PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA LA FUNDACIÓN AGS ESTUDIOS GLOBALES ANDINOS, EMPRESA DEDICADA A LA ENSEÑANZA DE ESPAÑOL PARA EXTRANJEROS QUE OPERA EN LA CIUDAD DE QUITO

DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

ISABEL CRISTINA ZURITA DÁVILA

DIRECTOR: ING. JUAN CARLOS LA TORRE

NOVIEMBRE, 2011

DIRECTOR DE DISERTACIÓN:

Ing Juan Carlos La Torre

INFORMANTES:

Msc. Felicita Maldonado

Mba. Roberto Sánchez

DEDICATORIA

A ti mi ángel por guiarme desde arriba, y ser mi fuerza en los momentos que más te he necesitado, te dedico este nuevo logro en mi vida, a ti, por ser mi mejor ejemplo de lucha, la mejor madre y una gran mujer

Tu Principesa

AGRADECIMIENTO

A mi padre, por sus sabios y oportunos consejos, por ser mi apoyo incondicional y mi mejor amigo.

A mis hermanos por su infinito cariño

A mi mejor amiga, Lu, como una hermana por todo su apoyo durante este proceso.

A Andrés, por todo su apoyo, por su paciencia inagotable y sus palabras de aliento.

A Agustin y a AGS, por ser diariamente una fuente de aprendizaje, que fomenta e incentiva mi crecimiento profesional.

A mi director e informantes por su excelente labor y ayuda a lo largo del camino, revisando cada detalle, para hacer de esta tesis una fuente de satisfacción personal.

Bela

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN, 1

1. **ECUADOR COMO DESTINO TURÍSTICO PARA EL ESTUDIO DE ESPAÑOL, 3**
   - **1.1.** DESTINOS TURÍSTICOS EN ECUADOR, 3
     - **1.1.1. Destinos Naturales del Ecuador, 6**
     - **1.1.2. Destinos Turísticos Culturales del Ecuador, 24**
   - **1.2.** RIQUEZA CULTURAL DEL PUEBLO ECUATORIANO, 24

2. **ANDEAN GLOBAL STUDIES, 32**
   - **2.1.** DESCRIPCIÓN HISTÓRICA DE ANDEAN GLOBAL STUDIES, 32
   - **2.2.** ESTRUCTURA DE ANDEAN GLOBAL STUDIES, 34
   - **2.3.** ANÁLISIS FINANCIERO, 35
     - **2.3.1. Análisis de Ingresos de AGS, 45**
     - **2.3.2. Matriz BCG de acuerdo a las ventas del año 2010, 49**
   - **2.4.** DESCRIPCIÓN DE LOS PROGRAMAS OFERTADOS, 50
   - **2.5.** ANÁLISIS ESTADÍSTICO DEL MERCADO ACTUAL DE AGS, 57
   - **2.6.** METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA, 62
     - **2.6.1. Clases Grupales, 62**
     - **2.6.2. Clases Individuales, 63**
     - **2.6.3. Clases Online, 63**

3. **ANÁLISIS DEL ENTORNO, 65**
   - **3.1.** ANÁLISIS DEL MACRO ENTORNO DE AGS, 65
   - **3.2.** ANÁLISIS DEL MICRO ENTORNO DE AGS, 77
     - **3.2.1. Amenaza de los Nuevos Competidores, 78**
     - **3.2.2. Rivalidad entre los Competidores Existentes, 78**
     - **3.2.3. Amenaza de Productos y Servicios Sustitutos, 79**
     - **3.2.4. Poder de Negociación de los Proveedores, 80**
     - **3.2.5. Poder de Negociación de los Clientes, 80**

4. **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, 82**
   - **4.1.** INVESTIGACIÓN CUALITATIVA, 82
   - **4.2.** RESUMEN DE LAS ENTREVISTAS, 96
   - **4.3.** ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA DE AGS, 97
   - **4.4.** ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE AGS Y LA COMPETENCIA, 100
     - **4.4.1. Análisis de Precios, 100**
   - 4.5. INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA, 107
     - 4.5.1. **Calculo de la Muestra, 110**
     - 4.5.2. **Análisis de Resultados de la Encuesta, 113**
       - 4.5.2.1. Tabla no. 8 Rango de Edades, 114

4.5.2.2. Grafico no.18 Edad, 114
4.5.2.3. Tabla no. 10 Genero, 115
4.5.2.4. Grafico no. 19 Genero, 115
4.5.2.5. Tabla no. 11. Nacionalidades, 116
4.5.2.6. Grafico no. 20 Nacionalidad, 117
4.5.2.7. Tabla no. 12 Motivo de visita a Ecuador, 117
4.5.2.8. Grafico no. 21 Motivo por el cual visita Ecuador, 118
4.5.2.9. Tabla no. 13. Conocimientos previos del idioma, 118
4.5.2.10. Grafico no. 22 Conocimientos previos del idioma español, 119
4.5.2.11. Tabla no. 14 Nivel de conocimientos previos, 119
4.5.2.12. Grafico no. 23 Nivel previo de español, 120
4.5.2.13. Tabla no. 15 # de pasajero que estudian español al momento, 120
4.5.2.14. Grafico no. 24 Estudian al momento español en Quito, 121
4.5.2.15. Tabla no. 16. Escuelas, 122
4.5.2.16. Grafico no. 25 ¿En qué escuela estudian o estudiaron?, 123
4.5.2.17. Tabla no. 17 ¿Porque medio conocieron la escuela?, 123
4.5.2.18. Grafico no 26 ¿Cómo conocieron de la escuela de español en la que estudian o estudiaron?, 124
4.5.2.19. Tabla no. 18 ¿Han estudiado antes en la misma escuela?, 125
4.5.2.20. Grafico no 27 ¿Han estudiado antes en la misma escuela?, 125
4.5.2.21. Tabla no. 19 Tiempo de estudio de español durante la estadía, 126
4.5.2.22. Grafico no. 30 ¿Cuánto tiempo de la estadía en Ecuador dedican al estudio de español?,126
4.5.2.23. Tabla no. 20. Horas diarias de estudio,127
4.5.2.24. Grafico no. 31 ¿Cuantas horas al día, durante su estadía en Ecuador dedican al estudio de español?, 127
4.5.2.25. Tabla no. 21. Porque escogieron la escuela, 128
4.5.2.26. Grafico no. 32 ¿Porque motivo escogieron la escuela donde estudiaron o estudian español dentro de la ciudad de Quito?, 128
4.5.2.27. Tabla no. 22. Que les gusto más de la escuela, 129
4.5.2.28. Grafico no 33 ¿Que les gusto más acerca de la escuela donde estudiaron o estudiaron español dentro de la ciudad de Quito?, 129
4.5.2.29. Tabla no. 23. Parte más interesante de estudiar en Ecuador, 130

4.5.2.30. Grafico no 34 ¿Cual consideran que ha sido la parte más interesante de su experiencia al estudiar español en Quito?, 131
4.5.2.31. Tabla no. 24. Porque escogieron a Ecuador como destino para estudiar, 132
4.5.2.32. Grafico no 35. ¿Porque escogieron Ecuador como un destino para el estudio del idioma español?, 132
4.5.2.33. Tabla no. 25. Recomendarían la escuela?, 133
4.5.2.34. Grafico no 36 ¿Recomendarían la escuela en al que estudian o estudiaron a futuros viajeros?133
4.6. RESUMEN DE LAS ENCUESTAS, 134
4.7. ESTIMACIÓN DE LA OFERTA Y LA DEMANDA, 135

5. **FODA, 140**
5.1. ANÁLISIS FODA DEL ECUADOR, 141
5.2. ANÁLISIS FODA DE AGS, 179
5.2.1. Matriz FODA Cruzada, 209
5.3. RESUMEN Y MÉTODO UTILIZADO, 211

6. **PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING DE ANDEAN GLOBAL STUDIES, 212**

6.1. MISIÓN, 212
6.2. VISIÓN, 213
6.3. VALORES CORPORATIVOS, 213
6.4. OBJETIVOS, 214
6.5. SEGMENTACIÓN, 214
6.5.1. Diagrama de Segmentos Fijos y Móviles, 215
6.5.1.1. Segmento Fijo, 215
6.5.1.2. Segmento Móvil 1 – Jubilados, 216
6.5.1.3. Segmento Móvil 2 – Estudiantes Médicos, 217
6.5.1.4. Segmento Móvil 3 – Voluntarios, 218
6.5.1.5. Segmento Móvil 4 – Baile, 218
6.5.1.6. Segmento Móvil 5 – Familias, 219
6.6. ESTRATEGIAS DE MARKETING, 220
6.6.1. Estrategias de Diferenciación a través de la marca, 220
6.6.1.1. Estrategia de Diferenciación Traveling Classroom, 220
6.6.1.2. Estrategia de Diferenciación mediante programa médico, 221
6.6.1.3. Creación de uniformes para el personal, 222
6.6.1.4. Utilización de LOGO de Andean Global Studies, 222
6.6.1.5. Utilización de aroma para identificar a AGS, 225
6.6.1.6. Utilización de material promocional para la escuela, 226

6.6.1.6.1. Ejemplos de artículos en venta de AGS, 227
6.6.2. **Estrategias de Crecimiento, 228**
6.6.2.1. Estrategia de Integración Horizontal, 228
6.6.2.2. Búsqueda y atracción de nuevos usuarios, 229
6.6.2.3. Estrategia de Desarrollo de los productos para mercados actuales, 231
6.6.3. **Estrategias competitivas, 233**
6.6.4. **Estrategias de Expansión, 234**
6.7. ESTRATEGIA DE MARKETING MIX PARA AGS, 235
6.7.1. **Producto, 235**
6.7.1.1. Spanish & Salsa, 235
6.7.1.2. Spanish to Rejuvenate, 236
6.7.1.3. Family Learning, 236
6.7.1.4. Spanish & Volunteer, 237
6.7.1.5. Medical Spanish, 237
6.7.1.6. Diagrama de Flujo de recepción de nuevos estudiantes, 238
6.7.2. Precio, 240
6.7.2.1. Spanish & Salsa, 241
6.7.2.2. Spanish to Rejuvenate, 242
6.7.2.3. Family Learning, 243
6.7.2.4. Precio de horas individuales, 244
6.7.2.5. Precio de horas grupales, 244
6.7.3. Plaza, 245
6.7.3.1. Diagrama No.1 – Distribución espacial de AGS, 247
6.7.3.2. Galería de Imágenes de Andean global Studies, 248
6.7.3.3. Factor Humano de Andean Global Studies, 250
6.7.4. Promoción, 251
6.7.4.1. Promoción de tours con precios para estudiantes, 252
6.7.4.2. Congelamiento de precios, 252
6.7.4.3. Tours gratis, 253
6.7.4.4. Publicidad variada en diversos medios, 253
6.8. CRONOGRAMA, 256
6.9. PRESUPUESTO, 257
6.9.1. **Presupuesto de aplicación para el Plan de Marketing, 257**
6.9.2. **Presupuesto de ventas con la aplicación del Plan de Marketing, 262**
6.9.2.1. Presupuesto de ventas VS. Costos antes de aplicación de plan de Marketing, 264
6.9.2.2. Presupuesto de ventas con plan de marketing aplicado, 268

7. **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, 272**
7.1. CONCLUSIONES, 272

7.2. RECOMENDACIONES, 274

8. **BIBLIOGRAFÍA, 276**
9. **ANEXOS, 277**

RESUMEN EJECUTIVO

La presente disertación consiste en la elaboración de un Plan de Marketing para la empresa Andean Global Studies, dedicada a la enseñanza del idioma español a estudiantes extranjeros de diferentes nacionalidades.

El objetivo central es investigar el mercado actual para poder sugerir a la empresa nuevos métodos para conseguir clientes específicamente.

Se pretende orientar a la empresa hacia su crecimiento tanto tangible como intangible, comprometiéndola con brindar servicios de calidad.

Para conseguir los objetivos propuestos por la presente disertación, se ha realizado una investigación tanto de fuentes primarias como secundarias, la cual se la ha plasmado dentro de 6 capítulos debidamente estructurados.

Los capítulos que comprende la presente disertación han sido organizados según un orden lógico y de relevancia para la comprensión del lector.

Dentro del primer capitulo se puede encontrar información sobre Ecuador, de relevancia para esta investigación pues ayuda a comprender un poco mas, porque los turistas extranjeros escogen a este país como un destino para realizar sus estudios de español.

El segundo capítulo cuenta con toda la información relevante de la empresa, tal como su historia, la descripción de sus servicios, información interna de organización de personal y datos financieros de la misma.

El tercer capítulo realiza el análisis del macro y del micro entorno en el que se desenvuelve la empresa, el cual resulta de gran importancia para conocer cuáles son las barreras que Andean Global Studies debe enfrentar para continuar con su crecimiento.

Dentro del cuarto capítulo se realiza la investigación del mercado, lo cual lo convierte en uno de los capítulos más importantes puesto que de aquí saldrán los datos necesarios para poder realizar las propuestas que planteara el Plan de Marketing para la empresa.

El quinto capítulo corresponde al análisis FODA tanto del país como de la empresa misma, mediante este análisis se podrá determinar cuáles son los puntos más fuertes de AGS, los cuales deberá seguir alimentando y en que aspectos necesita mejorar para poder convertirse en la empresa líder del mercado ecuatoriano en cuanto a clases de español para extranjeros se refiere.

El 6to capitulo representa en concreto la propuesta de Plan de Marketing realizada por la presente disertación para la empresa Andean Global Studies, dentro de este capítulo se analizan los aspectos de identidad de marca, creación de la visión y misión de la empresa, y el planteamiento concreto de los objetivos y sus estrategias a seguir.

El capítulo 6 conlleva todos los aspectos referentes a la propuesta de marketing mix para la empresa y los presupuestos de ventas que corroboran la efectividad de la misma.

INTRODUCCIÓN

El fenómeno de la globalización, la desaparición de las fronteras, el avance tecnológico, la necesidad de aprender más de nuevas culturas, etc. ha transformado el modo de ser y estar-en-el-mundo y los diferentes individuos, comunidades y grupos sociales se han visto concernidos dentro de este proceso integrador de la humanidad. La comunicación, el uso de la información, las redes sociales y hasta las relaciones interpersonales se han visto afectadas por el fenómeno antes mencionado; la percepción de *"el otro"* ya no se limita al contacto físico de las personas sino que existen realidades virtuales en las cuales el individuo puede expresar sus opiniones, publicar emociones y sentimientos, charlar, y compartir sin tener que salir del lugar en donde se encuentra.

Es así que la desaparición de algunas lenguas / idiomas y la fuerza que van adquiriendo otras, tales como el inglés o el español, ha ocasionado que los motivos de viaje de los turistas se vean afectados, si bien anteriormente los motivos principales incluían el gozo y descanso, mientras que hoy en día se suma un motivo más a la lista el cual es el aprendizaje de un nuevo idioma en su país de origen, creando así una nueva experiencia de viaje que incluye turismo y educación.

Justamente el devenir del mundo actual ha hecho mucho más patente la necesidad y deseo de conocer diferentes idiomas, culturas, cosmovisiones, personas, por motivos financieros, de trabajo, o solamente por el gusto de conocer y es en esta problemática que fundaciones como AGS toman parte y protagonismo puesto que ofertan al mercado extranjero la posibilidad de expandir los horizontes personales y sumergirse dentro de la diversa riqueza de la cultura ecuatoriana; es así que clases de español combinadas con diversas actividades turísticas y culturales permiten que la experiencia sea asimilada no solamente en un plano académico sino también en el plano vivencial.

Pero pese a estos antecedentes y al ser el Ecuador un excelente destino para el aprendizaje de español por sus costos, clara pronunciación, flexibilidad y diversidad turística entre otros, no ha logrado explotar la oferta de los servicios de enseñanza de español como una opción más a atraer a más turistas y estudiantes en general, es así que se propone el siguiente estudio de mercado para ayudar a determinar los mercados actualmente explotados y como mantenerlos así también como identificar los mercados vírgenes y como atraerlos.

1. ECUADOR COMO DESTINO TURÍSTICO PARA EL ESTUDIO DE ESPAÑOL

Para este primer capítulo se realizo una entrevista a la señorita Ana Lucia Guevara quien es Ingeniera en Gestión turística y preservación ambiental, quien nos comenta que "Turismo es la acción de un individuo o un grupo de personas de desplazarse hacia un destino diferente de su entorno habitual con fines lúdicos o de ocio por un periodo menor a un año"

1.1. Destinos turísticos en Ecuador

El Ecuador es un país multiétnico, biodiverso y pluricultural características adquiridas gracias a la presencia de climas variados y condiciones especificas de su ubicación, las cuales como resultado lo hacen uno de los 17 países mega diversos del planeta, así como también las diferentes culturas y nacionalidades indígenas asentadas en el territorio ecuatoriano.

Las 4 regiones del Ecuador tienen atractivos naturales y culturales que llaman la atención de propios y extraños.

El Ecuador cuenta con 35 aéreas protegidas divididas en Parques Nacionales, Reservas de Producción Faunística, Reservas Ecológicas y Áreas Recreacionales, y entre los destinos turísticos que el Ecuador ofrece podemos encontrar a los siguientes atractivos turísticos reconocidos mundialmente:

- Galápagos

  Anexadas a Ecuador el 12 de febrero del año 1983, conforman uno de los atractivos turísticos más importantes que el país tiene por ofrecer, conformada por 18 islas las cuales son: San Cristóbal, Santa Fe, Genovesa, Rábida, Floreana, Plaza Sur, Baltra, Santa Cruz, Seymour Norte, Marchena, Pinzón, Bartolomé, Santiago, Pinta, Isabela, Fernandina, Wolf, Darwin, albergan diferentes especies marinas y terrestres que son únicas en la zona, tal es el ejemplo de la tortuga gigante Galápagos, la cual lleva el mismo nombre de las Islas, las mismas que serán explicadas a mayor profundidad más adelante.

- Ruta del Spondylus

  Llamada anteriormente la "Ruta del Sol", la Ruta del Spondylus recorre los paraísos marinos del Ecuador, desde los bosques nublados al noroeste de Quito hasta Guayaquil por las costas de Esmeraldas, Manabí y Guayas, este recorrido por la costa tropical del Ecuador está

lleno de actividades de aventura, playas, acantilados, bahías, parques nacionales y naturaleza. Es sin duda uno de los escenarios turísticos más importantes del país.

- La avenida de los volcanes

Denominada así por el científico alemán Alexander Von Humbolt, comprende las Cordilleras Oriental y Occidental que atraviesan la Sierra Ecuatoriana, desde la provincia del Carchi al Norte, hasta la provincia de Loja al Sur.

- Amazonía

La Amazonía es uno de los lugares más importantes no solo del Ecuador sino del mundo entero, ya que es considerada el pulmón del planeta debido a la riqueza de flora que habita esta zona.

La amazonía ecuatoriana es un lugar mágico, lleno de lugares encantados, la selva con su inmensidad y riqueza de flora y fauna, así como también culturas ancestrales.

1.1.1. Destinos naturales del Ecuador

Los destinos naturales del ecuador son varios, caracterizados por su fauna y su flora, tal es el caso de las famosas Islas Encantadas (Galápagos) y la Amazonia ecuatoriana, así como también por la belleza y variedad de sus playas por el lado de la costa y la majestuosidad de los Andes en la Sierra.

El ecuador cuenta con la ventaja única de poder ofrecer a los viajeros propios y extraños 4 mundos diferentes: la costa, los andes, la amazonia y Galápagos, a tan solo pocas horas de distancia si se habla de viajar por la vía terrestre y en el caso de volar, en tan solo minutos el turista puede disfrutar de un glorioso amanecer al pie de una montaña y terminar su día con una velada frente al mar.

La región costa está dividida en 7 provincias: Esmeraldas, Manabí, Guayas, Santa Elena, Santo Domingo de los Tsáchilas, Los Ríos y El Oro, cada una con atractivos naturales y culturales propios que merecen la pena conocer, las playas, bosques de manglares, pueblos de pescadores, nacionalidades indígenas, afro ecuatorianos y montubios, montes y ciudades costeras brindan la oportunidad de disfrutar de paisajes únicos y vivir experiencias diversas.

Desde las playas de la Provincia de Esmeraldas con el pueblo afro ecuatoriano y la Marimba, pasando por las bellísimas playas de la Provincia de Manabí y sus culturas milenarias, la cosmopolita, moderna y hermosa ciudad de Guayaquil en la Provincia del Guayas, las playas de Olón, Ballenita y Salinas en Santa Elena, el Pueblo Tsáchila en Santo Domingo y las haciendas cafeteras, cacaoteras y bananeras en las provincias de los Ríos y el Oro, la región Costa brinda un sinnúmero de atractivos dignos de conocer, admirar, proteger y disfrutar.

La región Sierra, dividida en 10 provincias: Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Bolivar, Chimborazo, Cañar, Azuay y Loja, custodiadas por la Cordillera Oriental y la Cordillera Occidental, conocida gracias al científico alemán Alexander Von Humboldt como la Avenida de los Volcanes, esta región del Ecuador brinda un espectáculo incomparable a propios y extraños. Majestuosos volcanes y montañas, valles ricos en producción agrícola y ganadera, lagunas, lagos, ríos, vertientes y cascadas dignas de admiración, alta biodiversidad de flora y fauna endémicas y culturas indígenas diversas son algunos de los atractivos que ofrece esta región.

De acuerdo a la entrevista realizada a Ana Lucia Guevara, quien es ingeniera en Gestión turística y preservación ambiental entre los atractivos turísticos más importantes de la Sierra se pueden mencionar: la Reserva Ecológica el Ángel en la Provincia del Carchi, los lagos, indígenas otavaleños y el Taita Imbabura en la Provincia de Imbabura, la ciudad de

Quito, Patrimonio Cultural de la Humanidad, Mindo, Cayambe y la Mitad del Mundo en la Provincia de Pichincha, El Parque Nacional Cotopaxi, el Quilotoa, los mercados indígenas de Pujilí, Saquisilí, Tigua y Zumbahua en la Provincia de Cotopaxi, Ambato, Baños de Agua Santa y la Ruta de las cascadas en Tungurahua, la ciudad de Guaranda con su carnaval en la Provincia de Bolívar, El Majestuoso Chimborazo, la ciudad de Riobamba, Alausí, la Nariz del Diablo y las lagunas de Ozogoche en la Provincia de Chimborazo, La Iglesia de Biblían, la ciudad de Azogues y las famosas cascaritas en la Provincia de Cañar, la bellísima ciudad de Cuenca, el Parque Nacional Cajas, los valles de Gualaceo y Chordeleg en la Provincia del Azuay, y finalmente la ciudad de Loja, el valle de Vilcabamba, el bosque Petrificado de Puyango y la Reserva Ecológica Podocarpus en la Provincia de Loja.

La región de la Amazonía comprende las provincias de: Sucumbíos, Napo, Pastaza, Orellana, Morona Santiago y Zamora Chinchipe, la riqueza natural y cultural de esta región es de suma importancia.

Los árboles que ofrecen excelentes maderas: cedro, laurel, puca, caspi, chisputocota, capirona, guayacán, tagua y más variedades. Entre los minerales abundan el oro, la plata, el petróleo. Las plantas medicinales son utilizadas por los pueblos ancestrales que habitan esta región.

Según los datos proporcionados por Ana Lucia, existen ocho mil especies de plantas medicinales, 85 especies de peces, 47 anfibios y reptiles, 95 aves y 80 especies de mamíferos en peligro de extinción.

Dentro de los destinos naturales más importantes del Ecuador podemos encontrar a:

- Parque Nacional Galápagos

  El archipiélago de Galápagos o de Colon es conocido por su variedad en especies marinas únicas en la zona y en el mundo, siendo la más importante la tortuga gigante que toma el nombre de las islas Galápagos, y cuyo promedio de vida es de 150 años aproximadamente, así también como variedad de especies de iguanas, lobos marinos, y aves características de la zona, las cuales constituyen el mayor interés para turistas y científicos.

  "Se destacan pingüinos, que viven en las costas mas frías, pinzones de Darwin, fragatas, albatros, gaviotas, piqueros, entre otros. Los mamíferos, en cambio constituyen pocas especies, Entre los más conocidos están las ballenas, delfines y lobos marinos.

  Otra de las riquezas de Galápagos es la reserva marina, declarada área protegida, en ciertos sectores es posible realizar buceo de superficie y profundidad y tener contacto con las impresionantes especies acuáticas que viven bajo el mar: ballenas, tiburones martillo, rayas, peces espada… Otros hábitats marinos son los fondos rocosos, playas arenosas, manglares y arrecifes de coral. Aquí confluyen tres corrientes marinas, frías, cálidas y templadas que generan una gran diversidad animal. Esta reserva, que se encuentra a mil kilómetros de la costa ecuatoriana, abarca una extensión de 133 mil kilómetros cuadrados.

Para proteger todo el ambiente de este lugar único esta la estación científica Charles Darwin, Científicos ecuatorianos y extranjeros trabajan en puerto Ayora, Isla Santa Cruz, en investigaciones y proyectos para la preservación de algunos reptiles, aves y plantas, fue creada en 1959 y cuenta con un Centro de Interpretación de Historia Natural y ejecuta tareas educativas en el Parque Nacional Galápagos. Sus objetivos son preservar este hábitat natural y permitir que el turista disfrute de las especies."[1]

- Parque Nacional Yazuni

El parque Nacional Yazuni se encuentra ubicado entre las provincias de Pastaza y Orellana y es la región más biodiversa del planeta, en el año de 1989 por su importancia biológica el Yazuni entra a formar parte de la Reserva Mundial de biosfera de la UNESCO.

