemente luchando por sobrevivir. Ellos a menudo ven la educación como un impedimento, en vez de una mejora, en la vida de sus hijos. Como resultado, sus hijos luchan por pasar sus clases y hasta pueden abandonar la escuela del todo.

Sin embargo la actitud hacia la educación está cambiando porque niños apadrinados motivados que benefician del pago de matrículas, útiles y uniformes escolares, reforzamiento escolar y clases preparatorias están siendo un buen ejemplo para sus familiares y comunidades.

Espero que todos los niños apadrinados sigan un ejemplo de superación y aprovechen al máximo el apadrinamiento, para que también ellos puedan comprobar que la educación sin duda vale la pena.

El programa ha identificado miles de niños extremadamente pobres mendigando en la calle, solos, hambrientos, enfermos y muriendo de enfermedades que fácilmente podríamos prevenir.

Pero hay esperanza. Porque cuando usted se convierte en padrino, usted cambiará por completo la vida de un niño.

Sus contribuciones de apadrinamiento proveerán a su niño:

- Apoyo educacional
- Uniformes, útiles escolares
- Asistencia familiar ¡y más!

A cambio, usted recibirá cartas personales, fotos actuales y, por supuesto, el cariño y la gratitud de su niño apadrinado. Y ahora usted podrá descubrir sin costo, sin riesgo y sin obligación si el apadrinamiento es lo ideal para usted.

La misión del programa es producir un cambio real y duradero en las vidas de los niños que viven en la pobreza. En colaboración con nuestros contribuyentes, reducimos su lucha diaria, invertimos en su potencial y les proveemos la oportunidad de crecer sanos, educados y preparados para salir adelante y contribuir a la sociedad.

El programa debe ser una entidad caritativa altamente calificada, dispuesta proporcionar ayuda a los niños y sus familias que luchan contra la pobreza extrema.

Hoy, a través del Programa de Apadrinamiento se puede ayudar a niños de la Concordia.

Con su apoyo, podemos seguir ayudando a que los niños pobres rompan el círculo de la pobreza y se conviertan en adultos sanos, educados y autosuficientes.

Sólo complete el formulario en esta página y enseguida le enviaremos la foto e historia familiar de un niño o niña que necesita con urgencia de su afecto y ayuda. Luego, si usted

decide convertirse en padrino, su contribución será de tan sólo \$72 al mes. Eso equivale a \$2.40 por día.

Usted no está obligado a nada, pero creemos que una vez que haya leído más sobre este niño singular, usted deseará formar parte de la familia de padrinos del Programa.

Dentro de seis a ocho días usted recibirá la información, incluyendo la foto e historia familiar, de un niño o niña singular que necesita su cariño y apoyo.

Lea sobre su niño, observe su foto y descubra cómo usted puede cambiar la vida de él o ella.

Luego, si usted decide convertirse en padrino, su contribución será de tan sólo \$72 al mes.

Usted puede utilizar el formulario en su paquete informativo para enviar su primera contribución de apadrinamiento. O lo puede depositar en la cuenta #... de a nombre de Programa de Apadrinamiento del banco:...

Gracias nuevamente por su interés en hacer la diferencia en la vida de un niño necesitado. Esperamos saber de usted pronto una vez que haya decidido si el apadrinamiento es ideal para usted.

Como organización humanitaria sin ánimo de lucro, buscamos ayudar a que los niños alrededor de la concordia superen los obstáculos de la pobreza para que se conviertan en ciudadanos sanos, educados y autosuficientes.

Esta meta es alcanzada principalmente mediante el apadrinamiento de niños, el cual une a niños de escasos recursos con padrinos individuales que desean abordar las necesidades básicas e inmediatas de los niños, y les brinda las herramientas y las oportunidades que necesitan para salir adelante.

Para determinar el flujo descontado de la tasa mayor se multiplica el flujo generado por el factor de acumulación de la tasa mayor; mientras que, para obtener el flujo descontado de la tasa menor se multiplica el flujo generado por el factor de acumulación de la tasa menor.

## **ENTREVISTA**

¿Sobre lo expuesto la empresa que usted dirige se involucraría en el programa de apadrinamiento como auspiciante?

¿La empresa podría apadrinar un niño y/o joven de escasos recursos?

¿Por cuánto tiempo la empresa estaría dispuesta a apadrinar a niño y/o joven?

¿Puede apadrinar a más de niño y/o joven?

¿Conoce usted los beneficios que tiene para la empresa la responsabilidad social?

¿El valor promedio esta en 70 y 80 dólares mensuales le parece un valor razonable para invertir en el programa?

Pagos o Aportes ¿Qué opción de pago es la más apropiada para la empresa que usted dirige?

¿De que otra forma la empresa esta dispuesto a apadrinar a un niño y/o joven de escasos recursos para que pueda terminar sus estudios en la Unidad Educativa SS.CC?

**TERMINA LA ENTREVISTA**

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**