"Sólo dentro de una hectárea del Yasuní se han encontrado 644 especies de árboles. Para poner este número en perspectiva, hay tantas especies de árboles y arbustos en una hectárea del Yasuní como existen árboles nativos para toda América del Norte, estimado en 680 especies. Se han registrado además, más de 450 especies de lianas y 313 especies de plantas vasculares epífitas.

El Yasuní posee el récord mundial para tierras bajas en el número de epífitas por parcela estudiada. La densidad y abundancia de epífitas en el Yasuní supera los datos registrados en los bosques andinos, en los que se pensaba había la mayor abundancia de plantas epífitas. Por lo menos, el 10% de las especies de epífitas del Yasuní son endémicas a la región del Alto Napo - una pequeña porción del oeste amazónico.

El Yasuní es uno de los lugares más diversos de aves en el mundo, donde se han registrado 567 especies. Protege cerca del 40% de todas las especies de mamíferos de la cuenca amazónica. Este alto

[1] Grupo Editorial Madrid Cibeles, Revista Ecuador 2003, Editorial Madrid Cibeles, 2003

porcentaje es notable considerando que los 9.820 kilómetros cuadrados del parque son una miniatura frente a los 6'683.926 kilómetros cuadrados que tiene la cuenca amazónica.

A esto debe sumarse que es el área con el número más alto registrado de herpetofauna en toda Sudamérica, con 105 especies de anfibios y 83 especies de reptiles documentadas. Así como una inmensa diversidad de peces de agua dulce con 382 especies y con más de 100 mil especies de insectos por hectárea"[2]

- Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas

"La Reserva Ecológica Cotacachi - Cayapas, fue creada el 29 de agosto de 1968. Se encuentra localizada entre las provincias de Esmeraldas e Imbabura, con una extensión de 204.420 hectáreas y altitudes que ascienden desde uno hasta los 1.600 metros sobre el nivel del mar, en la zona baja, que registra una temperatura promedio de 25 grados centígrados; y de 1.600 a 4.939 metros en la zona alta, con una temperatura de 15 grados centígrados. El clima, determinado por la topografía, vana de templado periódicamente húmedo a frío de alto andino y de tropical lluvioso a templado periódicamente seco. Las precipitaciones anuales son de 3.000 a 5.000 milímetros.

El área de la Reserva esta dividida administrativamente en dos regiones, la zona que baja hacia la Costa ubicada en la provincia de Esmeraldas tiene la mayor extensión y la zona alta que se encuentra en la provincia de Imbabura. La primera se extiende desde los flancos andinos en dirección a la planicie costanera, encierra nos torrentosos que en su recorrido pierden fuerza y se abren paso por una vegetación selvática inaccesible.
Es el área protegida que recibe el mayor número de turistas a nivel continental. Desde 1995 el número de visitantes por año bordea las 100 personas, de las cuales los registros determinan que un 22% son turistas extranjeros y el 70% nacionales.
El Salto del Bravo es una pequeña playa enclavada en medio de una vegetación típica tropical, cerca de la confluencia de los ríos Agua Clara y Bravo Grande. Para llegar al sitio desde Borbón se debe hacer un recorrido en lancha de cuatro horas por el río Cayapas, hasta el poblado de San Miguel.

[2] Ministerio de Ambiente y Universidad Católica, "Estudio de flora y fauna en el bloque 31, Parque nacional Yasuní", Pecon, Ecuador, 2002, p. 15

La cascada de San Miguel es una caída de agua de aproximadamente 100 metros pero de bajo caudal, escondida a ocho horas de caminata adentrándose en la Reserva desde el Charco Vicente.

El Salto del Santiago está cerca de la confluencia de los ríos Lachas y Santiago. Desde Borbón, en un trayecto de tres horas en lancha a motor, se puede subir por el río Santiago hasta la población de Playa de Oro y desde allí 45 minutos más de navegación.

El río Guaduero es el único acceso terrestre a la zona baja. Se inicia al sur de la Reserva, en la población de Rosa Zarate, más conocida como Quinindé, por un camino de segundo orden que, en tres horas, lleva hasta el poblado de Cristóbal Colon y desde allí se realiza una caminata que suele tomar casi una semana hasta llegar al limite de la Reserva.
En la zona alta esta la laguna de Cuicocha, el sitio más visitado de la Reserva al que se llega en 20 minutos, tomando un desvío de vía asfaltada que parte de la carretera Panamericana hasta la ciudad de Cotacachi. Un sendero autoguiado alrededor de la laguna permite observar flora y fauna alto andinas, allí funciona un centro de interpretación bien implementado. El Ministerio del Ambiente exonero del pago de ingreso a los visitantes que llegan a Cuicocha.

Otro atractivo es el volcán Cotacachi de 4.039 metros de altura; a su base se puede acceder en camioneta de doble tracción, desde un desvío en el camino que conduce a la laguna de Cuicocha. Es posible ascender por sus paredes utilizando, necesariamente, equipo de escalar.

La laguna Donoso de Piñán tiene aproximadamente dos kilómetros y medio de diámetro y esta acompañada de lagunas importantes como las de Cristococha y Yanococha, conocidas como lagunas de Piñán, de una singular belleza escénica apreciable únicamente en las lagunas parameras del Ecuador. Un sendero de interpretación recorre el sector explicando parte de la flora y fauna que allí se encuentra. La pesca de trucha esta permitida y es posible acampar y pernoctar en sus orillas. El ingreso a las lagunas de Pinan se realiza por la carretera Panamericana desde un punto que conduce a Urcuquí, ubicado un poco al norte de la ciudad de Ibarra, de allí se sigue hacia la comunidad de Piñán.

La cordillera de Toisán, un sector de bosque nublado importante por su composición florística y gran diversidad de fauna, especialmente

de aves. El acceso permite apreciar los paisajes de bosques vírgenes, especialmente si se prefiere atravesaría y descender pos sus laderas occidentales hacia los ríos Las Piedras y Rumiyacu.

La cordillera de Lachas cubre el extreme norte de la Reserva, descendiendo hacia la Costa. Es una zona de bosque húmedo tropical de gran endemismo y diversidad. El acceso al lugar se lo hace partiendo de Lita, al norte de la Reserva, sobre la carretera Ibarra-San Lorenzo. Desde este punto, se inicia una caminata de aproximadamente seis horas para llegar al limite del área, sobre la cordillera secundaria de Lachas, donde es posible acampar. También se puede acceder saliendo de la población de El Placer, un poco más al noroeste, sobre la misma vía Ibarra-San Lorenzo. Una caminata de tres horas conduce al sector de río Negro, en esta misma cordillera. Si se prefiere, desde Ibarra es posible utilizar el ferrocarril para llegar a Lita o a El Placer.
En la zona baja se puede visitar el sendero Indio Bravo, que comunica a los poblados de Corriente Grande y Charco Vicente. El recorrido por la tupida vegetación selvática se lo completa en cinco horas, en cuyo trayecto se aprecian la flora y fauna características de la zona.

El sendero Mario Apolo se encuentra entre las poblaciones de Playa de Oro y Charco Vicente, fuera de los límites de la Reserva. El recorrido a pie dura unas 12 horas durante las cuales se cruza por ríos y quebradas muy pintorescos."[3]

- Reserva Ecológica Cayambe Coca

"La Reserva Ecológica Cayambe - Coca, fue creada por el gobierno del Ecuador mediante Decreto Ejecutivo, el 17 de noviembre de 1970 con 403 mil hectáreas de superficie, localizadas en la zona integrada por las provincias norandinas de Imbabura y Pichincha y las nororientales de Napo y Sucumbíos, a una altitud que varia desde los 750 hasta los5.790 metros sobre el nivel del mar, clima frío, templado y subtropical según la altura, con precipitaciones anuales de 500 a 3.000 milímetros.

Las principales elevaciones de la Reserva son el Cayambe con 5.790 metros de altura, Saraurco, Puntas y Reventador cuyas alturas fluctúan entre los 3.500 y 4.500 metros.

[3] Ministerio de Ambiente.
[http://www.ambiente.gob.ec/paginas_espanol/4ecuador/docs/areas/cotacachi.htm], **Imbabura**

Las formaciones naturales del área son excepcionales porque existen paisajes impresionantes como el Cayambe de nieves perpetuas y cima amplia e irregular, a la que los andinistas llegan en seis horas, situado al oeste de la Reserva y atravesado por la línea Equinoccial. Es la tercera cumbre más alta del país (5.790 metros), caracterizada por sus abruptas y peligrosas paredes que le otorgan una extraña belleza.

El cerro Saraurco de 4.725 metros, por su figura de roca es enigmático. Alberga ecosistemas amazónicos y de altura, constituyéndose en uno de los refugios de fauna silvestre más notables y mejor conservados del sistema alto andino - amazónico.

El cerro Puntas ha dado origen a la formación de 48 torres y pináculos de entre 100 y 150 metros, de formas puntiagudas en su cima, que dan origen a su nombre. El acceso se realiza por la parroquia de El Quinche.
El volcán Reventador, uno de los más activos del país, esta ubicado en la zona baja de la Reserva. La ascensión toma dos días, por ser una zona lejana y de difícil acceso pero rica en vida silvestre. En su base esta una de las Cuevas de los Tayos, llamada así por que allí habita un ave nocturna ciega. Cuenta con un sendero de interpretación de seis kilómetros de extensión.

Hasta la cascada San Rafael se puede llegar con facilidad y disfrutar del singular espectáculo que ofrece el río Coca, que luego de recibir las aguas de tributarios que descienden del volcán Reventador, da lugar a la formación de su impresionante caída de agua desde los 130 metros de altura con tres grandes saltos y un pequeño rápido, lugar propicio para los ornitólogos.
La presencia étnica en la Reserva esta integrada por los oyacachis y cofanes de Sinangue, de habla quichua y cofán, quienes al momento están desarrollando proyectos de ecoturismo, usando y valorizando los recursos naturales y otros de desarrollo comunitario.

La comunidad quichua de Oyacachi permanece dentro de la Reserva por más de 400 años. Al lugar se puede llegar en carro utilizando la vía a Cangahua, para disfrutar de paisajes extraordinarios que incluyen paramos andinos, bosques de la amazonía, compra de artesanías, pesca deportiva y baños en aguas termales.

La laguna de San Marcos, ideal para la fotografía y la pesca deportiva, es un lugar extraordinario ubicado a 3.400 metros sobre el

nivel del mar que pronto contara con un centre de interpretación y educación. Al sitio se llega por vía terrestre, pasando por Cayambe y Olmedo" [4]

- Bosque Protector Mindo Nambillo

"Mindo cuenta con El Bosque Protector Mindo - Nambillo, uno de los pocos reductos de bosques primarios presentes en los flancos externos de la cordillera occidental, lo que constituye un factor de gran importancia, pues, este lado de la cordillera, dentro de la Estrategia Nacional para la Conservación de Áreas Silvestres, sólo está representada por la Reserva Ecológica Cotacachi - Cayapas.

Por otro lado, el hecho de que la reserva cuente con una considerable cantidad de bosque primario relativamente amplia, implica un gran atractivo para turistas nacionales y extranjeros que tengan un gran apego a la naturaleza"[5]

La variedad de zonas de vida y la gran biodiversidad que se encuentran en este Bosque, destacándose principalmente las orquídeas y las aves cuyo número sobrepasa las 400 especies, han hecho que sea un sector muy visitado y declarado por la Bird Life International el 3 de Octubre de 1997 como " La Primera Área de Importancia para las Aves de Sudamérica".

[4] Ministerio de Ambiente. [http://www.ambiente.gob.ec/paginas_espanol/4ecuador/docs/areas/cayambe.htm], **Cayambe**

[5] Visita Ecuador.
[http://www.visitaecuador.com/index.php?hasta=100&codi_seccion=0&cod_seccion=4&codigo=3mT6HvrE], **Bosque Mindo Nambillo**

- Baños de Agua Santa

Es una de la ciudades más turísticas del Ecuador, se encuentra ubicada en la provincia de Tungurahua, 4 horas al sur de la ciudad de Quito y según la enciclopedia virtual wikiepdia es el lugar ideal para hacer ecoturismo y deportes extremos como rafting, canyoning, puenting, ciclismo de montaña, etc.

"Baños es también conocida como "La puerta del Dorado" Y "El pedacito de cielo" además ofrece muchas atracciones: se puede descansar en las piscinas termales, se puede visitar la Basílica de la Reina del Rosario de Agua Santa, se puede visitar las diferentes cascadas, se puede subir al volcán Tungurahua (Tomando las precauciones toda vez que es un volcán en plena actividad y actualmente en erupción), se puede probar las melcochas (dulces de miel de caña de azúcar), hay variedades de artesanías de balsa y de tagua"[6]

- Reserva de Producción Faunística Cuyabeno

"El gran atractivo es el río Cuyabeno, por cuyo trayecto se puede observar gran cantidad de pantanos, lagunas y zonas de inundación temporal. Constituye el límite entre los territorios quichua y siona-secoya. El sector más visitado es el que encierra las lagunas y las Playas de Cuyabeno. En quillas a remo, por la noche, es posible internarse en la selva navegando por ríos pequeños de aguas negras que desembocan en el gran río y observar de cerca caimanes y tortugas.

El sistema lacustre más visitado son las 14 lagunas de Cuyabeno, interconectadas entre si y fáciles de confundir cuando se inunda la zona. Los sitios de mayor flujo turístico son las lagunas Grande, Caimancocha, Patococha y la Quebrada de la Hormiga.
La tonalidad oscura de sus aguas es efecto de la descomposición de materia orgánica que se produce en su interior. Es importante conocer que hacia el norte, a poca distancia, atraviesa la línea

[6] Wikipedia. [http://es.wikipedia.org/wiki/Baños_(Ecuador)], **Baños**

Equinoccial. Los tres senderos que se internan en el bosque tropical son la Hormiga, Saladero de Dantas y Palma Roja.
Los ríos Imuya y Lagarto y las lagunas Redondococha, Delfincocha, Lagartococha, Imuya e innumerables menores, forma parte de un enorme conjunto lacustre y fluvial, compartido con el Perú, que cubre un área aproximada de 10 mil hectáreas. En el río Aguarico, en Huagrahurco, existe un antiguo sendero que conduce hacia la quebrada de Imuya. Es posible observar delfines rosados en el río Lagarto, grandes colonias de multicolores y ruidosos loros y, ocasionalmente, manatíes en la laguna de Imuya.

En las alturas de la cordillera oriental de los Andes tiene su origen el río Aguaríco, principal afluente del Napo, que tributa eventualmente al Amazonas; es caudaloso y navegable durante todo el año y constituye la principal vía de comunicaci6n, transporte y comercio entre las poblaciones orientales; a sus orillas se extiende el Bosque Húmedo Tropical en toda su magnitud.

Al este en la frontera con el Perú la laguna más grande, redonda y de aguas negras de la Amazonía ecuatoriana, es la de Zancudococha. En ese tramo del río Aguaríco, la selva esta bien conservada; es posible observar mucha fauna marina como el delfín rosado. Desde Zancudo existe una trocha militar que conduce al río Tiputini y varios senderos interesantes que serpentean por la selva. La torre de observación Sacha Urcu de 18 metros de altura, facilita el avistamiento de distintos segmentos del bosque y en especial la avifauna del lugar.

El turismo comunitario ofrece muchas alternativas recreativas al visitante. Entre las opciones esta la visita a la comunidad Cofán de Sábalo, un destine interesante en el cual es posible realizar ecoturismo, *tours* de selva, venta de artesanías en una casa museo y alojarse en cabañas con equipamiento básico. Es una etnia bien organizada y preparada para guiar al turista por los senderos del bosque. Los sionas poseen construcciones rusticas con pisos de madera y techos de hojas de palma que se utilizan para el alojamiento del turista. Los quichuas, ofrecen *tours* de selva y cabañas de hospedaje y cuentan con un programa de ecoturismo que se desarrolla en el río Aguas Negras y en los alrededores de Playas de Cuyabeno" [7]

[7] Ministerio de Ambiente. [http://www.ambiente.gob.ec/paginas_espanol/4ecuador/docs/areas/cuyabeno.htm], **Cuyabeno**

- Reserva Biológica Limoncocha[8]

Ubicada en la región amazónica, provincia de Sucumbíos, cantón Shushufindi, parroquia Limoncocha, la Reserva Biológica Limoncocha, situada en la margen izquierda del río Napo, tiene una planicie aluvial de 4,613,25 hectáreas pobladas de bosque Húmedo Tropical (bh-T), una temperatura promedio de 24,9 grados centígrados y una precipitación lluviosa de 3.058 mm. por año.

El Gobierno Nacional la declaró área protegida mediante Acuerdo Ministerial N° 394 del 23 de septiembre de 1985, integrada por la laguna Limoncocha y zonas adyacentes. Un 88% de la superficie es de bosques primario y secundario, de condiciones muy variables para su drenaje en zonas temporalmente inundables. El 12 % restante, esta cubierta por matorral de pantaño, permanentemente inundable.

Uno de los aspectos más sobresalientes que se puede citar, es la presencia de las culturas indígenas quichua y shuar que conforman las comunidades de Santa Elena, Río Jivino, Itaya, Yamanunca y los sectores 24 de Mayo y Mushullacta, San Antonio, San Gabriel y los sectores: Jacinto Rodríguez y Primero de Septiembre.

La Reserva Biológica Limoncocha posee uno de los atractivos naturales más extraordinarios en su laguna, que tiene una extensión de aproximadamente 370 has. de espejo de agua, que son el hábitat de muchas especies de flora y fauna acuáticas; tiene una profundidad máxima de 3,10 metros en los tres kilómetros de longitud y uno de ancho que conforman la superficie.
La laguna es considerada polimíctica, con una alta probabilidad de nutrientes. Los altos niveles de productividad están determinados por el gran contenido de fosfatos, que al momento de producirse fuertes lluvias, son removidos del fondo de la laguna y pasan a formar parte de las cadenas tróficas del ecosistema acuático.

El sistema hidrológico lo conforma el río Capucuy, que al final de su curso sirve de desagüe de la laguna que desemboca en el río Napo, parte del sistema. El río Pishira y la quebrada Playayacu son los principales tributarios de la laguna Limoncocha.

[8] Ministerio de Ambiente.
[http://www.ambiente.gob.ec/paginas_espanol/4ecuador/docs/areas/limoncocha.htm], **Limoncocha**

- Parque Nacional Cotopaxi[9]

El Parque Nacional Cotopaxi abarca las provincias de Cotopaxi, Napo y Pichincha, con una superficie de 33.393 hectáreas/ un clima frío de alto andino, temperaturas que varían entre los 0 y 15 grados centígrados y precipitaciones lluviosas anuales de 500 a 1.500 milímetros. Fue creado oficialmente por el Gobierno Nacional, el 11 de agosto de 1975 mediante Acuerdo Ministerial y ratificado en el Acuerdo Interministerial del 26 de julio de 1979.

El Parque representa un paisaje típicamente volcánico, dominado por el Cotopaxi, considerado el volcán activo más alto del mundo y el Rumiñahui, en cuyos alrededores existen lahares, coladas de lava y depósitos de cenizas.

Cotopaxi, en lengua nativa significa "Trono de Luna". El volcán tiene una altura de 5.897 metros sobre el nivel del mar, forma parte del Nudo de Tiopullo, con un perfecto cono cubierto por un sin número de capas inclinadas de material volcánico, en el que predominan bombas, lapilli y ceniza. Jóvenes coladas de lava se pueden ver en los lados norte (Limpiopungo) y oeste, que descienden hasta los 4.000 metros. El volcán esta envuelto por glaciares sobre los 4.800 metros, que bajan más en el lado oriental, debido a la mayor cantidad de precipitaciones atmosféricas acarreadas desde la llanura amazónica por los vientos alisios; los torrentes de las avenidas y aguas de los deshielos, han erosionado el manto produciendo surcos profundos en direcciones radiales.

El área del Parque esta localizada en el vértice de la cordillera de los Andes e incluye elevaciones que varían entre los 3.350 y los 5.800 metros sobre el nivel del mar, y algunos valles situados entre las altas montanas. En el centro esta ubicado el Cotopaxi y al noreste el Rumiñahui y entre los dos esta el valle de Limpiopungo.
Existe en su interior una gran plantación de pino de aproximadamente 1.750 hectáreas, que se ha adaptado y creado micro hábitat diferentes, ocasionando cambios en la dinámica del páramo.
Los venados y muchas especies de aves han encontrado un excelente refugio en estos bosques que continúan hacia las partes más bajas. La chuquiragua, que es la flor del páramo existe en grandes extensiones y la alchemilla en pequeños remanentes de bosque de la parte sur occidental del Rumiñahui.

[9] Ministerio de Ambiente. [http://www.ambiente.gob.ec/paginas_espanol/4ecuador/docs/areas/cotopaxi.htm], **Cotopaxi**

El habitante nativo practica la cacería para su alimentación y la captación de aguas para el regadío de cultivos en los valles inferiores.

- Parque Nacional Machalilla[10]

Las ballenas jorobadas, que aparecen entre junio y septiembre, constituyen uno de los principales atractivos del Parque Machalilla. No obstante, no son las únicas especies valiosas en esta reserva, que tiene gran biodiversidad porque su hábitat esta determinado por la confluencia de las corrientes marinas: de Humboldt, del Niño y Ecuatorial.

En la costa suroccidental de la provincia de Manabí fue establecido legalmente mediante acuerdo ministerial, el 26 de julio de 1979, el Parque Nacional Machalilla con una extensión de 55.092 hectáreas, distribuidas 32.000 en la zona continental y 18.000 en el área marina. Ocupa gran parte del sistema hidrográfico occidental de la cordillera de Chongón -Colonche.

El Parque Machalilla se ubica entre las coordenadas geográficas: 0° 1' 18" y 01° 41" 10" de latitud sur, y en los 80° 37' 30" y 81° 51' 12" de longitud oeste. Limita al norte con Puerto Cayo del cantón Jipijapa; al sur, con el río Ayampe; al oeste, con el océano Pacífico, a dos millas náuticas de la zona costera continental. Internamente colinda con parte de las estribaciones de la cordillera de Chongón - Colonche.
El área del Parque comprende además, la isla de La Plata incluyendo dos millas marítimas a su alrededor, la isla Salango y los islotes de Pedernales, Sombrerito, Sucre y Horno de Pan, todos ubicados a lo largo del perfil costanero.

La zona del Parque Machalilla forma parte de la única ecoregión tumbesina del mundo, caracterizada por el bosque seco tropical, que posee tres ambientes diferentes: el continental, el isleño y el marítimo, este último conformado por islas, islotes, roqueros, arrecifes de coral, playas e impresionantes acantilados.
En el área marina es característica la presencia de las ballenas jorobadas que acuden temporalmente, entre junio y septiembre, para reproducirse.

En el Parque confluyen las corrientes marinas: cálida del Niño, fría de Humboldt y la contracorriente Ecuatorial, que propician en el área

[10] Ministerio de Ambiente.
[http://www.ambiente.gob.ec/paginas_espanol/4ecuador/docs/areas/machalilla.htm], **Machalilla**

marina la existencia de un ecosistema único, con alta biodiversidad y un sinnúmero de especies endémicas.

En el sector tiene su influencia el fenómeno de "garúa", debido a la fluctuación de las corrientes marinas y la configuración orográfica, que permiten mantener variados y diversos recursos naturales.
El bosque de neblina, es una "isla" de vegetación, que mantiene especies de flora y fauna únicas y que en otros lugares de la Costa ecuatoriana se hallan en peligro de extinción.

Machalilla cuenta con un increíble potencial arqueológico en la parte continental y en las islas sagradas de Salango y La Plata, con evidencias culturales que datan desde la cultura Valdivia hasta los señoríos manteños.

Atractivos paisajísticos constituyen las hermosas playas de Los Frailes, La Playita y los islotes de Pedernales, La Viuda, Sucre y Horno de Pan.

Contiene humedales reconocidos internacionalmente, por esta razón fue declarado en 1987 sitio RAMSAR (Convención Internacional que califica esta categoría).

- Reserva Ecológica Mache – Chindul[11]

Ubicada en las provincias de Esmeraldas y Manabí, la Reserva Ecológica Mache-Chindul es una de las áreas protegidas de más reciente creación, efectuada mediante resolución del nueve de agosto de 1996, con una superficie de 70.000 hectáreas, su nombre lo debe a las cordilleras menores sobre las que esta localizada. Contiene uno de los últimos remanentes de bosque húmedo tropical de la Costa ecuatoriana, caracterizado por su altísima biodiversidad y sorprendentes niveles de endemismo.

La altitud que registra el área asciende de los 200 a los 800 metros sobre el nivel del mar y el clima varía entre tropical y subtropical con precipitaciones de hasta 3.000 milímetros anuales. La temperatura promedio fluctúa entre 21 y 23 grados centígrados y desciende conforme avanza el Bosque Húmedo Tropical.

[11] Ministerio de Ambiente. [http://www.ambiente.gob.ec/paginas_espanol/4ecuador/docs/areas/mache.htm], **Mache**

El área tiene tres zonas bioclimáticas: una con precipitaciones moderadas en las zonas de transici6n del Bosque Seco Premontano al Húmedo Tropical, especialmente en una elevación donde nace el no Cuaque; otras adyacentes con precipitaciones que promedian entre los 800 y 1.000 milímetros cúbicos; y la tercera en la parte alta de la cordillera, con fuertes precipitaciones que oscilan entre los 2.500 y 3.000 milímetros cúbicos con pocas variaciones durante el ano. Las precipitaciones en la parte alta de la cordillera, permiten a la mayoría de los nos mantener su caudal todo el año, inclusive del río Cuaque que se ubica al suroriente de la Reserva.

En el territorio de la Reserva, existen vestigios de varias culturas que habitaron el norte de la provincia de Manabí. Pedernales fue ocupada por la cultura Chorrera, en el período Formativo. Restos arqueológicos de estas culturas se guardan especialmente en la zona de Boca del río Tigua, donde actualmente se practica el huaquerismo.

La zona de la Mache - Chindul, formaba parte de la Gobernación de Esmeraldas. Se afirma que las comunidades chachi y jama - coaque, habrían habitado el siglo XVII, las laderas occidentales que descienden al mar.

Los grupos humanos que actualmente viven en Mache - Chindul son las etnias chachi, asentadas en las comunidades de San Salvador, Balzar y Chorrera Grande; y las afro-esmeraldeñas, localizadas en San José de Chamanga, Dógola, Cojimíes, Ene, Atacames y Tonchigüe Alto, a las que se han sumado los colonos blanco-mestizos provenientes de las provincias de Loja y Manabí, que han influido en los grupos ancestrales y generado un impacto directo a la Reserva por la utilización de grandes extensiones de bosques con fines agropecuarios.

La gran presión que ha sufrido esta zona, especialmente por la tala indiscriminada de la madera, no ha afectado mayormente la flora de la Reserva Mache-Chindul que se mantiene muy representativa albergando además varias especies que no han sido descritas para el Ecuador y que podrían ser nuevas para la ciencia. La zona constituye uno de los últimos remanentes de bosque húmedo tropical en la zona occidental del país.

Los trabajos de investigación realizados por el Programa de Evaluaciones Biológicas Rápidas, en la estación biológica Bilsa y el Cerro del Pájaro, demostraron que existen grupos taxonómicos complejos, extremadamente ricos en los estratos herbáceo, arbustivo y epifito, representados por las familias Araceae, Piperaceae y Gesneriaceae, principalmente.

En el dosel y subdosel, la riqueza arbórea es relativamente baja en comparación con los bosques amazónicos, de condiciones ecológicas similares. Al norte de la estación biológica Bilsa, los estudios revelan que el patrón de distribución y diversidad florística es el mismo y permitieron elaborar listados referenciales sobre un numero considerable de especies identificadas. El conocimiento de la flora es insuficiente para determinar el endemismo en la zona, pero se han registrado especies de gran interés, consideradas únicas en la región como la Cinnamomum y dos de Matayba, que podrían ser nuevas para la ciencia.

En Mache-Chindul, la fauna necesita un inventario mas profundo. Las evaluaciones rápidas registran la existencia de especies representativas como el mono aullador, mico, guatusa, guanta, puma, perezoso, cabeza de mate, venado de cola blanca, saíno, jaguar, gato de monte y tigrillo; entre las aves hay cuervos, tijeretas, gavilán príncipe y el trogón.

La biodiversidad y los recursos paisajísticos que ofrece el Bosque Húmedo Tropical, son los principales atractivos de la Reserva Mache - Chindul. Lugares exóticos, con cascadas y piscinas naturales formadas por los ríos Boca del Sucio y Ene o la laguna de Cube, rodeadas de bosque imperturbado, constituyen excelentes propuestas al visitante para conocer un humedal de valor e importancia internacional.

Las investigaciones y estudios efectuados en la zona solo confirman la presencia de una extraordinaria riqueza de plantas y animales, difícil de cuantificaría completamente. En el futuro se realizara un estudio científico profundo de este remanente de bosque en el Ecuador, considerado uno de los 10 *hot spots* de biodiversidad en el mundo.

Cerca de la zona se puede disfrutar de las hermosas playas de Muisne, Atacames, Súa y Same, que poseen un clima inmejorable y ofrecen al turismo todos los servicios de alojamiento, alimentación y esparcimiento.
La Bilsa es una estación biológica manejada por una fundación privada, integrada por un bosque ubicado junto al limite oriental del Área, que guarda muestras representativas de flora y fauna. Al visitarla tendrá la mejor oportunidad de conocer la cantidad de especies que existen al interior de la zona, que cuenta con instalaciones de albergue para visitantes, científicos y estudiantes.

1.1.2. Destinos culturales del Ecuador

El Ecuador posee una población que sobrepasa los 12,5 millones de habitantes con una extensión de 256370 kilómetros, territorio en el cual cohabitan 14 nacionalidades indígenas: Kichwa, Awá, Chachi, Épera, Tsa´chila, Andoa, Shiwiar, Huaorani, Siona, Cofán, Secoya, Shuar, Zápara y Achuar. Además de la diversidad de pueblos pertenecientes a la nacionalidad Kichwa: Pasto, Otavalo, Natabuela, Karanki, Kayambi, Saraguro, Palta, Kañari, Kisapincha, Tomabela, Salasaca, Chibuleo, Waranka, Panzaleo, Puruhá, Manta, Huancavilca y Nación originaria Quitu Cara.

Cada una de estas nacionalidades debe ser respetada y conservada pues son propias de nuestro país, son culturas ancestrales que, a pesar de la modernidad y de la influencia de las culturas occidentales han logrado mantener gran parte de sus tradiciones y creencias y es fundamental que los ecuatorianos entendamos la diversidad que existe en nuestro país.

1.2. Riqueza cultural del pueblo ecuatoriano

El Ecuador es un país lleno de cultura y tradiciones variadas por excelencia, dentro de cada región podemos encontrar ritos y costumbres propias del lugar, las mismas que llaman la atención de los turistas extranjeros al ser actividades en algunos

casos desempeñadas únicamente por los pueblos indígenas y en fechas determinadas como lo es el festejo del Inti Raymi, las fiestas de San Pedro y San Pablo, las Fiestas del Yamor, etc.

Dentro de las fiestas culturales que el pueblo ecuatoriano festeja podemos mencionar las siguientes:

- Carnaval

  Tradición que se desarrolla cuatro días antes del miércoles de ceniza y consiste en el juego a base del uso del agua como arma principal.
  Existen lugares como Guaranda o Gualaceo en donde se realizan desfiles y en el caso de Ambato se realiza el tradicional desfile de las flores y las frutas, el cual año a año acoge un mayor número de turistas extranjeros.

- La fiesta de la muerte

  Una fiesta religioso - Profana que toma lugar en la población de Guamote, ubicada a 40 minutos al sur de la ciudad de Riobamba y que consiste en el entierro simbólico del carnaval acompañada por el licor, la música, los anfitriones y los priostes.

- Domingo de Ramos

  Fiesta 100% religiosa, católica, que recuerda la entrada de Jesús a Jerusalén, se elaboran cruces de diferentes tamaños utilizando palmas, las mismas que son llevadas a las diferentes iglesias para ser bendecidas como símbolo de fe.

- Viernes Santo

  Día muy importante para los católicos en el cual se realizan diferentes procesiones siendo una de las más importantes la procesión de Jesús del Gran Poder que tiene lugar en la ciudad de Quito, en donde centenares de fieles se congregan para dar paso a esta celebración, en donde como plato típico existe la preparación de la fanesca.

- Corpus Christi

  O fiesta de la Santísima Trinidad es una fiesta impuesta por los conquistadores españoles con la finalidad de erradicar las celebraciones del Inty Raymi, fiesta tradicional de nuestros indígenas.

- El día de los Difuntos

  Fiesta celebrada el 2 de noviembre para honrar a nuestros seres queridos quienes han fallecido.

  Desde tiempos ancestrales se ha creído que los espíritus de quienes murieron vienen a visitarnos en esta fecha por lo cual se los recibe con la colada morada y guaguas de pan, bebida y plato tradicional de la fecha.

- La virgen del Quinche

  Fiesta religiosa celebrada el 21 de noviembre, en donde se realizan peregrinaciones hacia el santuario de la virgen ubicado en el Quinche.

- El pase del niño en navidad

  Es una fiesta en la cual las familias llevan a una figura del niño Jesús a su iglesia de preferencia para ser bendecidas, acto que transcurre durante las fiestas de navidad.

- Inti Raymi

  En la fiesta del Inti Raymi sus principales protagonistas son los bailarines, es la mayor fiesta del pueblo indígena, y se lleva a cabo en el mes de junio

a partir del día 22, esta fiesta es rica en simbología antigua y elementos que simbolizan la convivencia con la naturaleza que tienen mucha relación con la posición del sol.

Fiesta principal en donde los indígenas agradecen al sol por los favores obtenidos, y uno de los actos más importantes que se realizan es el baño de purificación dentro de la laguna de Cuicocha.

- Yamor

Celebraciones muy ligadas con la época de siembra, comienza el 8 de septiembre en una ceremonia especial donde se prepara la chicha con el germen del maíz cosechado en el inti Raymi.

"El Yamor es una bebida ceremonial que solo podían hacerla los sacerdotes, por eso en la actualidad pocas personas están autorizadas a prepararla, aunque se comparte entre todos. Así se fortalece al dios Sol, que dejo de calentar fuerte. Este homenaje a la cosecha y al Sol se realiza en diferente pueblos de la provincia de Imbabura y algunos del país"[12]

- La mama negra

Es una fiesta celebrada en Latacunga como ejemplo del mestizaje, recordando la llegada de los esclavos traídos del África, en donde se elije a

[12] Vásquez Méndez Gustavo, Ecuador en la Mitad del Mundo. Editorial Tallpa Publicidad Impresa. Ecuador. 2005

una hombre quien representa a la Mama negra, vestido de mujer con la cara pintada de negro, encabeza el desfile que es precedido por payasos, disfrazados y otros personajes, fiesta en donde no falta el alcohol y las comidas típicas.

Esta es una de las fiestas que más llaman la atención a los visitantes por el calor de sus anfitriones.

- El paseo del Chagra

Fiesta que se celebra en el mes de Julio en el sector de Machachi al sur de Quito, en donde el personaje principal es el chagra quien desfila demostrando su destreza en el rodeo criollo.

- Rodeo Montubio

Esta fiesta criolla se vive se organiza con ocasión del día de la raza. El coso es una estructura redonda de caña guadúa y de al menos ocho metros de alto, llena de graderíos. Entre las haciendas es una lid pareja y apasionante. Tal vez la culpa es de Cristóbal Colón y su hazaña del 12 de octubre de 1492. Los rodeos montubios, 510 años después, tratan de preservar la identidad y celebrar el amor a los campos y animales. El personaje central de esta fiesta es el montubio, campesino de la costa. Hombre trabajador, hijo de españoles, indios y negros asentados en Guayas, Los Ríos y Manabí.

La competencia se realiza entre haciendas, la que acumule más puntos gana. Todo El Año ansían que llegue el día en que puedan mostrar su pericia. Si hay que catalogarlo, el rodeo son "las olimpiadas del campo". Entre las pruebas de destreza resaltan la enlazada; los chalanes se forman en V para conducir al caballo al lugar donde otro lo enlazará (de espaldas, de pié o acostado). Otros le amarrarán las patas. Muchos, sin importar edad y sexo, terminan estrellados contra el suelo.

La presencia de mujeres y niños es un punto aparte. La mujer no solo participa en el concurso de "Criolla Bonita", sino que participa en ciertos números galopando y dominando al potro salvaje. El público la premia con aplausos; el reconocimiento se extiende a los más pequeños, quienes con un metro y medio de estatura hacen gala de su linaje y se enfrentan con potros chúcaros y vacas veloces. La fiesta termina en un gran baile al aire libre.

Los montubios son personas dicharacheras, sencillas, generosas, que en su cotidianidad mezclan lo moderno, pero mantienen viejas costumbres.

Aunque no es reconocido oficialmente, el montubio mantiene su propio léxico y generalmente entre ellos prefieren llamarse con apodos, en los que destacan algún defecto corporal, por eso no es raro escuchar: ñato, trompudo o yegua parida, si la persona tiene un abdomen prominente.

Usan camisas y pantalones de última moda, pero están más cómodos sin zapatos; en su cinto se incorporaron los celulares pero tampoco dejan de lucir un revólver o una pistola. Lucen relojes de última tecnología, pero se despiertan con el canto del gallo.

El lazo o veta que utilizan para dominar reses o caballos es de cuero de vaca. Su elaboración es una actividad que se ha inculcado por generaciones. Incluso el escenario para el rodeo refleja el estilo montubio. Las cañas guadúas, que dan forma a cientos de casas en la zona, son el material básico para construir la plaza del rodeo.

2. ANDEAN GLOBAL STUDIES

2.1. Descripción histórica de Andean Global Studies

La escuela Andean Global Studies, fue creada en el año 2001, bajo la iniciativa de su actual propietario el economista Agustín Núñez, graduado de la facultad de Economía de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

La idea de crear una escuela de español para extranjeros según nos comenta Agustín en la entrevista realizada para esta investigación, parte de las exitosas experiencias de ser familia anfitriona de estudiantes de español en el Ecuador y considerando al mismo tiempo la importancia y crecimiento de la lengua española en el mundo, así como las ventajas turísticas que ofrece nuestro país.

La escuela fue creada en la ciudad de Quito, en una oficina con 3 ambientes la misma que luego de superar la óptima utilización de su espacio y horario de ocupación demando un cambio de local.

Luego de rentar el local y adecuarlo a las necesidades, se procedió a la comercialización y marketing de la idea y sus productos.

Luego vino la contratación de personal y legalización de la institución.

El proceso de crecimiento de AGS, se ha debido a una constante inversión en publicidad y establecimiento y desarrollo de contactos, creación de nuevos programas y una mejora continua en la calidad de los servicios.

La creación de los programas ofertados según nos comenta Agustín, estuvo a su cargo, en base a la investigación de la oferta internacional y nacional, así como de la demanda y necesidades de los estudiantes.

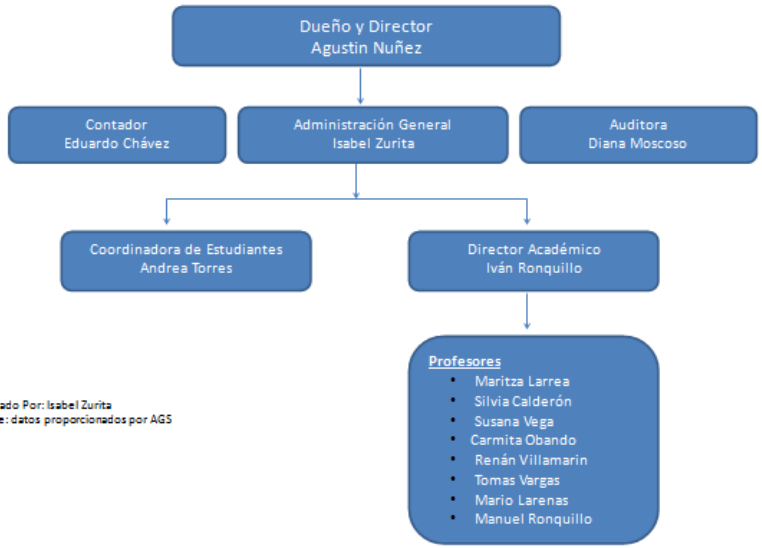
La idea de ampliar el número de escuelas, parte de la búsqueda de nuevos programas para ofertar a los estudiantes, es así como se concreta la sociedad con las escuelas de Manta, Montañita y Cuenca.

Agustín alega que gran parte del éxito de la escuela en los años posteriores han sido las recomendaciones de los ex estudiantes, factor por el cual, AGS ha alcanzado un alto nivel de reconocimiento internacional

2.2. Estructura de Andean Global Studies

Cuadro no. 2

Organigrama de AGS



Elaborado Por: Isabel Zurita
Fuente: datos proporcionados por AGS

2.3. Análisis financiero

Para el análisis financiero de la Fundación AGS Estudios Globales Andinos, se tomara en cuenta la información proporcionada por la planificación mensual de la escuela, así también como los datos proporcionados de registros anteriores de ingresos y de egresos mediante lo cual se determinara cual es el programa de estudios más vendido y la cuidad más visitada así también como se determinara el nivel anual de ventas y los meses de más concurrencia, haciendo una comparación de los últimos dos años.

Tabla No. 1

Tabla de precios de Andean Global Studies

PRECIOS 2009 y 2010

All prices are shown in USD $ for one person.

Available every week, all year.

SPANISH INSTRUCTION ONE ON ONE

Applicable for: Spanish Immersion, Spanish and Volunteer, DELE Preparation.

Weeks

		1	2	3	4	5	6	7	8	Extra week
Hours per day	4	160	320	480	640	800	960	1120	1280	150
	5	200	400	600	800	1000	1200	1400	1600	190
	6	240	480	720	960	1200	1440	1680	1920	230
	7	280	560	840	1120	1400	1680	1960	2240	270

Registration fee: US $ 20.

Additional lessons: US $8 per hour

SPANISH AND CULTURE ONE ON ONE

Weeks

		1	2	3	4	5	6	7	8
Hours per day	6	285	570	855	1140	1425	1710	1995	2280
	7	325	650	975	1300	1625	1950	2275	2600

Registration fee: US $ 20.

The price includes: entrance fees for museums, churches and other places of tourist interest, as well as the public transportation inside and around the city.

GROUP INSTRUCTION (Maximum five students per classroom)

Applicable for: Spanish Immersion, Spanish and Volunteer.

Weeks

Hours per day	1	2	3	4	5	6	7	8	Extra week
4	120	240	360	480	600	720	840	960	110

Registration fee: US $ 20.

Homestay Accommodation full board

Weeks

	1	2	3	4	5	6	7	8	Extra week
$	126	252	378	504	630	756	882	1008	126

The price includes: private room, three meals a day and weekly laundry service is included with this option. $18

Homestay Accommodation half board

Weeks

	1	2	3	4	5	6	7	8	Extra week
$	119	238	357	476	595	714	833	952	119

The price includes: private room, two meals a day and weekly laundry service is included with this option. $ 17

Homestay Accommodation with breakfast

Weeks

	1	2	3	4	5	6	7	8	Extra week
$	105	210	315	420	525	630	735	840	105

The price includes: private room, breakfast and weekly laundry service is included with this option. $15

Students' Apartment

Weeks

	1	2	3	4	5	6	7	8	Extra week
$	77	154	231	308	385	462	539	616	77

The price includes: The apartment is fully furnished, private room and shared bathroom, cooking and laundry facilities.

MEDICAL SPANISH PROGRAM

Program fee: USD

A) Four weeks, 80 hours medical Spanish, accommodation, two weeks of rotations: **$1594**

B) Four weeks, 100 hours medical Spanish, accommodation, two weeks of rotations: **$1754**

C) Three weeks, 60 hours medical Spanish, accommodation, two weeks of rotations: **$1308**

D) Three weeks, 75 hours medical Spanish, accommodation, two weeks of rotations: **$1428**

E) Two weeks, 40 hours medical Spanish, accommodation, two weeks of rotations: **$1022**

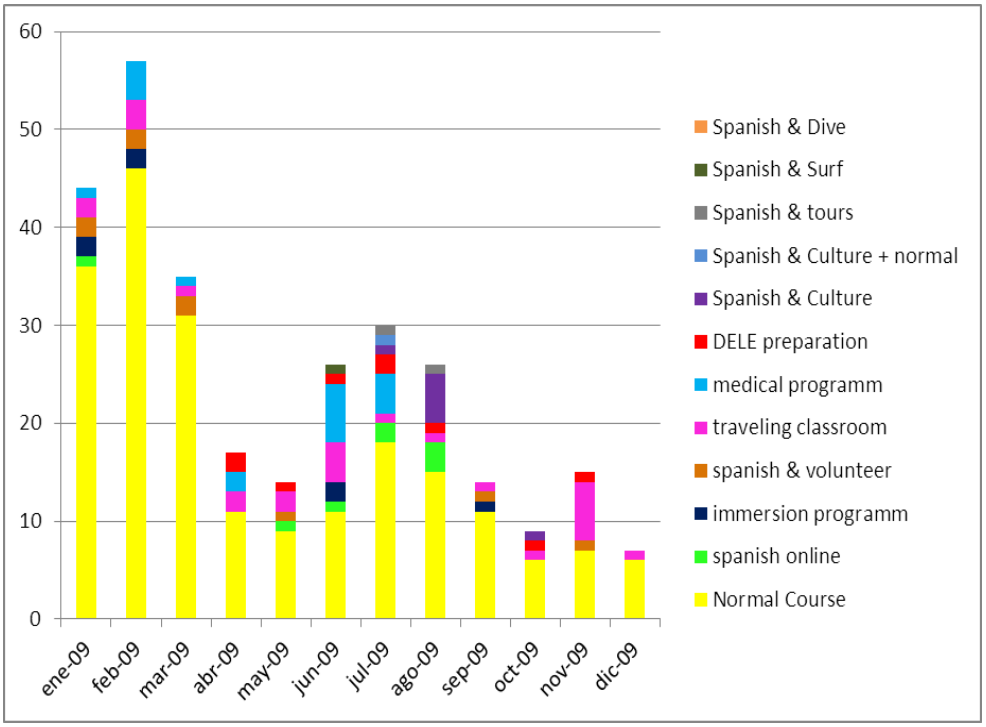
Registration fee: US$ 20.

Additional extra week of rotation: US $ 175

Elaborado por: Andean Global Studies
Fuente: Andean Global Studies

Grafico No. 1

Análisis de ventas y Programas en el año 2009



Elaborado por: Isabel Zurita
Fuente: Planificación Anual de AGS

De acuerdo al Grafico No. 1 se puede claramente identificar que:

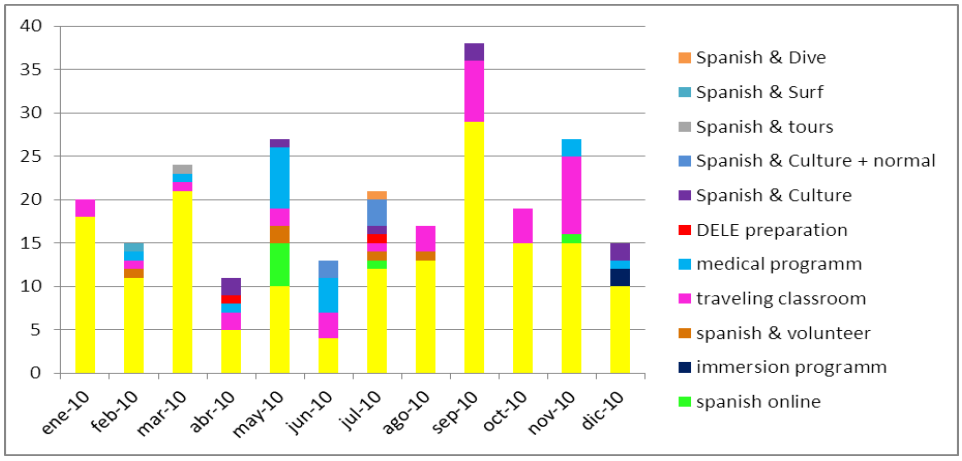
- El programa más vendido en el transcurso del año 2009 es el Normal Course.

  Financieramente este programa genera un ingreso mínimo de $160 semanales por estudiante, tomando los datos de la tabla no. 1 de precios proporcionada por AGS.
- El mes de mayor actividad es febrero y se nota que para Diciembre hay un decrecimiento sustancial en las ventas.

- En el año 2009 el mes con más éxito para el programa Traveling classroom fue Noviembre.
- Los meses de mayor efectividad para el programa médico son Junio y julio
- Los estudiantes voluntarios viajaron a Ecuador con más frecuencia durante los meses de Enero, Febrero y Marzo.

Grafico No.2

Análisis de ventas en el 2010



Elaborado por: Isabel Zurita
Fuente: Planificación anual de AGS

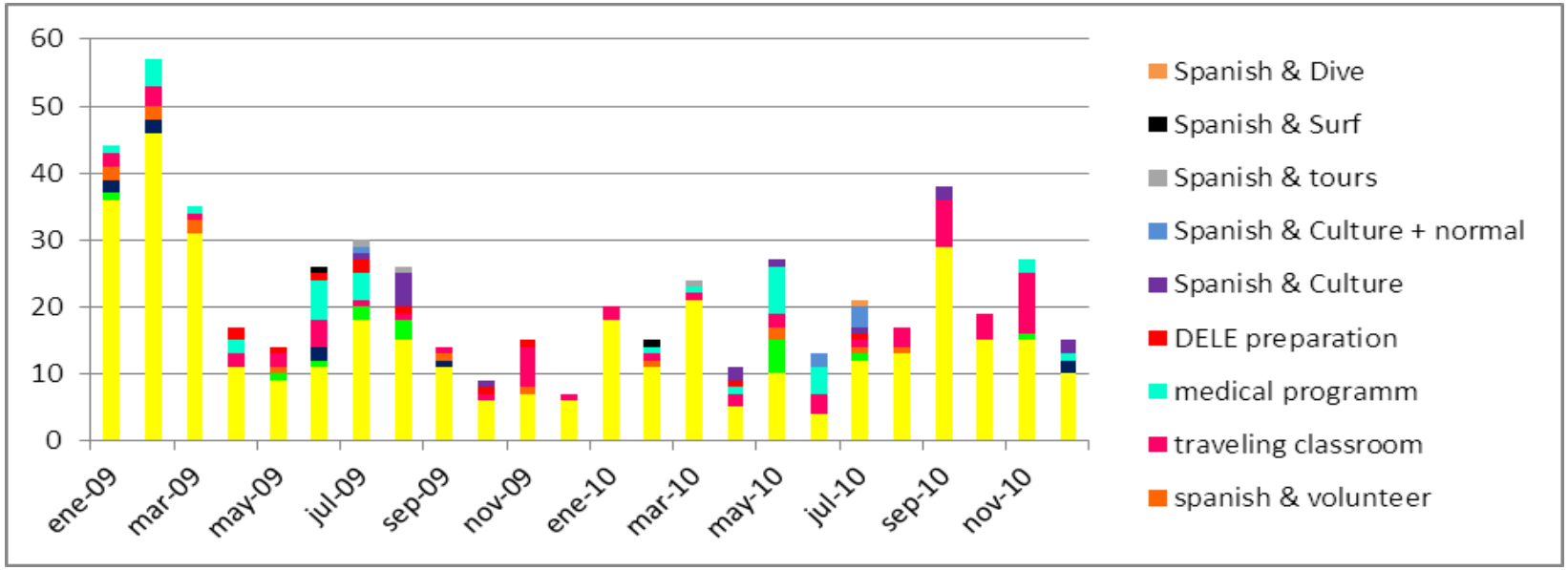
Los datos obtenidos mediante el grafico, muestran un cambio en el comportamiento de compra de clases y programas entre los estudiantes actuales de AGS.

- El programa más vendido en el 2010 fue una vez más el normal course
- El mes de mayores ventas fue septiembre

- Existe un aumento de estudiantes para el programa Traveling classroom el cual presenta al menos un estudiante por mes, siendo los meses de septiembre y noviembre los de mayor éxito para este programa.
- Los meses de mayor afluencia de estudiantes para el programa médico son mayo y junio.

Grafico No. 3

Cuadro comparativo entre el año 2009 y 2010



Elaborado por: Isabel Zurita
Fuente: Planificación Anual de ACS

Basándonos en el grafico No.3 y con los siguientes datos, se realizara comparativa de ventas y afluencia de estudiantes para el año 2009 y 2010, tomando en cuenta cada programa enumerado.

Spanish & Dive

El año 2010 presenta una mejora para este programa ya que en el año 2009 no se registra ventas del mismo.

El mes en donde se presenta la venta fue Julio del 2010

Spanish & Surf

Las ventas de este programa se mantuvieron iguales tanto en el año 2009 como en el año 2010, la única variación registrada son los meses en los que fueron vendidos, siendo junio para el 2010 y febrero para el 2010 los meses de venta.

Spanish & tours

Este programa muestra un decrecimiento del 2010 con relación al 2009, tomando en cuenta la tabla podemos observar que en el 2010 no se registra ninguna venta.

Spanish & Culture + Normal

Este programa presenta un incremento en sus ventas para el año 2010 pese a no estar especificado dentro de los programas que ofrece AGS, es una muestra de la flexibilidad que se tiene con los estudiantes, lo cual ha servido para formar una reputación de calidad y excelente servicio.

Spanish & Culture

Este programa presenta ventas más constantes durante el año 2010, mientras que en el año 2009 tuvo éxito de ventas en el mes de agosto.

DELE Preparation

La preparación para el examen DELE presento su cumbre de ventas en el año 2009, con ventas constantes en los meses desde abril hasta agosto, y reanudando sus ventas en Octubre y Noviembre.

Mientras que el año 2010 presenta únicamente dos ventas de este programa.

Medical Programs

Este programa representa un número considerable de las ventas de la Fundación AGS tanto para el año 2009 como para el 2010, habiendo tenido en el año 2009 un estudiante más que en el 2010.

Traveling Classroom

El programa Traveling Classroom según lo que se puede apreciar en la tabla es un programa vendido con frecuencia, y el año 2010 se aprecia un crecimiento en el número de estudiantes que tomaron este programa.

Spanish & Volunteer

Es un programa que posee un nivel interesante de ventas el cual podría ser mejor explotado para los años venideros el mismo que presento mejores ventas en el año 2009.

Immersion Programm

Las ventas de este programa lo muestran como otro de los programas de AGS que podrían mejorar inyectándole publicidad o algún cambio que atraiga a más estudiantes, el mejor año para este programa fue notablemente el año 2009.

Spanish Online

Este programa es relativamente nuevo dentro del mercado de AGS y está siendo explotado correctamente, mostrando un número estándar de estudiantes en los dos años.

Normal Course

Este es el programa estrella de AGS con el 68% de las ventas totales del año 2009 y 2010, el mismo que presenta un decrecimiento en las ventas para el año 2010.

2.3.1. Análisis de ingresos de AGS

Tabla No. 2

COMPARACIÓN DE INGRESOS VS COSTOS DE AGS

Ingresos vs costos del año 2010

	mensual												
	Ene	Feb	mar	abril	mayo	jun	julio	Ago.	sept	oct	nov	dic	total CF anual
costos fijos													
Internet	57,01	57,01	57,01	57,01	57,01	57,01	57,01	57,01	57,01	57,01	57,01	57,01	684,12
sueldos profesores afiliados	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	14400
pago iess	417,3	417,3	417,3	417,3	417,3	417,3	417,3	417,3	417,3	417,3	417,3	417,3	5007,6
pago seguro privado	317,13	317,13	317,13	317,13	317,13	317,13	317,13	317,13	317,13	317,13	317,13	317,13	3805,56
sistema de monitoreo	20,32	20,32	20,32	20,32	20,32	20,32	20,32	14,3	14,3	14,3	14,3	14,3	213,74
compras escuela	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
Sueldos administrativos	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	10500
Pago seguro Escuela	35,11	35,11	35,11	35,11	35,11	35,11	35,11	35,11	35,11	35,11	35,11	35,11	421,32
Contador	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3000
Total costos fijos													38992,34

costos variables	ene	feb	mar	abril	mayo	jun	julio	Ago.	sept	oct	nov	dic	total
compras proveeduría	92,71	0	61,46	44,12	0	109,49	0	62,7	48,69	64,01	0	86,9	570,08
pago profesores temporales	71,64	180,16	64	398,1	717,85	1151,6	1350,24	1624,21	1211,94	1248,48	698.29	196,95	8215,17
Teléfono	46,41	55,84	33,87	67,96	63,41	50,38	47,36	66,16	32,02	72,95	40,2	36,35	612,91
Luz	0	27,32	32,5	0	36,04	42,98	0	40,49	42,29	0	46,35	91,33	359,3
Agua	22,8	27,76	25,7	49,65	46,65	70,6	35,68	40,67	42,66	34,68	56,63	31,69	485,17
Transporte	0		118,8	0	178,2	0	0	430,65	0	0	198	99	1024,65
pago familias	685,2	542,12	1212,8	1744	1809,04	2254,56	957	2750	1245.04	859	656	693,24	14162,96
pago coordinador medico	0	552	0	600	1200	1584	600	0	0	300	0	300	5136
Impuestos	103,15	135,78	127,18	86,04	173,34	353,88	0	0	269.45	261	0	196,4	1436,77
Publicidad	112	56	56	0	0	0	0	0	0	0	0	0	224
Mantenimiento		61,87				29,03	0	0	0	0	0	29,3	120,2
Total costos variables													32347,21

costos totales	71339,55
ingresos totales	75964,48
UTILIDAD NETA DE AGS	4624,93

Elaborado por: Isabel Zurita
Fuente: Planificación anual de AGS

Para realizar esta comparación, los datos utilizados fueron tomados de los estados de cuenta bancarios de la fundación AGS, por motivos de confidencialidad de la empresa, los mismos son datos aproximados.

Como se puede observar, si bien la fundación AGS presenta un nivel alto de gastos anuales, estos son contrarrestados por su nivel de ingresos, el cual genera al final del periodo una utilidad neta razonable.

Dentro de los costos fijos se ha considerado a todos aquellos gastos en los que la empresa invierte mensualmente, como lo son:

- Sueldos en general
- Pago del Iess
- Pago de Monitoreo de alarma
- Pago de seguro de salud privado
- Compras mensuales para la escuela
- Pago de servicio de internet
- Pago anual de seguro privado

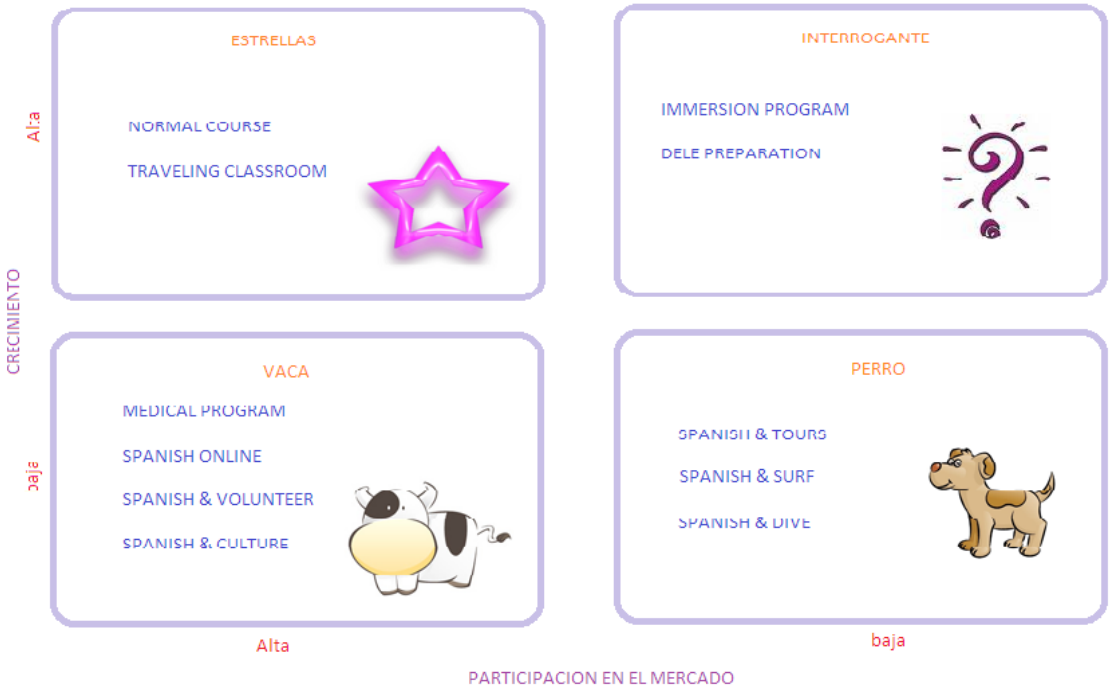
Mientras que los costos variables de la fundación AGS, representan los gastos ocasionales, o mensuales que varían en su costo como lo son los pagos de:

- Luz
- Agua
- Teléfono
- Transporte
- Compras de proveeduría
- Pagos tanto a familias como coordinador medico
- Impuestos
- Publicidad
- Mantenimiento de la escuela
- Pago a profesores temporales

De acuerdo a los gráficos presentados con anterioridad, se puede determinar que el nivel de costos variables se ve influenciado por el número de estudiantes lo cual guarda lógica ya que al aumentar el número d estudiantes, aumenta el número de profesores y recursos que se utilizan.

Basándonos en los datos proporcionados podemos determinar que el negocio es rentable, y tiene mucho potencial de crecimiento.

2.2.2 Matriz BCG de acuerdo a las ventas del año 2010



Elaborado por: Isabel Zurita
Fuente: Planificación de Andean Global Studies

Para la fundación AGS se puede observar que los productos estrella son el curso normal y travelling classroom, representan gran parte de las ventas y tienen una alta participación en nuestro mercado, por lo tanto estos dos programas ofertados requieren un monitoreo normal, mientras que los programas médico, online, de voluntariado y Spanish & culture tienen una participación alta pero muestran un crecimiento bajo, dependiendo del mes del año viene un grupo considerable de estudiantes, pero no se muestra un crecimiento sustancial.

Los programas que representan una interrogante para AGS son el programa de inmersión en la cultura y el de preparación DELE, son programas interesantes pero con posibilidad de crecimiento pero no tienen una participación alta al momento.

Los programas perro para AGS son los que no se desarrollan aquí en quito, tales como Spanish & surf y Spanish & Dive, estos dos programas se desarrollan en las escuelas asociadas en la costa, no representan costos para AGS puesto que no son manejados directamente por la escuela.

Otro programa que se encuentra en esta categoría es el de Spanish & tours, que es muy similar al travelling classroom pero con actividades individuales.

2.4. Descripción de los programas ofertados

Spanish & Dive

Este programa se toma a través de nuestra escuela asociada en Montañita – Ecuador, y consta de 4 horas diarias de estudio de español combinadas con lecciones de Dive dependiendo el nivel de experiencia del estudiante en el buceo, puede tomar diferentes paquetes de inmersiones como lo son:

- Inmersión con dos tanques
- Inmersión en mar abierto
- Inmersión advanced en mar abierto

- Curso de rescate

Cualquiera de estos paquetes puede ser combinado con el número de semanas que el estudiante quiera permanecer en montañita.



Spanish & Surf

Este programa al igual que el Diving se desarrolla en Montañita – Ecuador y consta de 4 horas de español diarias, combinadas con lecciones de surfeo las mismas que dependen del comportamiento de la Marea por lo cual no hay un horario fijo establecido.



Spanish & tours

Este programa tiene una duración de 5 semanas con 16 horas de español semanales divididas en 4 horas diarias de clases individuales y un día libre, en este caso el día lunes, cada semana los estudiantes visitan una ciudad empezando por Quito, Cuenca, Baños, Manta, y terminando en Otavalo
Cada fin de semana los estudiantes pueden tomar un tour de dos días o dos tours de un día al lugar de su preferencia.



Spanish & Culture

En este programa los estudiantes toman 20 horas semanales de clases individuales divididas en 4 horas diarias por las mañanas y pueden escoger entre 10 y 15 horas de actividades en la tarde entre las cuales conoces los sitios turísticos de mayor interés dentro de la ciudad de Quito.

Spanish & Culture + Normal

Este programa es exactamente igual al programa Spanish & Culture antes mencionado, la única variación que presenta es que los estudiantes a su culminación o antes de su inicio pueden tomar el programa normal de estudios por el periodo de permanencia que ellos prefieran.

DELE Preparation

Es un programa especialmente diseñado para los estudiantes que planean tomar el examen DELE, AGS cuenta ya con años de experiencia que avalúan su efectividad en la preparación para este examen, sus profesores están altamente capacitados y los estudiantes ejercitan su español escrito y hablado mediante ejercicios prácticos y teóricos así como resolviendo periódicamente modelos de examen que evalúan su evolución.

Cada estudiante tiene la flexibilidad de escoger el número de horas que desea estudiar de acuerdo a su nivel de conocimientos.

Medical Program

Es un programa completamente personalizado para estudiantes médicos que desean tener un contacto más directo con los pacientes y aprender español enfocado al vocabulario y términos médicos que les serán de utilidad a lo largo de su carrera.



Este programa consiste en un paquete de 80 o 100 horas de español individual más dos semanas de observaciones médicas en el área de su preferencia.

Traveling Classroom

Programa muy similar a "Spanish & Tours" pero con mayor acogida entre los estudiantes, consta de 4 semanas de español grupal en las ciudades de Quito, Cuenca, Montañita y termina en Manta, combinando 20 horas de español semanal con actividades en la tarde y fines de semana.



Spanish & Volunteer

Es un programa en donde los estudiantes combinan sus horas normales de español con horas de voluntariado en el lugar de su preferencia.

La escuela mantiene convenios con diferentes fundaciones y albergues los cuales reciben a los estudiantes para realizar su voluntariado o a su vez los estudiantes pueden realizar su voluntariado una vez finalizada su instrucción de español, estos casos se dan principalmente cuando los estudiantes se trasladan a la Selva para voluntariados ecológicos.

La escuela maneja horarios flexibles y adaptables a las necesidades de cada estudiante.

Immersion Programm

Es un programa exactamente igual al curso normal pero codificado con otro nombre por razones confidenciales de la empresa.

Spanish Online

Haciendo un excelente uso de las herramientas tecnológicas AGS oferta a sus estudiantes clases vía internet, mediante el uso del computador y un software especial cada profesor se comunica con su alumno y toman la clase mediante videoconferencia o llamada.

Los profesores envían tareas y ejercicios por correo electrónico los mismos que los estudiantes deberán desarrollar antes de cada nueva lección.

Normal Course

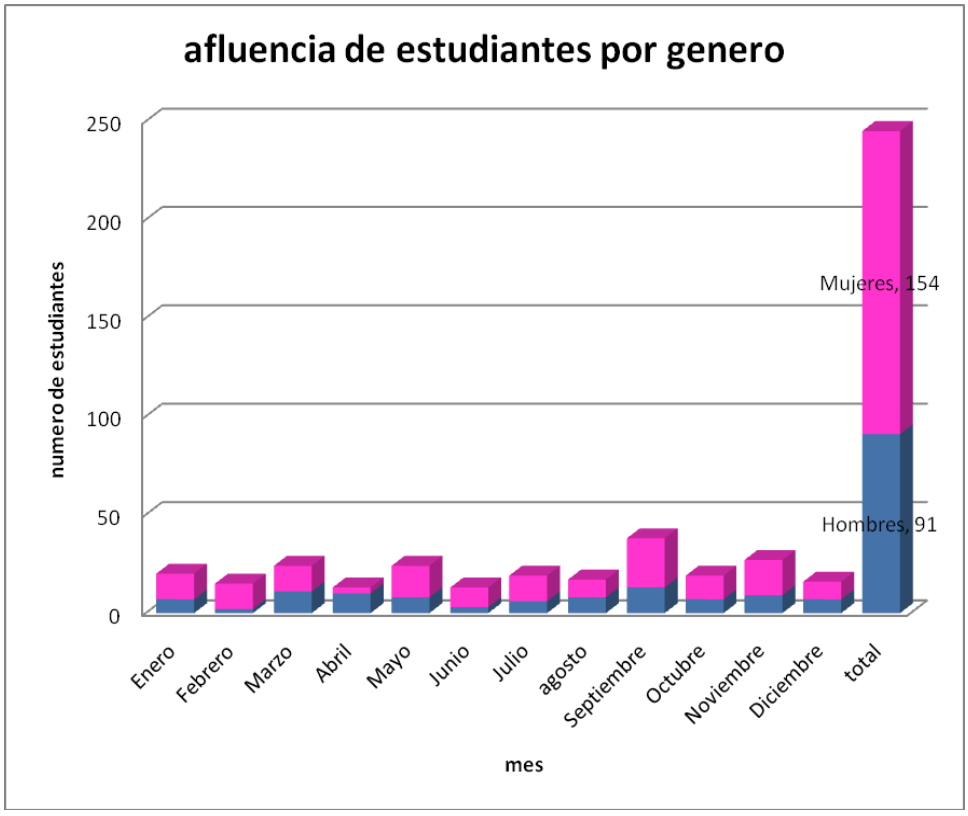
Este programa consiste en normalmente 4 horas de español diarias la cuales pueden ser tomadas en el número de semanas que los estudiantes deseen, es importante resaltar que ningún programa tiene tiempo máximo de duración.
Cada estudiante puede tomar desde 1 a 7 horas de español diarias y permanecer en la escuela por el periodo de tiempo de su preferencia.

2.5. Análisis estadístico del mercado actual de AGS

Para este análisis se tomara los datos de la planificación de estudiantes proporcionada por AGS para el año 2010, en el cual se analizara:

Grafico No. 4

Afluencia de estudiantes por Género



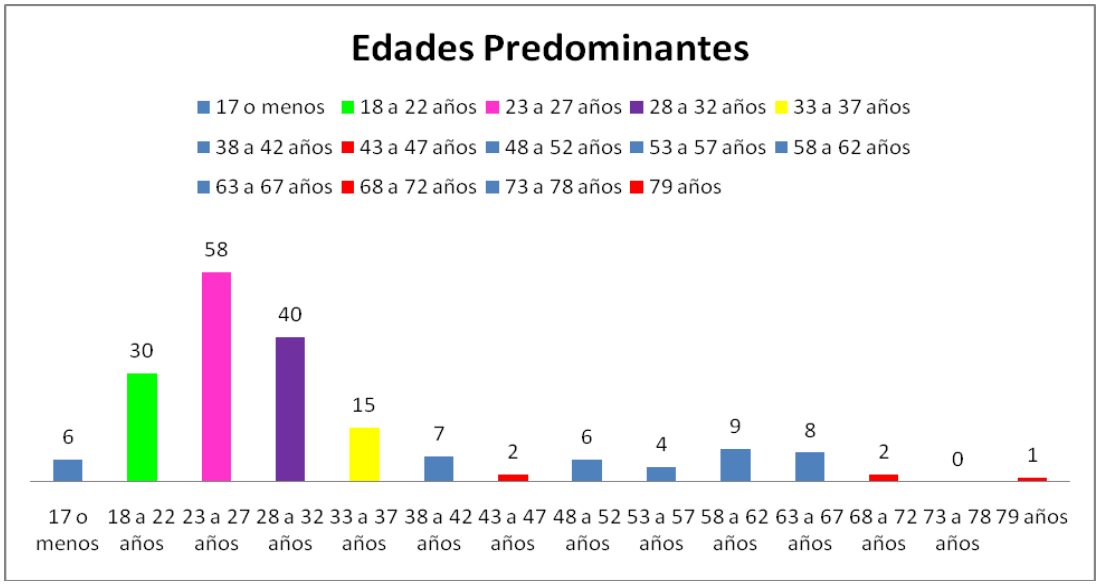
Elaborado por: Isabel Zurita
Fuente: Planificación anual de AGS

De acuerdo a los datos observados en la tabla podemos determinar que las mujeres representan la mayoría de las estudiantes que posee actualmente AGS, y que durante el

mes de septiembre es cuando más viajan tanto mujeres como hombres, así también como en los meses de marzo, mayo y noviembre.

Grafico No. 5

Rangos de edades predominantes



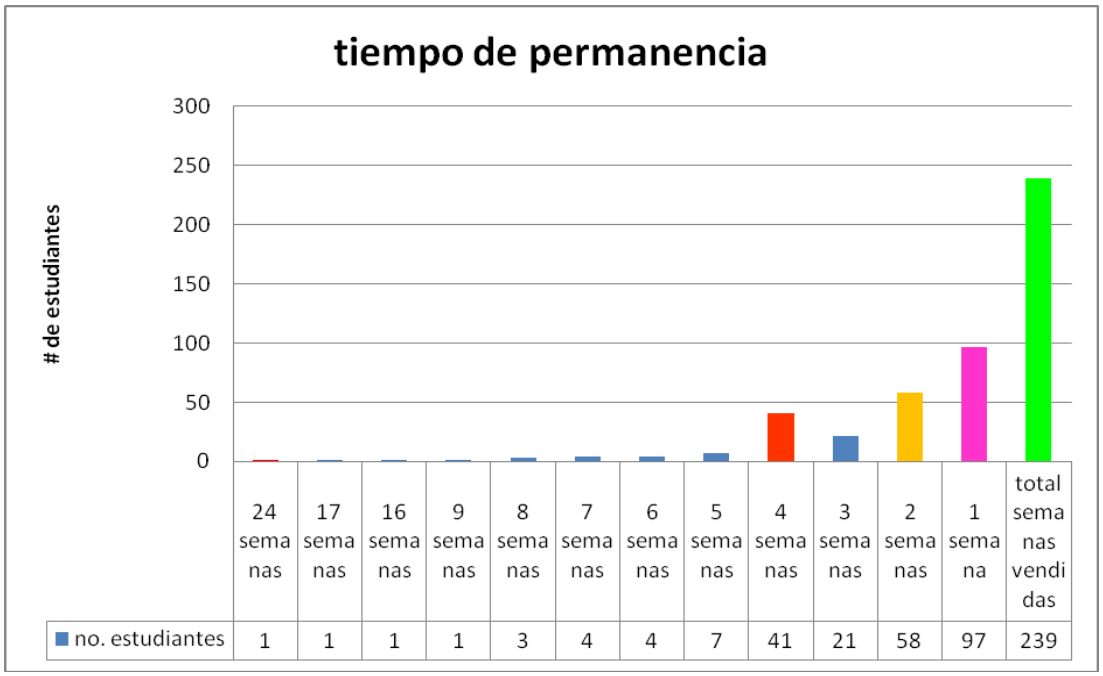
Elaborado por: Isabel Zurita
Fuente: Planificación Anual de AGS

En rango de edad predomínate dentro de los estudiantes que AGS tuvo durante el año 2010, fue de 23 a 27 años con un numero de 58 estudiantes, seguido por 40 estudiantes quienes estaban entre las edades de 28 a 32 años, y un número considerable de estudiantes menores a 22 años, mientras que el numero presenta una clara disminución para los estudiantes de más de 37 años.

Grafico No. 6

Tiempo de permanencia

El tiempo de permanencia esta analizado por el número de semanas contratadas por cada estudiante.

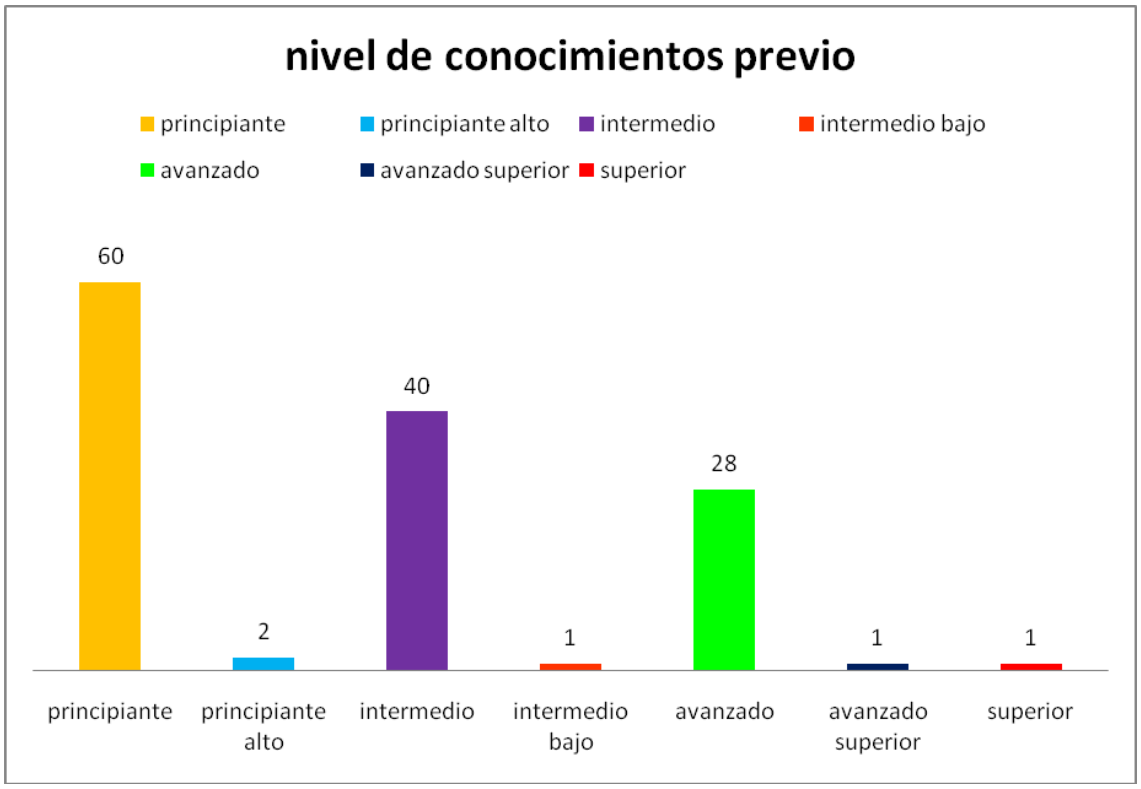


Elaborado por: Isabel Zurita
Fuente: Planificación anual de AGS

Según los datos proporcionados por AGS y expresados en el grafico no.6 la mayoría de estudiantes de AGS compran ente una a 4 semanas, siendo los que compran una semana lo más común, con un total de 97 estudiantes quienes escogieron esta opción.

Grafico No.7

Nivel de conocimientos previos en español



Elaborado por: Isabel Zurita

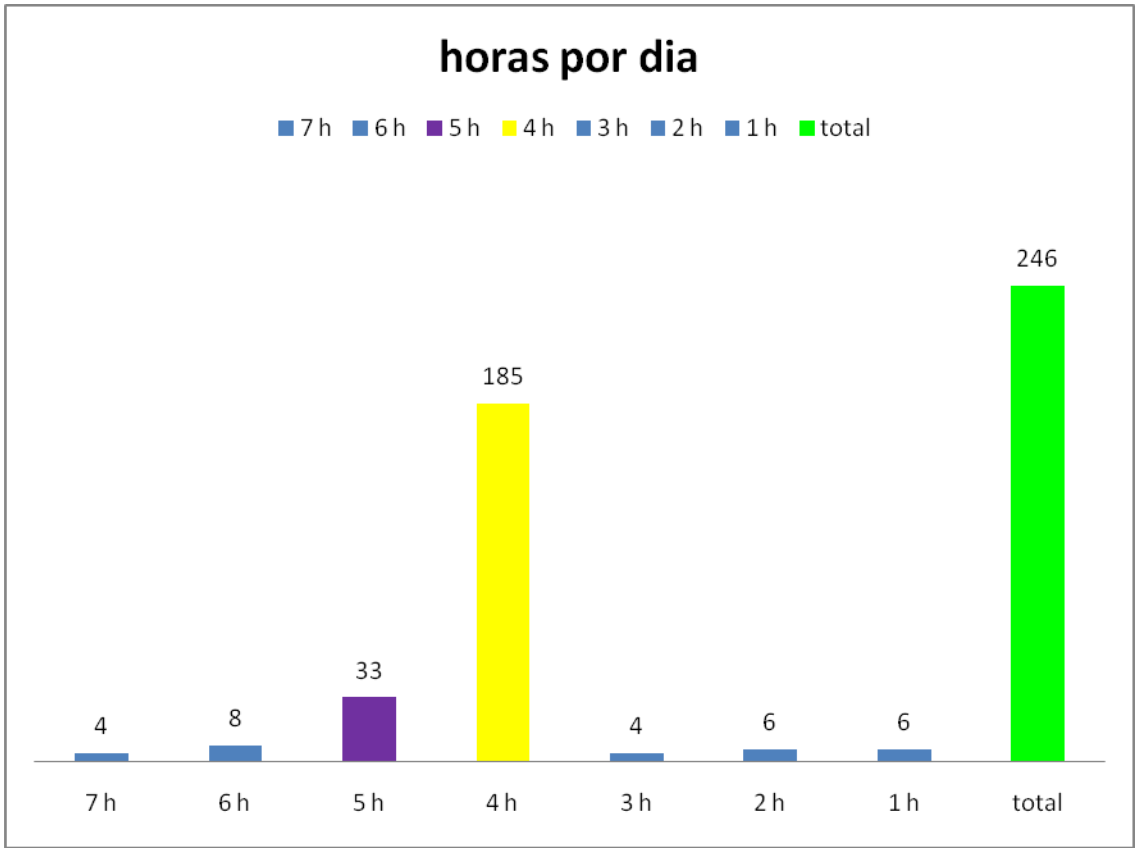
Fuente: Planificación anual de AGS

Como se puede observar la mayoría de estudiantes que forman parte del mercado de AGS son estudiantes de nivel principiante, es decir no tienen conocimientos previos de español, así también como existe un número interesante de estudiantes que ya poseen un nivel intermedio y vienen a mejorar sus conocimientos.

Lo que llama la atención de este cuadro es el alto nivel de estudiantes con un nivel de conocimientos avanzado quienes buscan en la institución las herramientas y servicio de calidad para perfeccionar sus conocimientos previos en el idioma español.

Grafico No. 8

Horas tomadas por día



Elaborado por: Isabel Zurita
Fuente: Planificación Anual de AGS

Como se puede observar en la tabla no. 8 y gracias a los datos proporcionados por AGS en su planificación así también como la colaboración de la señorita Andrea Torres, se puede determinar que el numero predominante de horas de estudio entre los estudiantes de AGS

es de 4 horas por día, lo cual según la señorita Torres es lo más recomendado para el correcto aprendizaje y aprovechamiento de las horas invertidas al estudio de español, ya que según ella, esto permite al estudiante crear un ritmo de trabajo apropiado y mantener una disciplina de estudio que conlleva a un mejor aprendizaje.

2.6. Metodología de enseñanza

La principal metodología y filosofía de enseñanza de AGS es que los estudiantes se sientan como en casa.

Cada estudiante recibe una programación de estudios personalizada, siguiendo los más altos estándares de calidad.

Para el mejor aprovechamiento de los estudiantes existen tres métodos de estudio, los cuales enumeraremos a continuación.

2.6.1. Clases grupales

Las clases grupales parten desde dos estudiantes hasta un máximo por grupo de 5 estudiantes, los cuales deberán poseer el mismo nivel de conocimiento para avanzar todos a un mismo ritmo.

El profesor se basa en ejercicios de comprensión gramatical, auditiva, y visual para el mejor aprendizaje del grupo, combinándolo con actividades al aire libre, ejercicios prácticos, y talleres.

2.6.2. Clases individuales

Las clases individuales son las seleccionadas más comúnmente por los estudiantes y consisten en un profesor por aula con un solo estudiante, esto permite al estudiante aprovechar al máximo su hora de clases y recibir atención totalmente personalizada, ya que el profesor se enfoca en las necesidades del estudiante y dedica ejercicios adecuados para reforzar los temas en los que hay menor conocimiento y así avanzar de nivel.

2.6.3. Clases online

Para los estudiantes que se encuentran en Ecuador pero carecen del tiempo necesario que movilizarse a la escuela requiere, así también como para todos quienes habitan en el extranjero, AGS presenta la posibilidad de tomar horas de clase individuales online, es decir mediante el uso de herramientas tecnológicas como los son el uso de la computadora y el internet, herramienta mediante la cual se comunican con el software adecuado el cual permite a los alumnos entablar una video conferencia con su profesor o profesora y llevar su clase, tal como si estuvieran en la modalidad presencial.

Los profesores envían ejercicios diarios a los estudiantes los cuales deberán realizar a modo de tareas y son estos revisados en la siguiente clase, para corregir errores y despejar dudas.

De esta forma los estudiantes online revisan la materia de forma constante.

3. ANÁLISIS DEL ENTORNO

3.1. Análisis del macro entorno de AGS

Para esta sección se realizara un análisis PEST, el cual quiere decir un análisis del entorno general que rodea a AGS y los factores que le afectan como empresa, los mismos que son:

- **P**olítico – legales

En este caso, según lo que Agustín Nuñez, en calidad de dueño y representante legal de la escuela nos comenta, tanto como para la Fundación AGS Estudios Globales Andinos, así como para todas las escuelas de enseñanza del idioma de español, en la ciudad de Quito, y dentro de Ecuador, el ente que rige su legislación es el Ministerio de Educación, el cual exige requisitos tales como:

- Justificación del centro, del giro de negocio
- Estudio socio económico del entorno
- Cuadro del personal a contratarse con sus títulos y con sus contratos legalizados



(normalmente requieren para la legalización un porcentaje de profesionales en la enseñanza de lenguas)

- Estudio de sostenibilidad económica del proyecto
- Plano de las instalaciones

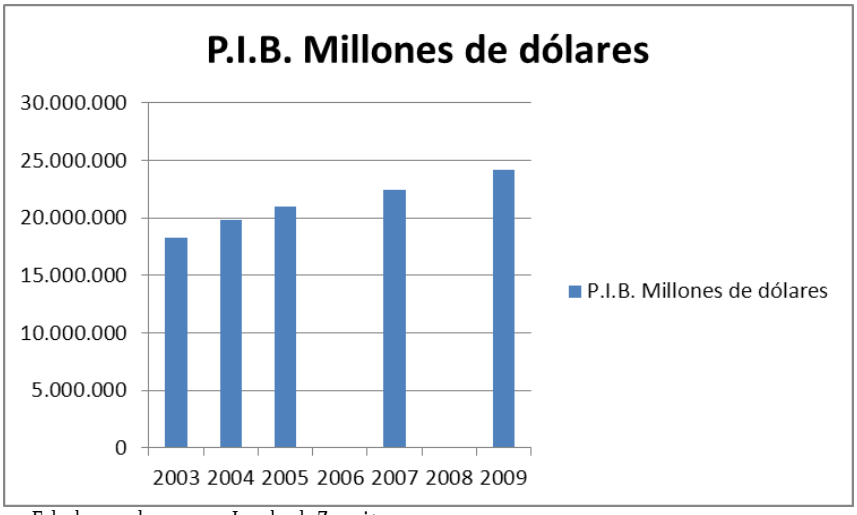
Este tipo de requisitos ya representan una barrera de entrada para los nuevos competidores, siendo el caso que estos trámites pueden demorar de meses a más de un año, concluyendo con la visita de un supervisor del ministerio de educación a la institución, a fin de certificar la documentación y las instalaciones.

Tras realizar los trámites en el ministerio de Educación, se espera recibir un acuerdo ministerial con el que se puede tramitar en el SRI un # de RUC de educación, y con esto se obtiene la exoneración de cobre del IVA por servicios educativos.

- **Económicos**

Dentro del plano económico para el ecuador, se puede realizar primariamente un análisis de la evolución del P.I.B. hasta el año 2009, con datos actuales obtenidos por medio de ecuador en cifras.com.

Grafico no. 9 **Evolución del Producto Interno Bruto**



Elaborado por: Isabel Zurita
Fuente: Ecuador en cifras.com

Como se puede observar en el Grafico no. 9 la evolucion del P.I.B con el paso de los años ha sido favorable para el Ecuador, y ha ido en aumento.

Según el INEC el 10 % de la población más rica y el 10% de la población más pobre poseen una enorme diferencia en lo referente a la percepción de ingresos. El 10% más rico subió 10 puntos porcentuales entre 1990 y 2000, mientras que la parte más pobre disminuyó casi un punto porcentual es decir de 1,8% al 1,1% .

Esta variación según el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE), se debe en su mayor a parte a los cambios en la estructura productiva, las políticas económicas y la acción social de agentes públicos y privados.

- **Socio-culturales**



Siendo el caso de AGS diferente en cuanto al mercado que atrae, por ser un mercado 100% extranjero, las actitudes y métodos de compra y venta, varían de acuerdo a las nacionalidades, los estudiantes que frecuentan AGS son de varios países como Estados Unidos, Alemania, Japón, Corea, China, Suiza, Holanda, entre otros.

Por experiencia personal al ser Administradora General de AGS he podido percibir que los estudiantes extranjeros tienen absoluta confianza a realizar compras por internet, y no temen en aventurarse a viajar a otro país para estudiar un nuevo idioma si al momento de un contacto con la escuela sus preguntas e inquietudes son respondidas de manera adecuada, oportuna y detallada, esto les genera la confianza para realizar la compra.

Como se pudo observar en el capítulo no 2, gran parte del mercado que acude a AGS son de nacionalidad estadounidense, de edades entre los 23 a los 27 años y alrededor del 60% de quienes acuden son mujeres.

Según conversaciones con Andrea Torres quien es la encargada directa de la venta de los paquetes, es muy diferente vender un paquete a un estudiante latino, por ejemplo de Brasil, que a un estudiante europeo o de Estados Unidos, esto en base a su experiencia y según nos lo comenta es debido a los avances dentro de la sociedad de cada país, así como su nivel económico, de cultura y educación.

Los estudiantes Asiáticos, debido a los grandes avances tecnológicos con los que cuentan y al estilo de vida que mantienen, tienden a ser mucho más exigentes en cuanto a horarios, capacitación del profesor, técnicas de enseñanza y recursos utilizados todo esto en orden de un aprovechamiento del 100% de su tiempo y dinero invertido en su educación.

En cuanto al método de compra, hasta el momento según lo que Andrea Torres nos comenta, el 100% de estudiantes Japoneses que acuden a la escuela son contactados mediante una agencia de viajes que funciona como intermediario entre los estudiantes por llegar y la escuela, según lo que Yunko Tadaki, estudiante japonesa actualmente matriculada en la escuela nos comenta que esto se debe a que los estudiantes Japoneses necesitan tener

recomendaciones y experiencias previas que les certifiquen que el lugar que van a visitar sea confiable y de calidad, una vez que obtienen las recomendaciones necesarias de estudiantes pasados realizan la compra de su paquete de español, confiados de que su experiencia va a ser igual o menor de la de quien se los recomendó.

Mientras que los estudiantes latinos, en este caso específico, los brasileros muestran cierto grado de desconfianza y sienten la necesidad de comprobar que todo este correcto antes de la compra de un paquete de clases en efecto la realiza una vez llegados al país, después de visitar la institución personalmente, y conocer a su personal administrativo y académico.

En el caso de estudiantes de Suiza, Francia, Alemania, entre otros planean su viaje con anterioridad, muchas veces patrocinados por sus empresas de trabajo, haciendo el contacto al igual que los estudiantes Japoneses por medio de agencias de viajes asociadas con la escuela, o lo realizan personalmente vía correo electrónico, estos estudiantes confían en que lo ofrecido dentro del contenido de la página web de Andean Global Studies en este caso o lo ofrecido por la agencia por medio de quien hicieron el contacto, es exactamente lo que van a recibir a su llegada.

Es por esto que AGS se caracteriza por dar un servicio de excelencia tanto a nivel académico como personal y profesional, ya que esto influye en su

prestigio dentro de las escuelas con las que compite así también como un excelente nivel de reconocimiento entre los estudiantes.

- **Tecnológicos**

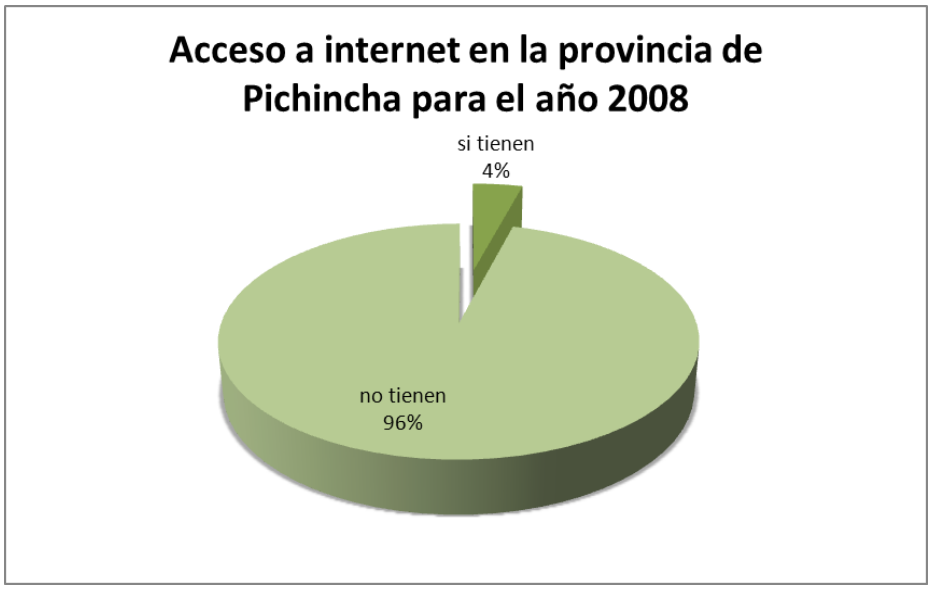


Como aspectos tecnológicos fundamentales los que más conciernen a la fundación AGS estudios globales andinos son todo avance en la tecnología que influya en la calidad de sus servicios.

Es por esto que se analizara primordialmente el uso de la computadora y del internet, ya que como nos comenta el profesor Renán Villamarin en la entrevista realiza, estos medios se han convertido en una gran herramienta de trabajo al momento de dictar clases de español, "on-line"

Grafico no. 10

Análisis del acceso a internet en la provincia de pichincha para el año 2007

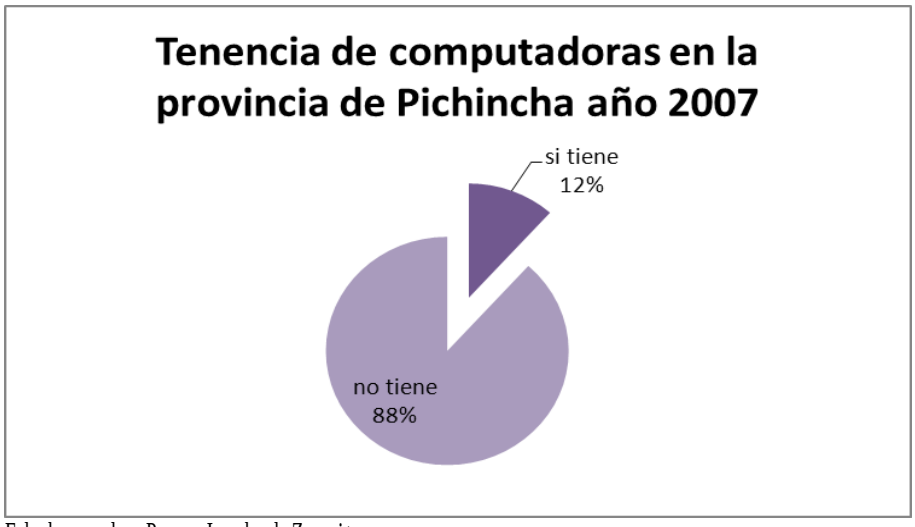


Elaborado Por: Isabel Zurita
Fuente: Ecuador en cifras.com

De acuerdo al total de la poblacion tomada en cuenta para este analisis el cual fue de: 110820,88, el 4% de personas de pichincha tiene acceso a internet, lo que en este caso representa una gran ventaja para AGS ya que como explica Agustín, la escuela cuenta con la infraestructura y equipos necesarios para suplir las necesidades tecnológicas de los profesores al momento de dictar una clase online

Grafico no. 11

Analisis del la tenencia de un computador en la provincia de pichincha para el año 2007



Elaborado Por: Isabel Zurita
Fuente: Ecuador en cifras.com

Grafico no. 12

Analisis de la tenencia de un computador en la provincia de Pichincha para el año 2008



Elaborado Por: Isabel Zurita
Fuente: Ecuador en Cifras.com

Como se puede observar en el Grafico 11 y 12 respectivamente el 12% y 15% de la poblacion consultada tiene un computador, factor que una vez mas representa una ventaja para Andean Global Studies, ya que esto representa una barrera de ingreso para quienes deseen explotar el mercado de las clases via internet, ya que la inversion para adquirir equipos computacionales es relativamente alta.

Grafico no 13

Analisis del uso de internet en la provincia de Pichincha para el año 2008



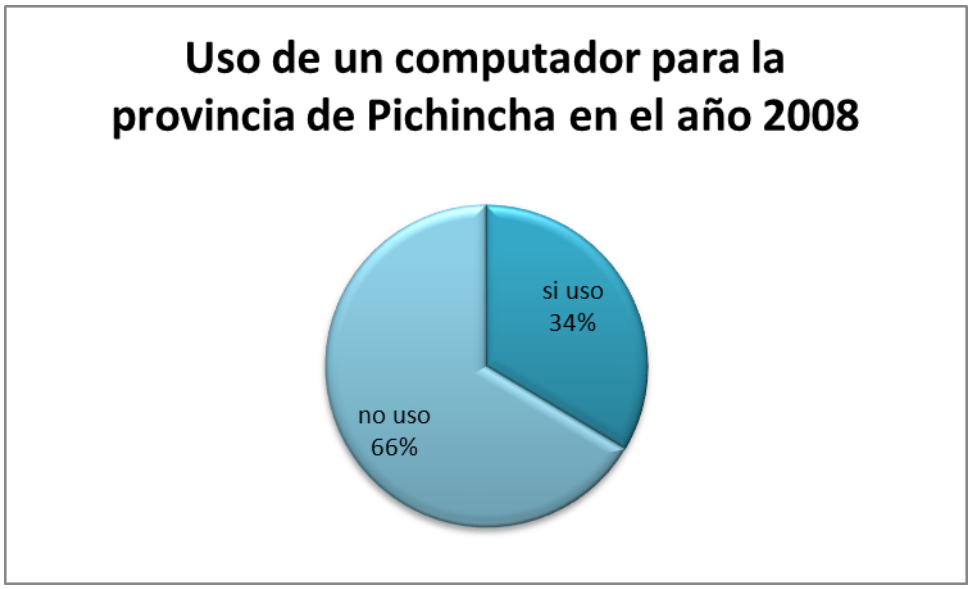
Elaborado por: Isabel Zurita
Fuente: Ecuador en cifras.com

El uso del internet en la provincia de Pichincha como se puede observar en el Grafico no. 13, representa con un 18% a quienes han utilizado internet en el año 2008, lo cual es menos de la mitad de la poblacion consultada.

Este factor no afecta directamente a la Fundacion AGS ya que según como Renan Villamarin comenta, la escuela brinda constante capacitacion a sus profesores para el uso adecuado de esta herramienta.

Grafico no 14

Analisis del uso de un computador en la provincia de Pichincha para el año 2008

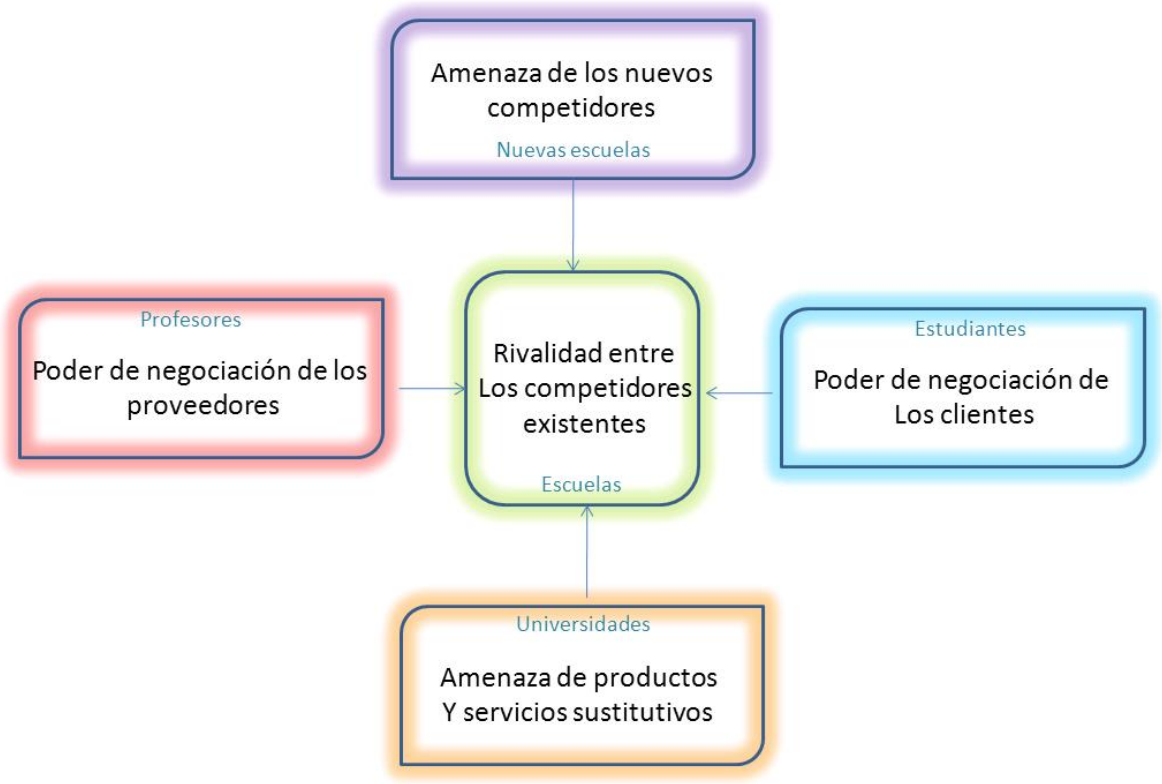


Elaborado por: Isabel Zurita
Fuente: Ecuador en cifras.com

Gracias a los datos obtenidos en Ecuador en Cifras. Com los cuales han sido actualizados hasta el año 2008, se puede tener una idea de como ha ido evolucionando y aumentando el uso del computador para los años posteriores, siendo el caso que en el año 2008 el 34% de la poblacion consultada ya uso un computador.

3.2. Análisis del micro entorno de ACS

Para el análisis del micro entorno se estudiaran las 5 fuerzas de Porter:



Elaborado por: Isabel Zurita
Fuente: Andean Global Studies

3.2.1. AMENAZA DE LOS NUEVOS COMPETIDORES

Para la Fundación AGS Estudios Globales Andinos la amenaza de nuevos competidores es constante, sin embargo en la actualidad la creación de la Asociación de Escuelas de español en el año 2008, representa una barrera de entrada a las nuevas escuelas que aspiran tener cierto nivel de prestigio, ya que las escuelas quienes forman parte de la Asociación se caracterizan por su excelente calidad, profesionalismo, y años de experiencia.

En base al análisis del macro entorno realizado anteriormente, los aspectos legales para la creación de una escuela de español también representan una barrera de ingreso interesante así como los aspectos tecnológicos que se ven influenciados directamente de la inversión que realicen las escuelas tanto en equipos como en capacitación.

3.2.2. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES

La rivalidad entre los competidores existentes representa una amenaza fuerte para AGS, ya en base a su experiencia, según nos comenta Andrea Torres en la entrevista mantenida con ella; los estudiantes al solicitar información investigan a más de una escuela a la vez y con la información obtenida realizan su propia comparación de precios, calidad, y servicios adicionales ofertados.

Es por esto que en este caso Andean Global Studies debe esforzarse por demostrar al estudiante que escoger AGS es la mejor alternativa para sus estudios de español en el Ecuador.

En este caso Andrea Torres, quien es la persona encargada de las ventas, tiene la potestad de ofrecer descuentos, o paquetes turísticos a los estudiantes para hacer de su estadía una experiencia memorable.

3.2.3. AMENAZA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTITUTIVOS

De acuerdo a Andrea Torres los productos y servicios sustitutivos para AGS son las universidades e institutos que ofrecen el estudio del idioma español como una lengua alternativa a la de los estudiantes, como ejemplo Andrea menciono a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, La Universidad San Francisco de Quito, el instituto de idiomas EF, entre los principales, estos centros no son escuelas de español establecidas por lo tanto no representan una amenaza directa para AGS, pero si forman parte del Marquet share.

Agustín Nuñez nos comentó que las diferentes escuelas y colegios no representan una amenaza mayo para Andean Global Studies ya que los servicios que la fundación presta son para estudiantes mayores de 18 quienes han culminado sus estudios secundarios en la mayoría de los casos.

3.2.4. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

De acuerdo a la información proporcionada por AGS, el poder de negociación de los proveedores es un aspecto importante, para la escuela sus proveedores son en este caso el factor humano, es decir sus profesores.

El valor de la hora es un costo que varía de profesor en profesor dependiendo de su poder de negociación en los términos de su contrato con Agustín Núñez quien es el directo responsable de las contrataciones de personal en AGS, por lo tanto el poder de negociación de los profesores con Agustín, representa un factor crucial para AGS.

3.2.5. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

El poder de negociación de los clientes, en este caso de los estudiantes de AGS, y de los Agentes quienes comisionan por programa vendido, representa un aspecto importante para la economía de la escuela, en este caso los estudiantes en ocasiones proponen un descuento o regatean el precio, aquí es donde entra la perspicacia del personal de ventas encarnado en la figura de Andrea Torres, quien bajo la autorización de Agustín Núñez negocia el precio y los valores agregados que ofrece al estudiante.

La principal política de la negociación es ofrecer hasta un 30% de descuento dependiendo el caso, y el periodo de permanencia del estudiante, así como los beneficios y buenas recomendaciones que pueda aportar a AGS en un futuro dicho estudiante satisfecho, por lo cual en estos casos Andrea podrá ofrecer incluso paquetes turísticos de ser necesario si se considera que el beneficio a largo plazo va a ser mayor.

4. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.1. Investigación Cualitativa

Para esta investigación se han realizado 6 entrevistas diferentes a personas dentro del sector turístico y educativo con el fin de conocer sus opiniones acerca del estudio del español en el Ecuador, así como el país, como atractivo turístico.

Entrevista no 1

Entrevista realizada: Economista. Agustín Núñez

Perfil: Director y propietario Actual de la Escuela: Fundación AGS Estudios Globales Andinos.

1. **¿Bajo qué iniciativa o concepto nace la idea de crear una escuela de español para extranjeros?**

Partiendo de las exitosas experiencias de ser familia anfitriona de estudiantes de español en el Ecuador y considerando al mismo tiempo la importancia y

crecimiento de la lengua española en el mundo, así como las ventajas turísticas que ofrece nuestro país como destino, fue como nació la idea de la escuela.

2. ¿En dónde fue creada la escuela?

El primer local de la escuela en Quito, fue en una oficina con 3 ambientes. La misma que luego de superar la óptima utilización de su espacio y horario de ocupación, demando el cambio de local.

3. ¿En qué fecha fue creada la escuela?

En el año 2001.

4. ¿Cuál fue el proceso de creación por el cual paso AGS para ser lo que es en la actualidad?

Luego de rentar el local y adecuarlo a las necesidades, se procedió a la comercialización y marketing de la idea y sus productos.

Luego vino la contratación de personal y legalización de la institución. El proceso de crecimiento se ha debido a una constante inversión en publicidad y establecimiento y desarrollo de contactos, creación de nuevos programas y una mejora continua en la calidad de nuestros servicios.

5. ¿Quién creo los programas que oferta AGS?

Su actual Director y propietario, en base a una investigación de la oferta internacional y nacional.

6. ¿Quienes participaron en la creación de la escuela? Su director.

8. ¿Cómo nace de idea de formar parte de una sociedad con otras escuelas?

En la búsqueda de ampliar la oferta de programas y obtener servicios más integrales y sin competencia.

9. ¿Cuándo se concreta la sociedad con las escuelas de Cuenca, Manta y Montañita?

La oferta con Manta se conformó en los inicios de la escuela, esto es en el primer año. Conforme la demanda requirió se amplió en el 5 año la oferta a

Cuenca y Montañita, esta última que fue desarrollada por unos de nuestros socios estratégicos.

10. ¿Cuáles son los momentos más relevantes dentro del a historia de AGS?

Una de las circunstancias que para la escuela es motivo de satisfacción, ha sido el momento en que parte de sus reservaciones constituían las recomendaciones de ex estudiantes. Esta condición especial ha sido la que nos permitió considerar un crecimiento sostenido.

La compra de nuestro local propio, lo cual nos permitió adecuar el establecimiento acorde a nuestras necesidades y lo que logramos en el 5to año.

Motivo de satisfacción personal han constituido, a lo largo de la historia de la escuela, el contratar cada vez un número mayor de personal con los impactos positivos que esto tiene en la sociedad.

El ser posicionado en algunos de los sitios de referencia de escuelas de español, como una de las de mayor prestigio y reputación. Esto incluye la publicación en guías internacionales de viaje como Riese Know How, una guía japonesa, y diferentes sitios en el internet.

Entrevista no. 2

Entrevista realizada a: Ma. Clara Wohlermann

Perfil: Directora de la escuela de español "Intensive Spanish - Ecuador"

1. **¿Cómo nace su iniciativa de poner una escuela de español?**

   Por mi larga experiencia en esta actividad y una vez que la escuela anterior se cierra por motivos administrativos, decido continuar por mi cuenta con Español Intensivo- Ecuador.

2. **¿Cuál considera usted que es el factor decisivo más importante por el cual los estudiantes escogen al Ecuador como destino de estudio?**

   La pureza de idioma, los atractivos turísticos y el factor económico.

3. **¿En base a su experiencia cuales la clave del éxito para que los estudiantes que ya han estado en su escuela anteriormente, regresen?**

   Darles además de clases, ayuda en todo sentido para que se sientan bien y seguros.

4. **¿Considera usted que influye en la decisión de los estudiantes el hecho de que su escuela sea miembro de la Asociación de Escuelas de español?**

Por lo pronto, no, tiene que tomar más fuerza la Asociación para que se conocida internacionalmente.

5. **¿Qué beneficios ha aportado para su escuela el ser miembro asociado del Instituto Cervantes?**

La anterior escuela era centro asociado, para ésta estoy comenzando con los trámites, en todo caso, es la marca de calidad más importante, y los estudiantes, sobre todo europeos, buscan eso. Además el hecho de tomar los exámenes DELE que cada vez son más conocidos.

6. **¿En su opinión cuál sería el porcentaje de estudiantes que prefieren calidad sobre precios?**

Tal vez un 40%, la competencia ofrece precios muy bajos y captan estudiantes de otro nivel pero que son la mayoría.

7. **¿Qué factores claves debe ofrecer una escuela de español a sus estudiantes para que sea exitosa?**

Seriedad y compromiso de servicio, además de la calidad académica, por supuesto.

8. **¿De entre las escuelas de español existentes en la ciudad de Quito, cuál considera usted que es su principal competidor?**

   No tengo idea.

9. **¿Qué valor agregado les daría a las escuelas de español para atraer más estudiantes?**

   Clases especiales como conversación, baile, música, películas.

10. **¿Cómo visualiza el futuro de la enseñanza de español en el Ecuador para los próximos años?**

    Como una actividad muy lucrativa si hubiera un poco más de apoyo del Estado como es en otros países.

Entrevista no 3

Nombre: Renán Villamarin

Perfil: Profesor de español de la escuela AGS con más de 10 años de experiencia

1. ¿Qué le motivo a convertirse en profesor de español?

Mi vocación de maestro me motivó para dedicarme a enseñar español como lengua extranjera. Estudié en la facultad de Ciencias de la Educación y los conocimientos adquiridos en didáctica han hecho que me enrumbe en este campo.

2. ¿Cuantos años de experiencia tiene ya en esta rama?

Tengo 14 años trabajando como profesor de español

3. ¿Que considera que debe aportar un profesor de español, además de sus conocimientos para que la experiencia del estudiante sea integral y su aprendizaje de calidad?

Es fundamental que el profesor, sin dejar de ser profesional, sea una persona abierta a entablar una relación más cercana con el estudiante. El profesor de español en muchos casos tiene que ser psicólogo para descubrir lo que el estudiante está buscando, es decir en muchos casos ellos no solamente quieren aprender otro idioma sino que buscan a una persona para conversar, para contar sus problemas o simplemente buscan una persona que les escuche.

4. ¿Qué métodos de enseñanza considera usted que son los mejores para el aprovechamiento de los estudiantes?

Depende, he llegado a comprender que un estudiante joven por lo general aprende por repetición mientras que un estudiante adulto aprende por comparación. El profesor de español no puede cerrarse a un solo método ya que cada estudiante es único y diferente por lo que en algunos casos funciona la inducción y en otros la deducción, unos son visuales y otros auditivos e inclusive se puede aplicar el juego con la finalidad de lograr un aprendizaje significativo por parte del estudiante.

5. ¿A su criterio todos los estudiantes aprenden igual?, si? No? Porque?

No, porque cada ser es un ser único e individual. Además influyen otros factores como patrones familiares, entorno...etc.

6. ¿Qué estudiantes son los que tienen más facilidad para aprender el idioma?

En mi experiencia como profesor de español he evidenciado que los europeos aprenden con mayor facilidad, y de ellos los alemanes y los suizos.

7. ¿Cuáles son los estudiantes que tienen más dificultad para aprender el idioma?

Los estado unidenses.

8. ¿En caso de los estudiantes que presentan dificultad, que técnicas alternativas de enseñanza considera usted que podrían ser útiles?

Como he mencionado anteriormente no nos podemos cerrar a un solo método o a una sola técnica, es importante hacer uso de todos los medios para lograr que es estudiante aprenda desde la elaboración de ensayos, entrevistas... hasta el uso de la mímica

9. ¿Considera que los recursos audiovisuales son útiles para el aprendizaje de español?

Definitivamente son muy importantes ya que un idioma implica: ver, hablar, escuchar y entender.

10. ¿Cómo cree usted en base a su experiencia que los estudiantes aprenden mejor, de modo presencial dentro de la escuela o vía clases On-line?

Se dice que no hay nada como lo presencial pues es una vivencia en donde participan todos los sentidos. Pero en la actualidad la tecnología ha desarrollado tanto que la diferencia no es mayor.

Entrevista no 4.

Nombre: Ana Lucia Guevara

Perfil: Ingeniera en Gestión Turística y Preservación Ambiental, con experiencia como guía turística y trabajando en Turismo Receptivo, actualmente ocupa el cargo de Ejecutiva de Cuenta División de Cruceros (Account Executive Cruise Line Division) para la empresa Metropolitan Touring

1. ¿Qué le motivo a usted estudiar turismo?

Mis principales motivaciones fueron: el gusto por viajar, las ganas de conocer gente de todo el mundo y ser capaz de mostrar las maravillas que poseemos en nuestro país y la oportunidad de aprender y conocer más a fondo todo lo que el Ecuador tiene para ofrecer.

2. ¿Cuáles son los principales destinos turísticos que Ecuador tiene por ofrecer?

El destino más famoso mundialmente son las Islas Galápagos, y por supuesto es uno de los más importantes. Otros destinos importantes son: Quito, Guayaquil, Cuenca, la Avenida de los Volcanes, La Ruta del Spondylus y por supuesto la Amazonía (Yazuní y Cuyabeno)

3. ¿En cuanto a seguridad para el pasajero, como considera usted al Ecuador?

Este es un tema con el que aún se tienen dificultades, actualmente Ecuador está teniendo graves problemas con la delincuencia y por tal razón siempre corre riesgos la seguridad de los pasajeros. Se hace lo posible para alertar a los visitantes a ser cuidadosos y por ejemplo en Quito existe la policía turística que está presente en los principales atractivos de la ciudad, pero a nivel nacional aún no existen las suficientes garantías para la seguridad no solo de los turistas sino también de la población en general y esto afecta al flujo de visitantes que se recibe anualmente.

4. ¿Para estudiantes extranjeros que destinos recomienda no dejar de visitar dentro de Ecuador?

La Amazonía y las Playas ecuatorianas, este tipo de visitantes no vienen con presupuestos grandes por lo que en la mayoría de los casos se les dificulta visitar las Islas Galápagos ya que este es un destino costoso. Por esta razón lugares como Baños, Tena, Montañita, Canoa, Atacames, entre otros son destinos que ofrecen

facilidades y actividades atractivas a costos más alcanzables y en donde pueden disfrutar de la belleza del Ecuador.

5. ¿Considera usted que el hecho de que las Islas Galápagos pertenezcan al Ecuador constituye un factor atrayente para los turistas?

Si, en muchos de los casos la visita a Galápagos es el principal motivo para que turistas de todo el mundo visiten el Ecuador y hasta hace pocos años era prácticamente la única razón por la que Ecuador era considerado un destino turístico. Actualmente se ha cambiado ya esta percepción y se conoce al país por otros atractivos también pero sin duda alguna Galápagos es un factor muy importante para atraer el turismo al país.

6. ¿En su opinión, que tipos de turismo son posibles de realizar en el Ecuador?

En nuestro país se puede practicar todo tipo de turismo tanto Turismo Natural como Turismo Cultural, con todas las diversas categorías que encierran estos dos, como por ejemplo:

Turismo Cultural: Urbano, Arqueológico, Patrimonial, Etnográfico, Gastronómico, Salud, etc.

Turismo Natural: Ecoturismo, Aventura, Comunitario, Rural, Agroturismo, de Sol y Playa etc.

7. ¿Según su criterio, que destinos podrían ser el complemento perfecto para pasajeros que vienen al país principalmente para aprender español?

Las ciudades principales como son Quito, Cuenca y Guayaquil así como también ciudades más pequeñas como Otavalo, Manta, Cotacachi, las montañas como el

Cotopaxi, Cayambe y Chimborazo y como mencione anteriormente la Amazonía y Playas ecuatorianas.

8. ¿Según su experiencia, que actividades turísticas son las que más atraen a los pasajeros de entre 20 a 30 años?

Este grupo esta principalmente interesado en actividades de más acción, es decir turismo más participativo y que brinde mayores experiencias, buscan involucrarse más con el medio ambiente y la cultura local, es decir Turismo Natural por encima del Turismo Cultural, por esta razón estos grupos de pasajeros disfrutan mucho de: Turismo de Aventura, Ecoturismo, Turismo Comunitario, Turismo de Diversión, Turismo de Sol y Playa, entre otros.

Entrevista no. 5

Nombre: Ugo Awa

Perfil: Estudiante médica, que visito la escuela en el pasado

1. How did you found out about Andean Global Studies?

Your website was on a list of websites on my school's international electives internet page

2. What convinced you of coming to this school (AGS)?

a. Cost

b. Program : I liked the Spanish classes as well as clinic hours

3. What didn't you liked about the school at first sight?

I didn't like that I lived a bit far from it at first but I eventually got used to it.

4. What do you think about the Andean Global Studies Medical Program?

I think what made it so enjoyable was all of the faculty and staff there. Everybody was so open and nice.

5. Why do you consider it is important to travel to a native speaker country to learn Spanish?

I am interested in Global Health so the idea of traveling to native countries appeals to me so I can learn about different types of medicine.

6. Why did you choose Ecuador as a destiny for learning Spanish language?

Ecuador was on the list of places other students from my school had gone to, and enjoyed themselves.

7. Was Ecuador's accent a positive influence for you to choose to learn Spanish here?

Not in particular

8. Would you come back to AGS? Yes / no why?

Yes of course. However, I don't know when but hopefully sometime in the future.

9. Would you recommend Andean Global Studies to other students? Yes / no why?

Yes. I didn't want to be constricted in a program so any student that wants to be a bit independent should definitely consider this program.

10. What would you improve of the Andean Global Studies Medical Program?

More than two weeks in clinic would be nice. Maybe the entire time you're there you could be doing Spanish classes and clinic hours

11. What did you liked the most about AGS School?

The people

12. What did you liked the most about Ecuador?

Being able to learn Spanish

13. Which was your idea, or concept of Ecuador before you came?

I just knew it would be a Spanish speaking nation which is what I wanted.

14. What would you change / improve of Ecuador?

It's not for me to decide what should be changed or improved. I was just a visitor. Ecuador's people should answer this.

15. Did you have more school options in Quito, besides AGS, if so what made you choose Andean Global Studies?

I think there was another school option but I also think it was more expensive which pushed me towards AGS.

4.2. Resumen de las entrevistas.

Las entrevistas fueron realizadas durante los meses de Marzo y Abril del año 2011 a diferentes personas involucradas en el área de estudio y enseñanza de español, así también como a personas involucradas en el área de turismo y estudiantes de la escuela.

Se realizó entrevistas a los directores de dos escuelas, a un estudiante, a un profesor y a una persona involucrada con la Rama del turismo en Ecuador.

Todas las entrevistas fueron realizadas con el fin de obtener información y opiniones acerca del turismo dentro de Ecuador así también como la mejor metodología de enseñanza del idioma.

Cada área estudiada tiene opiniones interesantes, como lo es el área académica, en donde el profesor entrevistado entre lo más relevante nos comenta que curiosamente los estudiantes que poseen mayor dificultad en aprender el idioma son los estadounidenses, así como la diferencia en tipos de aprendizaje que existen entre un estudiante joven y un adulto, puesto que los jóvenes según nos comenta el profesor aprenden por repetición, mientras que un estudiante adulto aprende por comparación.

En las entrevistas realizadas a los directores existen diferentes criterios, tal como

lo expresa la directora de una escuela de Quito, quien considera que la enseñanza de español en el Ecuador podría ser una actividad muy lucrativa en los siguientes años, si existiera un poco más de apoyo del Estado como lo hay en otros países.

4.3. Análisis de la competencia de AGS

Para el análisis de la competencia de AGS, se ha tomado en cuenta a varias escuelas localizadas dentro de la ciudad de Quito, preferentemente escuelas del centro norte de la ciudad, las mismas que se las ha considerado por tener el mismo sistema de clases, funcionamiento y servicios ofertados. Dentro de las escuelas de español consideradas como competencia directa para AGS se ha enlistado a las siguientes:

- Simón Bolívar
- Banana Spanish School
- Amazonas Spanish School
- South American Language Center
- Academia Latino Americana
- Academia de Español Quito
- Atahualpa Spanish School
- Cristóbal Colon Spanish School
- Equinox Spanish School
- Pichincha Spanish School
- Vida Verde Spanish Center
- Instituto Superior de Español
- Intensive Spanish Ecuador
- Colonial Spanish School
- EIL Spanish Language and culture

- La Lengua Spanish School
- American Spanish School
- center
- Bipo & Toni's Language Center

Se tomó en cuenta a estas escuelas por su ubicación geográfica así también como por su jerarquía de importancia dentro de las guías de escuelas de español en Quito publicadas en internet.

Como principales competidores se consideró a las escuelas miembros de la asociación ecuatoriana de centros de enseñanza de español, representada por las siglas AECEE. Los mismos que son:

1. Simón Bolívar
2. Atahualpa Spanish School
3. La Lengua Spanish School
4. Vida Verde Spanish Center
5. Andean Global Studies
6. Instituto Superior de Español
7. Intensive Spanish Ecuador
8. Colonial Spanish School
9. EIL Spanish Language & Culture Center
10. Bipo & Toni's Language Center

Estos centros de enseñanza de español que forman parte de la AECEE, buscan la

estandarización y regularización de los centros y escuela de enseñanza de español a estudiantes extranjeros, para así mantener estándares de calidad, según lo indica Manuel Corrales Pascual en la entrevista realizada por diario Hoy del día 09 de febrero del 2011.

"He tratado este asunto en anteriores entregas, y en una de ellas aludía a un amable lector (experto en la enseñanza del español a extranjeros) que coincidía con mis críticas a la deficiente preparación de no pocos llamados profesores de nuestra lengua. El aludido lector, responsable de un centro serio de enseñanza de español a extranjeros, me escribía: "¿Qué hacer? A falta de una regulación estatal, la respuesta ya le hemos dado casa adentro". Y me resume una experiencia institucional no solo atinada, sino también encomiable: "En (y aquí nombra el centro de su responsabilidad) exigimos que los aspirantes a profesores tengan un título afín a la enseñanza del idioma y alguna experiencia". Pero no se conforman con esto: "Luego, les damos un intensivo curso de inducción, que se enfoca en dos grandes áreas: a) Lengua y Comunicación, y b) Español en Contexto (que también lo denominamos Talleres)". Su preocupación, eminentemente positiva y responsable, llega aún más lejos: "En una esfera un poco más amplia, nueve centros nos hemos unido en la AECEE (Asociación Ecuatoriana de Centros de Enseñanza del Español), y estamos trabajando en capacitación, coordinación y promoción". Esto es asumir la enseñanza del español con competencia y responsabilidad. Esto es preocuparse por perfeccionar este noble ejercicio. Pero mi amable lector no puede quedarse tranquilo: "Pero somos solamente nueve … ¿Y los demás? Queremos presentar al Ministerio de Educación nuestros estatutos y una petición formal para que se regule (profesionalice) nuestra actividad; que se nos asigne a un departamento especializado en el que podamos encontrar apoyo técnico-pedagógico y una real orientación". Criterios y compromisos como el de mi amable lector nos estimulan y fortalecen nuestro cariño a la lengua materna"

Es por esta razón, y dado el hecho de que AGS forma parte de la AECEE se ha tomado a todas las escuelas que la conforman en cuenta como competencia principal para Andean Global Studies.

4.4. Análisis comparativo entre AGS y la competencia

El análisis comparativo de AGS con los actores más relevantes de su competencia se hará en base a precios, modelo de clases ofrecidas y ubicación geográfica en Quito.

4.4.1 Análisis de Precios.

Para el análisis de precios se investigó las páginas web de las escuelas anteriormente mencionadas así también como se utilizó estudiantes "fantasmas" mediante correo electrónico o llamada telefónica en algunos casos.

Las escuelas de español manejan clases de español en grupo, o individuales en su gran mayoría y unas cuantas ofrecen clases vía internet / online.

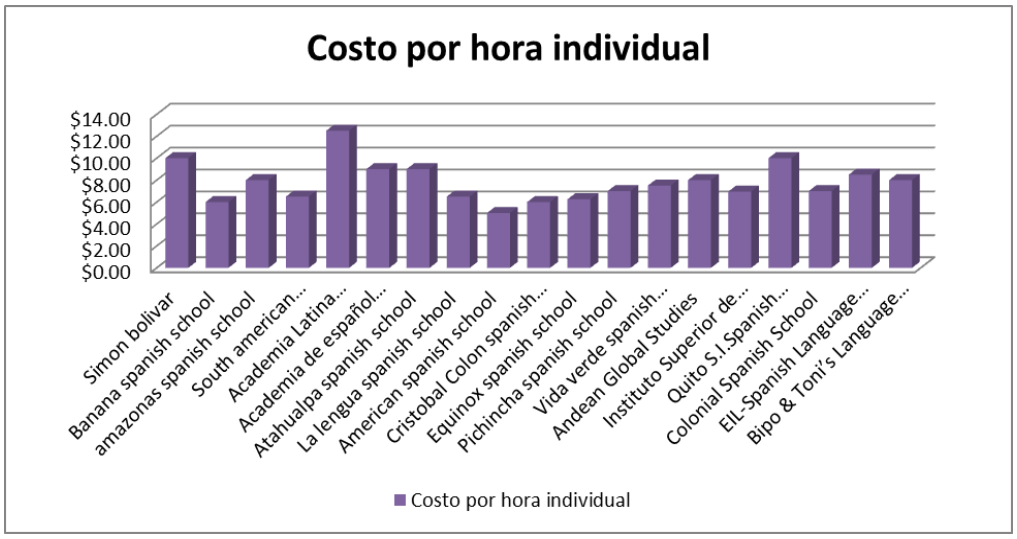
Se comparara los precios de cada tipo de clases ofertadas, así también como la acomodación que ofrecen a sus estudiantes, la misma que se da en 5 modalidades, las mismas que son:

- Homestay full board (3 comidas al día)
- Homestay Half Board (2 comidas al día)
- Homestay just breakfast (solo desayuno)
- Students Apartment (departamento de estudiantes, solo habitación y baño)
- Hotel

Comparación de Precios de Clases "One to One" / individuales

Gráfico No. 15

Comparación de Precios entre escuelas por hora individual de clases



Elaborado Por: Isabel Zurita
Fuente: Tabla No. 3

Tabla No.3

Información de precios por hora individual de clases de AGS y la competencia

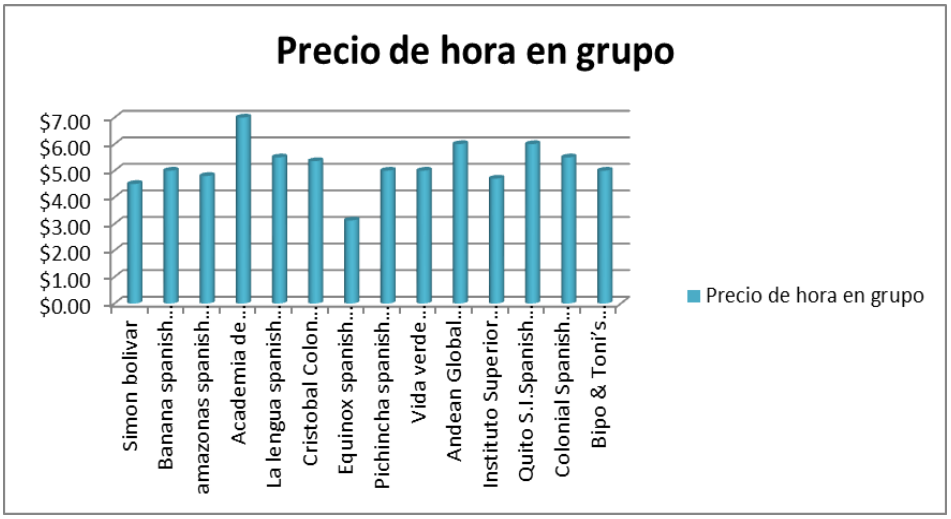
PRECIO POR HORA "ONE TO ONE"	
Escuelas	**Costo por hora individual**
Simón bolívar	$10.00
Banana Spanish school	$6.00
Amazonas Spanish school	$8.00
South American language center	$6.50
Academia Latina Americana	$12.50
Academia de español Quito	$9.00
Atahualpa Spanish school	$9.00
La lengua Spanish school	$6.50
American Spanish school	$5.00
Cristóbal Colon Spanish school	$6.00
Equinox Spanish school	$6.25
Pichincha Spanish school	$7.00
Vida verde Spanish center	$7.50
Andean Global Studies	$8.00
Instituto Superior de Español	$6.95
Quito S.I. Spanish Institute-Centro Asociado Cervantes	$10.00
Colonial Spanish School	$7.00
EIL-Spanish Language and Culture Center	$8.50
Bipo & Toni's Language Center	$8.00
	$147.70
Precio Promedio hora individual	$7.77

Elaborado Por: Isabel Zurita
Fuente: páginas web de cada escuela e información telefónica

Como se puede apreciar en la Tabla No. 3 y más comprensible visualmente en el Gráfico No. 15 el precio promedio por hora de clase de español es de $7.77, siendo La Academia Latino Americana la escuela más cara con un precio de $12.50 por hora, mientras que la escuela más barata es la American Spanish School con un precio de $5 por cada hora de clase, por lo tanto podemos comprobar que Andean Global Studies se encuentra dentro del promedio de precios por hora de español cobrando a sus estudiantes $8 por hora.

Gráfico No. 16

Comparación de Precios de Clases Grupales



Elaborado Por: Isabel Zurita
Fuente: Tabla No. 4

Tabla No. 4

Precios de clases en grupo de las escuelas de español y AGS

PRECIO POR HORA GRUPAL	
Escuelas	**Precio de hora en grupo**
Simón bolívar	$4.50
Banana Spanish school	$5.00
Amazonas Spanish school	$4.80
Academia de español Quito	$7.00
La lengua Spanish school	$5.50
Cristóbal Colon Spanish school	$5.36
Equinox Spanish school	$3.13
Pichincha Spanish school	$5.00
Vida verde Spanish center	$5.00
Andean Global Studies	$6.00
Instituto Superior de Español	$4.70
Quito S.I. Spanish Institute-Centro Asociado Cervantes	$6.00
Colonial Spanish School	$5.50
Bipo & Toni's Language Center	$5.00
	$72.49
Precio Promedio hora grupal	$5.18

Elaborado Por: Isabel Zurita
Fuente: páginas web de cada escuela e información telefónica

Basándonos en la Tabla No. 4 podemos observar que no todas las escuelas ofrecen clases en grupo, por lo tanto se realizó la comparación únicamente con aquellas que si ofrecen este servicio.

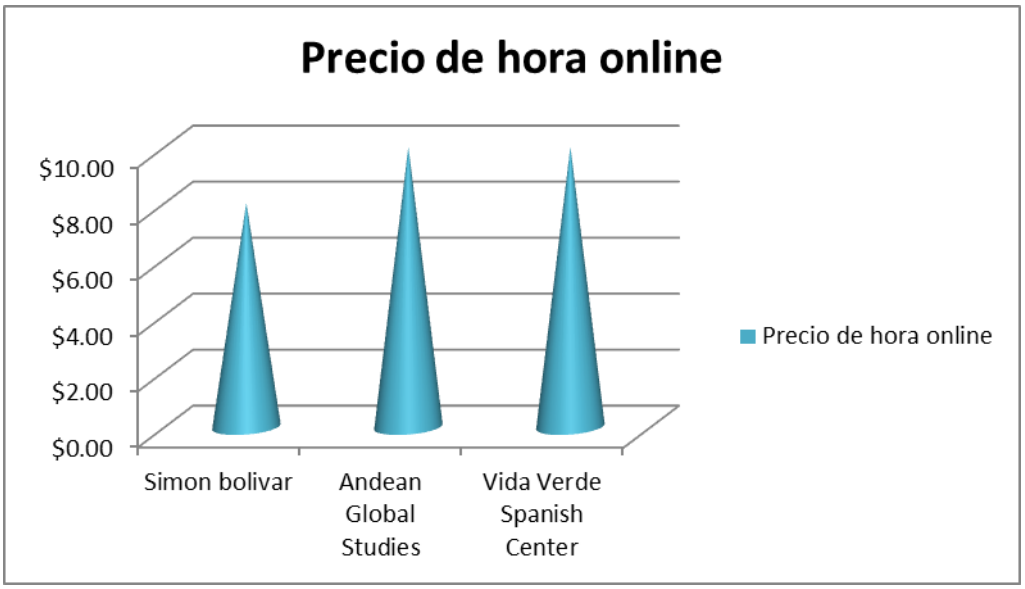
Como se puede observar en el Gráfico No. 16 la hora grupal de clases de español tiene un costo promedio de $5.18, y la escuela que más cobra por este servicio es la Academia de Español Quito, mientas la que cobra menos por este servicio es la Equinox Spanish School.

Por consiguiente se puede observar que AGS sobrepasa levemente el precio promedio cobrando $6 por cada hora grupal de español.

Comparación de Precios de horas Online

Gráfico No.17

Comparación de Precios de Clases Online



Elaborado por: Isabel Zurita
Fuente: Tabla No. 5

Tabla No. 5

Precios de la hora de clase Online de la competencia y de AGS

PRECIO POR HORA ONLINE	
Escuelas	**Precio de hora online**
Simón bolívar	$8.00
Andean Global Studies	$10.00
Vida Verde Spanish Center	$10.00
	$28.00
Precio Promedio hora online	$9.33

Elaborado Por: Isabel Zurita

Después de analizar la Tabla No. 5 se puede determinar que las clases online todavía no son muy comunes dentro de los servicios ofertados por las escuelas de español ubicadas en la ciudad de Quito.

Al momento solo 3 escuelas ofrecen este servicio a sus estudiantes, y el precio promedio se encuentra ubicado en $9.33

Siendo las escuelas que ofrecen este servicio las siguientes:

- Andean Global Studies
- Vida Verde Spanish Center
- Simón Bolívar

Siendo la más barata, la escuela Simón Bolívar la cual cobra $8 por el servicio.

4.5. Investigación Cuantitativa

La investigación Cuantitativa, arrojara datos estadísticos que sirvan para mejorar el servicio que ofrece AGS así como para facilitar la creación de nuevos programas.

Para obtener los datos estadísticos necesarios se realizara una encuesta de 16 preguntas a personas extranjeras que se encuentren dentro del país.
Las preguntas de la encuesta abarcaran temas de precio, permanencia, horas de estudio, nacionalidad y demás datos relevantes para esta investigación.

Para determinar la población de esta investigación se tomó en cuenta los datos proporcionados por Emilio Cherres, miembro del personal del Ministerio de Turismo.

Para un resultado aleatorio de estas encuestas y de la investigación, se aplicara la toma de encuestas en 3 lugares estratégicos de conglomeración de extranjeros como lo es el Museo Intiñan, en la Mitad del Mundo, Mercado Artesanal, y Plaza Focha así también como se contara con la ayuda de las escuelas de la competencia quienes han aceptado participar en esta investigación de mercado adicionalmente,

la agencia de viajes Ecuador Treasure ubicada en la ciudad de Quito, realizara un número determinado de encuestas a los turistas extranjeros que deseen colaborar.

Tabla No. 6

EVOLUCION DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

EVOLUCION DE LOS MERCADOS TURISTICOS EMISORES			
(Entradas)			
Ene-Dic/2009-2010			
	Entradas		
PRINCIPALES MERCADOS	2009	2010	Var% 2010/2009
Estados Unidos	242,096	*249,062*	2.9
Colombia	160,116	203,914	27.4
Perú	150,548	154,184	2.4
España	56,400	59,029	4.7
Chile	25,195	28,473	13.0
Argentina	22,675	30,648	35.2
Canadá	22,489	*23,865*	6.1
Gran Bretaña	25,030	*22,453*	-10.3
Alemania	24,841	*25,010*	0.7
Venezuela	29,416	31,558	7.3
Cuba	27,065	26,994	-0.3
Francia	19,810	*20,272*	2.3
Brasil	14,395	*15,083*	4.8
Italia	14,759	*15,070*	2.1
México	13,695	15,757	15.1
Holanda	10,690	*10,247*	-4.1
Australia	8,241	*9,169*	11.3
Suiza	8,786	*8,885*	1.1
China	7,844	*6,876*	-12.3

Elaborado por: Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística
Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC (2009)

De acuerdo a los datos aproximados obtenidos en la asociación de escuelas de español, la población de pasajeros que estudian español en la ciudad de Quito es la siguiente:

Tabla No. 7

Estimación de la población

Entrada de extranjeros	Porcentajes	Total
Pasajeros de habla extranjera año 2010		405,992
Porcentaje de pasajeros que se quedan dentro de Quito	70%	284194.4
Pasajeros que Estudian español	2.81%	**8000**

Elaborado Por: Isabel Zurita
Fuente: Dirección Nacional de Migración (2010)

De acuerdo a la conversación mantenida con el Economista Agustin Núñez, quien es el presidente de la Asociación Ecuatoriana de Escuelas de Español, el porcentaje de pasajeros que se quedan en el país para estudiar español, todavía representa un grupo extremadamente reducido, y de acuerdo al promedio anual de las escuelas, llegan a la suma de 8000 estudiantes por año.

4.5.1. Calculo de la muestra

$$n = \frac{Z^2 * p * q * n}{e^2 * (N-1) + Z * p * q}$$

$$n = \frac{3.84 * 0.90 * 0.10 * 8000}{0.0025 * 7999 + 3.84 * 0.90 * 0.10}$$

$$n = 136$$

El tamaño de la muestra es de 136 encuestas efectivas, es decir 136 pasajeros extranjeros que ingresen al país para estudiar español.

Con la finalidad de conseguir el número de encuestas efectivas deseadas se tomó un total de 173 encuestas de las cuales 140 son efectivas.

La encuesta tomada a los pasajeros por motivos prácticos fue realizada en el idioma Ingles.

Ejemplo de la encuesta:

Survey

This survey is designed to identify the market share of Spanish Language Schools in Quito - Ecuador

1. **Are you foreign? Not from Ecuador**

yes ☐ no ☐

2. **Have you ever studied, or are studying at the moment, Spanish language in Quito - Ecuador?**

yes ☐ no ☐

if you answered YES to both questions please fill the rest of the survey

Age _____

Gender

Male ☐ Female ☐

Nationality _____

3. **Why are or where you visiting Ecuador?**

Work ☐
Studies ☐
Health ☐
Tourism ☐
Volunteering ☐
other ☐ Which? _____

4. **Do you have any previous Spanish language knowledge?**

yes ☐ no ☐

5. **Which Spanish level do you think you have?**

none ☐ intermediate ☐
basic ☐ superior ☐

6. **Are you studying Spanish language in Quito - Ecuador at the moment?**

yes ☐ no ☐

7. **Where did you studied, or are studying Spanish language in Quito - Ecuador? (name of the school)**

_____

8. **How did you found out about the school you are studying or studied Spanish in Quito - Ecuador?**

Google search	☐		
tourism books	☐	Which?	_____
third party recommendations	☐		
other	☐	Which?	_____

9. **Have you studied Spanish in Quito - Ecuador on the same school before?**

yes	☐	no	☐

10. **From the total time of your stay in Quito - Ecuador, how much time do you dedicate to studying Spanish?**

1 week	☐	3 weeks	☐
2 weeks	☐	4 weeks	☐
other	☐	How long?	_____

11. **How many hours per day you study or studied Spanish language in Quito - Ecuador?** _____

12. **Why did you choose the school you studied or are studying Spanish in Quito -Ecuador at the moment?**

Prices	☐		
Costumer service	☐		
Location in Quito	☐		
Web Page	☐		
Recommendations	☐		
Other	☐	Because:	_____

13. **What do you like the most about the school you studied or are studying Spanish language at the moment in Quito - Ecuador?**

Environment	☐		
Professionalism	☐		
Teachers	☐		
Extra Activities	☐		
Other	☐	Because:	_____

14. What do you consider is the most interesting part of your experience of studying Spanish language in Quito - Ecuador?

Meeting people from other countries	
to learn about Ecuador	
To visit a different country	
Other	

Because: _____

15. Why did you choose Ecuador as destiny for studying Spanish?

Cost of life	
Clear Accent	
Security	
Touristic attractions	
Other	

Which: _____

16. Once you finish your studies, would you recommend the school you studied Spanish language in Quito - Ecuador to anyone who is interested?

yes ☐ no ☐

Why? _____

_____

_____

_____

_____

4.5.2. Análisis de resultados de la encuesta

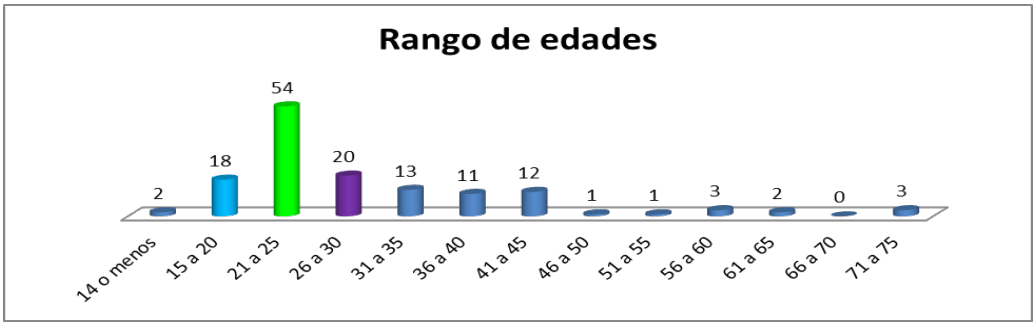
A continuación se realizara el análisis de cada una de las preguntas realizada en las encuestas efectivas comparando sus resultados.

4.5.2.1. Tabla no. 8 Rango de Edades

Edad		
14 o menos	2	1%
15 a 20	18	13%
21 a 25	54	39%
26 a 30	20	14%
31 a 35	13	9%
36 a 40	11	8%
41 a 45	12	9%
46 a 50	1	1%
51 a 55	1	1%
56 a 60	3	2%
61 a 65	2	1%
66 a 70	0	0%
71 a 75	3	2%
total	140	100%

Elaborado por: Isabel Zurita
Fuente: encuestas realizadas a pasajeros

4.5.2.2. Grafico no.18 Edad.



Realizado por: Isabel Cristina Zurita
Fuente: encuestas tomadas por Isabel Zurita a pasajeros extranjeros

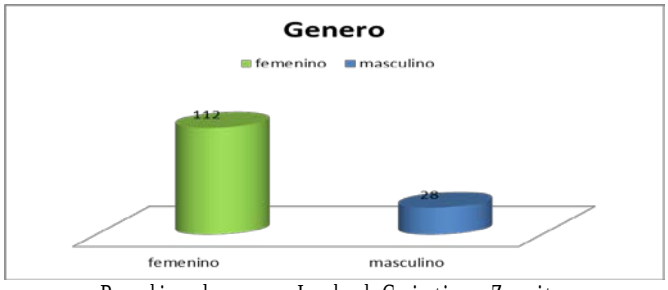
De acuerdo a las encuestas realizadas se observó que la gran mayoría de estudiantes fluctúan entre las edades de 21 a 25 años de edad, ocupando el 39% de la población, se observó de la misma manera que hay una gran posibilidad de ofertar programas de español a los estudiantes de entre 26 a 46 años de edad, los mismos que poseen un mayor poder adquisitivo y buscan nuevas experiencias.

4.5.2.3. Tabla no. 10 Genero

Genero		
femenino	112	80%
masculino	28	20%
total	140	100%

Realizado por: Isabel Zurita
Fuente: encuestas

4.5.2.4. Grafico no. 19 Genero



Realizado por: Isabel Cristina Zurita
Fuente: encuestas tomadas por Isabel Zurita a pasajeros extranjeros

Gracias a las encuestas realizadas se puede observar que el 80% de la población que visita el Ecuador con fines de estudio es de género femenino, mientas que el 20% únicamente es de género masculino.

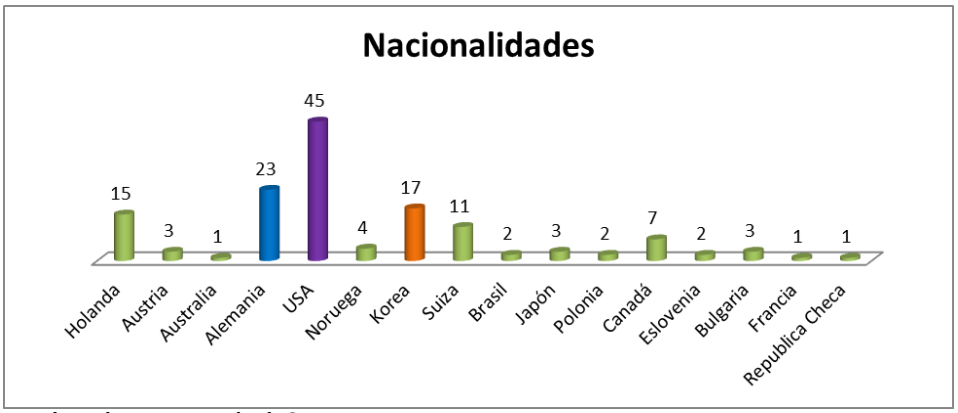
Al momento de establecer una propuesta se puede generar algún programa que ofrezca características que atraigan a los estudiantes de género masculino.

4.5.2.5. Tabla no. 11. Nacionalidades

Nacionalidades		
Holanda	15	11%
Austria	3	2%
Australia	1	1%
Alemania	23	16%
USA	45	32%
Noruega	4	3%
Korea	17	12%
Suiza	11	8%
Brasil	2	1%
Japón	3	2%
Polonia	2	1%
Canadá	7	5%
Eslovenia	2	1%
Bulgaria	3	2%
Francia	1	1%
Republica Checa	1	1%
total	140	100%

Realizado por: Isabel Zurita
Fuente: encuestas

4.5.2.6. Grafico no. 20 Nacionalidad



Realizado por: Isabel Cristina Zurita
Fuente: encuestas tomadas por Isabel Zurita a pasajeros extranjeros

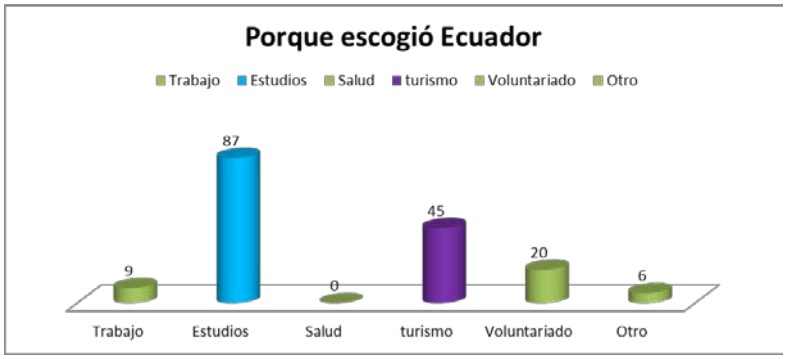
Los estudiantes que acuden al país para estudiar español provienen de diferentes nacionalidades, siendo la más común los estudiantes que provienen de Estados Unidos con un 32% del total de la población, un dato interesante que se observa en esta investigación, es el numero interesante de estudiantes que vienen de Korea y Holanda.

4.5.2.7. Tabla no. 12 Motivo de visita a Ecuador

Porque escogió Ecuador		
Trabajo	9	5%
Estudios	87	52%
Salud	0	0%
turismo	45	27%
Voluntariado	20	12%
Otro	6	4%
total	167	100%

Realizado por: Isabel Zurita

4.5.2.8. Grafico no. 21 Motivo por el cual visita Ecuador



Realizado por: Isabel Cristina Zurita
Fuente: encuestas tomadas por Isabel Zurita a pasajeros extranjeros

De acuerdo a los resultados de las encuestas el 52% de la población que estudia español en Quito, viene con el propósito de estudiar el idioma, y es el motivo principal de su viaje y un 27% de los pasajeros que vienen por estudios aprovechan su estadía en el país para realizar actividades turísticas.

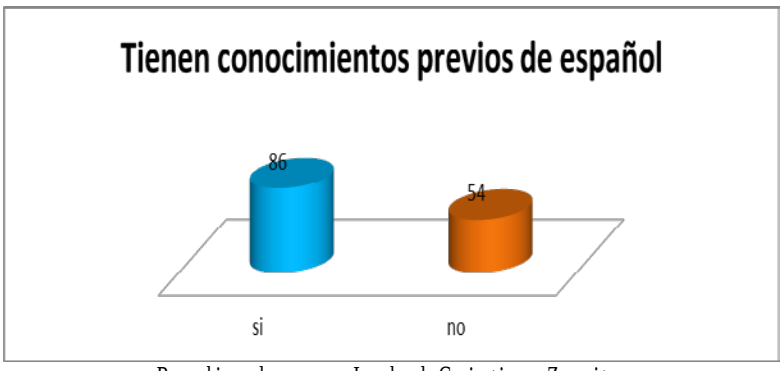
Mientras que un 12% utiliza ese tiempo para realizar actividades de voluntariado.

4.5.2.9. Tabla no. 13. Conocimientos previos del idioma

Conocimientos previos		
si	86	61%
no	54	39%
total	140	100%

Realizado por: Isabel Zurita
Fuente: encuestas

4.5.2.10. Grafico no. 22 Conocimientos previos del idioma español



Realizado por: Isabel Cristina Zurita
Fuente: encuestas tomadas por Isabel Zurita a pasajeros extranjeros

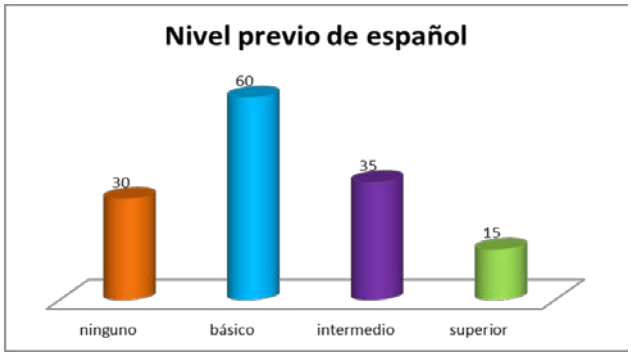
Del total de la población encuestada el 61% llega al país con conocimientos previos del idioma, y buscan perfeccionarlo mediante las lecciones que toman.

4.5.2.11. Tabla no. 14 Nivel de conocimientos previos

nivel de español		
ninguno	30	21%
básico	60	43%
intermedio	35	25%
superior	15	11%
total	140	100%

Realizado por: Isabel Zurita
Fuente: encuestas

4.5.2.12. Grafico no. 23 Nivel previo de español



Realizado por: Isabel Cristina Zurita

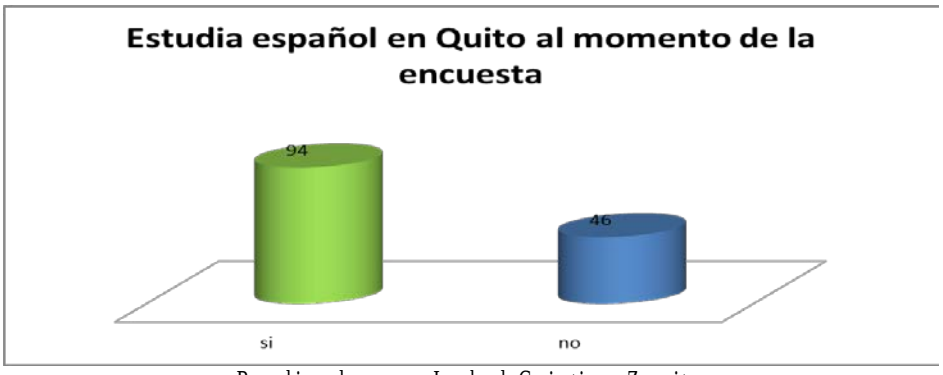
De acuerdo al grafico no. 21 los estudiantes que acuden a las escuelas de Quito, tienen conocimientos previos de español, los mismos quienes en un 43% tienen conocimientos básicos del idioma.

4.5.2.13. Tabla no. 15 # de pasajero que estudian español al momento

Estudia español al momento		
si	94	67%
no	46	33%
total	140	100%

Realizado por: Isabel Zurita
Fuente: encuestas

4.5.2.14. Grafico no. 24 Estudian al momento español en Quito



Realizado por: Isabel Cristina Zurita
Fuente: encuestas tomadas por Isabel Zurita a pasajeros extranjeros

Debido a que las encuestas fueron realizadas en varios lugares del norte de la ciudad, su resultado es aleatorio, y de la población encuestada el 67% se encuentra actualmente estudiando español en alguna de las escuelas antes mencionada.

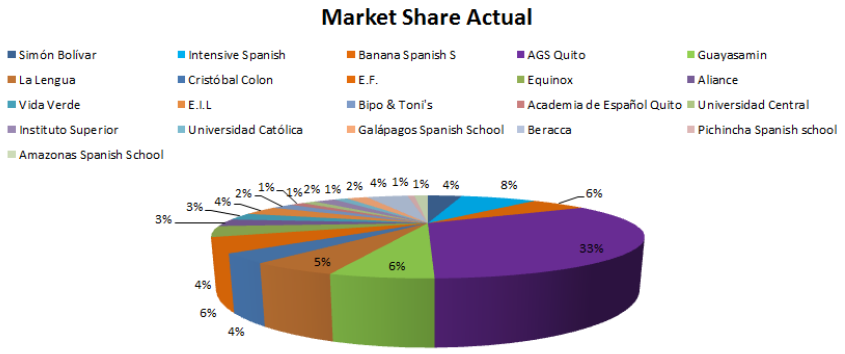
4.5.2.15. Tabla no. 16. Escuelas

En qué escuela		
Simón Bolívar	5	4%
Intensive Spanish	11	8%
Banana Spanish S	8	6%
AGS Quito	46	33%
Guayasamin	8	6%
La Lengua	7	5%
Cristóbal Colon	5	4%
E.F.	8	6%
Equinox	6	4%
Aliance	4	3%
Vida Verde	4	3%
E.I.L	5	4%
Bipo & Toni's	3	2%
Academia de Español Quito	2	1%
Universidad Central	2	1%
Instituto Superior	3	2%
Universidad Católica	2	1%
Galápagos Spanish School	3	2%
Beracca	6	4%
Pichincha Spanish school	1	1%
Amazonas Spanish School	2	1%
total	141	100%

Realizado por: Isabel Zurita

Fuente: encuestas

4.5.2.16. Grafico no. 25 ¿En qué escuela estudian o estudiaron?



Realizado por: Isabel Cristina Zurita
Fuente: encuestas tomadas por Isabel Zurita a pasajeros extranjeros

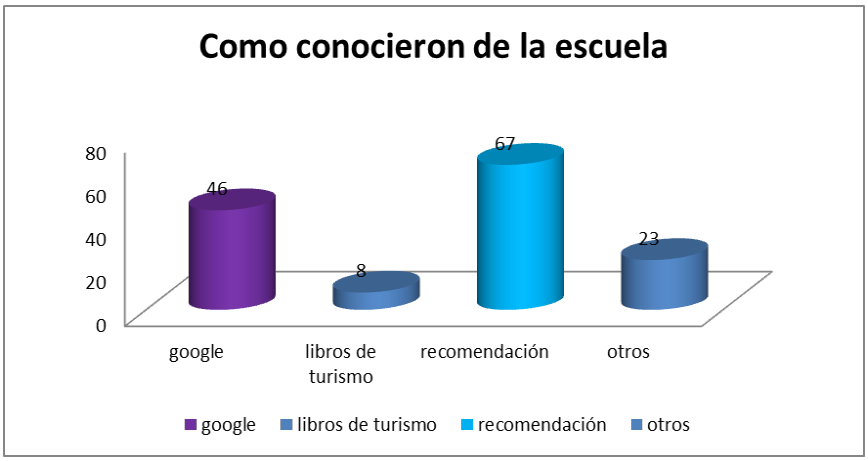
Del total de encuestados, se puede gratamente observar que la mayoría de extranjeros, han escogido AGS para realizar sus estudios de español, aquí en la ciudad de Quito, representando el 33% de la población, mientras que el 67% restante se encuentra dividido entre las demás escuelas, siendo un dato importante que la escuela Intensive Spanish reúne a un 8% de la población.

4.5.2.17. Tabla no. 17 ¿Porque medio conocieron la escuela?

como conoció de la escuela		
google	46	32%
libros de turismo	8	6%
recomendación	67	47%
otros	23	16%
total	144	100%

Realizado por: Isabel Zurita
Fuente: encuestas

4.5.2.18. Grafico no 26 ¿Cómo conocieron de la escuela de español en la que estudian o estudiaron?



Realizado por: Isabel Cristina Zurita

Por medio de las encuestas se pudo determinar que el 47% de la población se guía y toma sus decisiones en base a las buenas o malas referencias que reciben por parte de terceras personas.

Piden recomendaciones y confían en las opiniones que les dan.

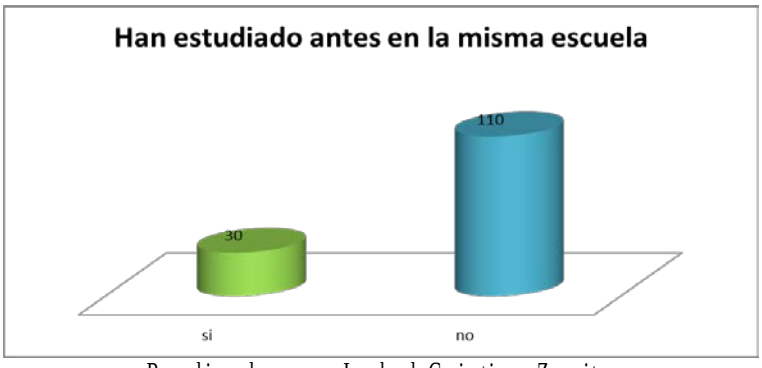
Mientras que el 32% de la población, realiza la búsqueda de lo que necesita en internet, siendo la herramienta más utilizada google, lugar en donde encuentran la descripción de las escuelas, su página web oficial, datos y críticas, mediante las cuales los estudiantes se ayudan para tomar una decisión, en vista de que pueden comparar precios, calidad, ubicación, etc.

4.5.2.19. Tabla no. 18 ¿Han estudiado antes en la misma escuela?

Han estudiado antes en la misma escuela		
si	30	21%
no	110	79%
total	140	100%

Realizado por: Isabel Zurita
Fuente: encuestas

4.5.2.20. Grafico no 27 ¿Han estudiado antes en la misma escuela?



Realizado por: Isabel Cristina Zurita
Fuente: encuestas tomadas por Isabel Zurita a pasajeros extranjeros

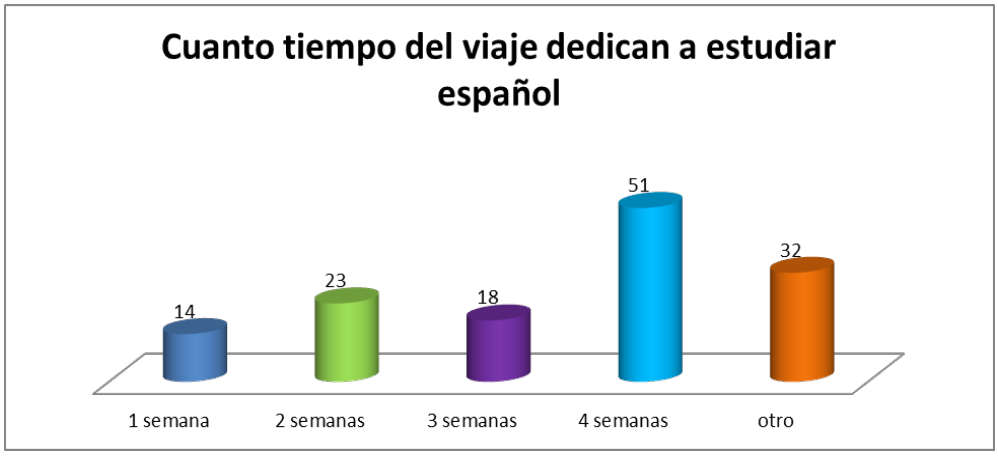
Del total de estudiantes encuestados, un 21% han estudiado en la misma escuela en alguna ocasión anterior, esto quiere decir que los estudiantes crean un lazo con su escuela y se crea fidelidad del cliente.

4.5.2.21. Tabla no. 19 Tiempo de estudio de español durante la estadía

cuanto tiempo de su viaje dedica al estudio		
1 semana	14	10%
2 semanas	23	17%
3 semanas	18	13%
4 semanas	51	37%
otro	32	23%
total	138	100%

Realizado por: Isabel Zurita
Fuente: encuestas

4.5.2.22. Grafico no. 30 ¿Cuánto tiempo de la estadía en Ecuador dedican al estudio de español?



Realizado por: Isabel Cristina Zurita
Fuente: encuestas tomadas por Isabel Zurita a pasajeros extranjeros

La mayoría de extranjeros, de la totalidad de su viaje dedican en un 37%, 4 semanas al estudio del idioma. Se puede concluir también, gracias a preguntas anteriores que debido a que los estudiantes encuestados en su

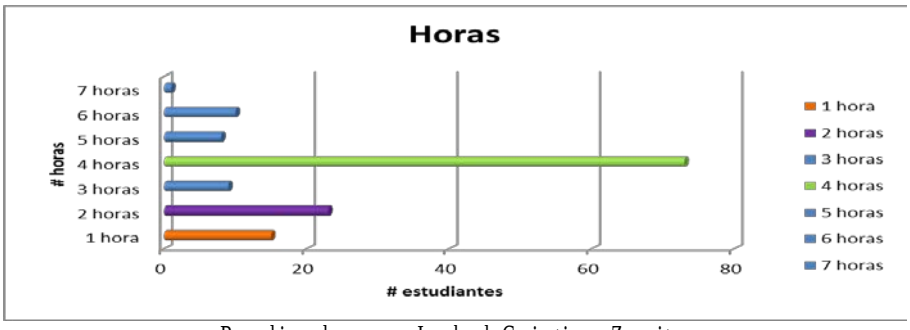
mayoría viajan expresamente para estudiar español, este tiempo correspondería a la totalidad de su viaje en la mayoría de los casos.

4.5.2.23. Tabla no. 20. Horas diarias de estudio

Cuantas horas		
1 hora	15	11%
2 horas	23	17%
3 horas	9	6%
4 horas	73	53%
5 horas	8	6%
6 horas	10	7%
7 horas	1	1%
total	139	100%

Realizado por: Isabel Zurita
Fuente: encuestas

4.5.2.24. Grafico no. 31 ¿Cuantas horas al día, durante su estadía en Ecuador dedican al estudio de español?



Realizado por: Isabel Cristina Zurita
Fuente: encuestas tomadas por Isabel Zurita a pasajeros extranjeros

De acuerdo a lo investigado la mayoría de personas que viajan hacia Ecuador con el fin de aprender español toman clases diarias con un promedio de 4 horas por día, dando un total de 20 horas semanales, lo

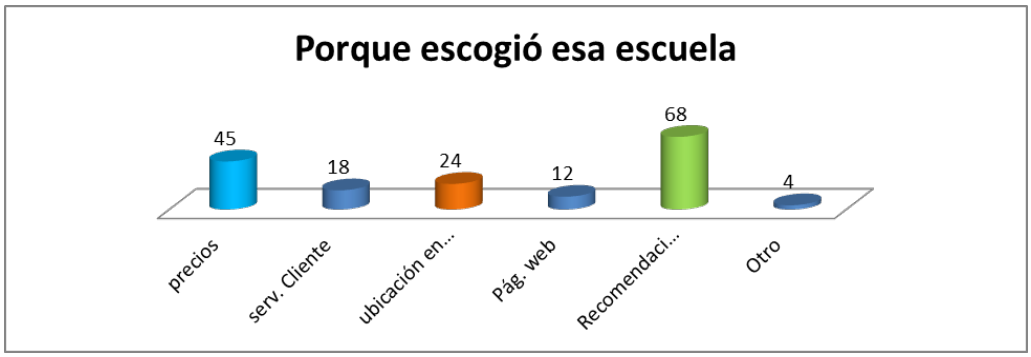
cual concuerda con el estilo de clases ofertadas por Andean Global Studies y la competencia.

4.5.2.25. Tabla no. 21. Porque escogieron la escuela

porque escogió la escuela		
precios	45	26%
serv. Cliente	18	11%
ubicación en UIO	24	14%
Pág. web	12	7%
Recomendaciones	68	40%
Otro	4	2%
total	171	100%

Realizado por: Isabel Zurita
Fuente: encuestas

4.5.2.26. Grafico no. 32 ¿Porque motivo escogieron la escuela donde estudiaron o estudian español dentro de la ciudad de Quito?



Realizado por: Isabel Cristina Zurita
Fuente: encuestas tomadas por Isabel Zurita a pasajeros extranjeros

De acuerdo a la población encuestada, un 40% de los estudiantes escogen su escuela en base a las recomendaciones que obtienen de la misma, confiando así en las experiencias de estudiantes anteriores.

Es por este motivo que es tan importante manejar un nivel adecuado de satisfacción y complacencia al cliente, dándole un seguimiento adecuado con el uso correcto de las herramientas de CRM existentes.

4.5.2.27. Tabla no. 22. Que les gusto más de la escuela

Que le gusto más de la escuela		
Ambiente	31	18%
Profesionalismo	29	17%
Profesores	75	44%
Actividades	31	18%
Otros	5	3%
total	171	100%

Realizado por: Isabel Zurita
Fuente: encuestas

4.5.2.28. Grafico no 33 ¿Que les gusto más acerca de la escuela donde estudiaron o estudiaron español dentro de la ciudad de Quito?



Realizado por: Isabel Cristina Zurita
Fuente: encuestas tomadas por Isabel Zurita a pasajeros extranjeros

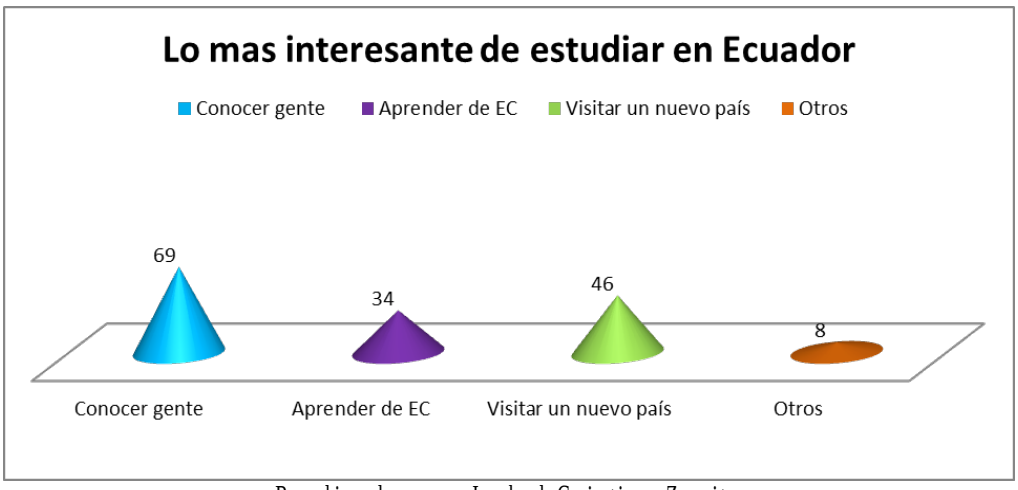
De acuerdo al grafico se puede observar que los estudiantes entablan una mejor relación con sus profesores debido a que el 90% de su experiencia en el idioma la realizan con ellos, por lo cual crean lazos de profesionalismo y amistad que generan una crítica positiva de las escuelas y posibles futuras recomendaciones.

4.5.2.29. Tabla no. 23. Parte más interesante de estudiar en Ecuador

Que es lo más interesante de estudiar en EC		
Conocer gente	69	44%
Aprender de EC	34	22%
Visitar un nuevo país	46	29%
Otros	8	5%
total	157	100%

Realizado por: Isabel Zurita
Fuente: encuestas

4.5.2.30. Grafico no 34 ¿Cual consideran que ha sido la parte más interesante de su experiencia al estudiar español en Quito?



Realizado por: Isabel Cristina Zurita
Fuente: encuestas tomadas por Isabel Zurita a pasajeros extranjeros

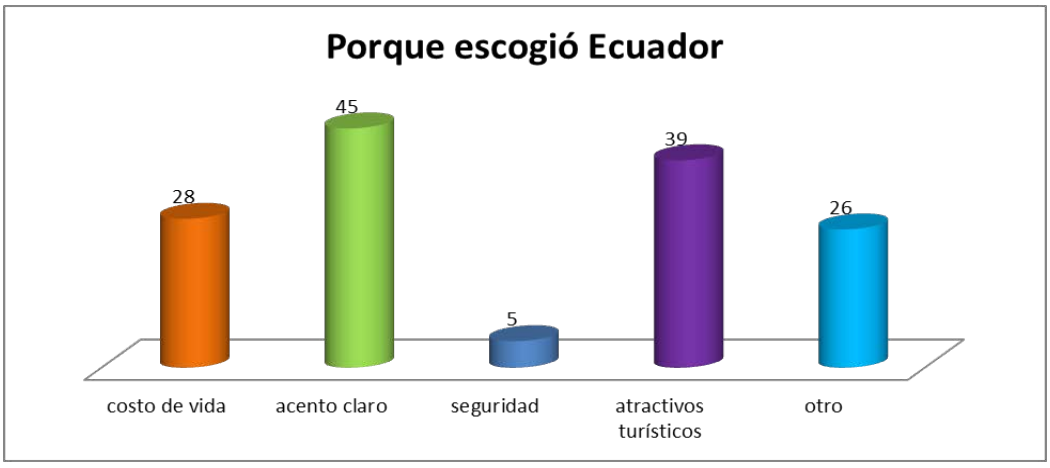
Un dato interesante que nos arrojan las encuestas es el hecho de que lo que más les gusta a las personas que participan del aprendizaje de español en Ecuador, es la facilidad para conocer gente nueva de todo tipo de nacionalidades en un mismo lugar.

4.5.2.31. Tabla no. 24. Porque escogieron a Ecuador como destino para estudiar.

porque escogió Ecuador		
costo de vida	28	20%
acento claro	45	31%
seguridad	5	3%
atractivos turísticos	39	27%
otro	26	18%
total	143	100%

Realizado por: Isabel Zurita
Fuente: encuestas

4.5.2.32. Grafico no 35. ¿Porque escogieron Ecuador como un destino para el estudio del idioma español?



Realizado por: Isabel Cristina Zurita
Fuente: encuestas tomadas por Isabel Zurita a pasajeros extranjeros

De acuerdo a la gráfica, un 31% de los estudiantes escogen al Ecuador como un destino de aprendizaje del idioma debido a su claro acento y pronunciación del castellano, mientras que un 27% escogen al país

debido a sus atractivos turísticos, lo cual se lo podría considerar como un complemento interesante al ofertar programas de español.

4.5.2.33. Tabla no. 25. Recomendarían la escuela?

Recomendaría la escuela		
si	131	94%
no	2	1%
en blanco	7	5%
total	140	100%

Realizado por: Isabel Zurita
Fuente: encuestas

4.5.2.34. Grafico no 36 ¿Recomendarían la escuela en al que estudian o estudiaron a futuros viajeros?



Realizado por: Isabel Cristina Zurita
Fuente: encuestas tomadas por Isabel Zurita a pasajeros extranjeros

De acuerdo a las encuestas realizadas el 94% de la población daría una recomendación positiva de la escuela a la que asistió, mientras que un 1% no la recomendaría, es importante señalar que este 1% corresponde a 2 estudiantes encuestados que coincidencialmente corresponden a la escuela de español Galápagos.

4.6. Resumen de las Encuestas

Tal como lo fue mencionado anteriormente, las encuestas se realizaron como parte de la investigación de mercado para la Fundación AGS Estudios Globales Andinos, de la cual se pudieron determinar los siguientes datos relevantes para la investigación, tal como lo es que el 80% de la población que acude a las escuelas es de género femenino.

Así también como el 39% de la población pertenece al rango de edad de 21 a 25 años de edad.

Siendo el 32% de la población de nacionalidad Estado Unidenses.

El 43% de la población encuestada tiene un nivel básico de conocimientos de español, y el 33% se ha estudiado o estudio en la escuela Andean Global Studies, y el 47% de la población encuestada conoció de su escuela mediante recomendación.

Del total de la población encuestada el 53% estudia 4 horas diarias, y el 44% concuerda en el hecho de que lo que más les gusto de la escuela fueron sus profesores.

Para el 44% de la población, lo más interesante de su experiencia en Ecuador es conocer gente nueva, y el 94% si recomendaría la escuela en la que estudio.

4.7. Estimación de la oferta y la demanda

En términos técnicos de economía, la oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado. Mientras que la demanda es la cantidad, calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en el mercado por un consumidor o varios.

Oferta:

- n: # de estudiantes de la competencia tomado de la investigación de mercados.
- q: frecuencia, cantidad de horas promedio tomadas por los estudiantes, dato tomado de las encuestas

- p: precios promedio del mercado, tomado de la investigación de la competencia.

Oferta en Cantidad de Horas

O = n*q

O = 94* (4*20)

O = 7520 horas mensuales de clase individuales

Oferta en Dinero:

O = n*q*p

O = 94*80*$7.77

O = $58430 mensuales

Demanda:

N: clientes potenciales, tomado del dato establecido de población.

Q: # horas mensuales totales, tomadas de la investigación de mercado y la competencia.

P: precio del mercado tomado de la investigación de mercada realizada

Demanda en horas

D = n*q

D = ((8000*0.80) * 80)

D = 512000 horas mensuales

Demanda en Dinero

$$D = n*q*p$$

$$D = ((8000*0.80) * 80)*7.77$$

$$D = \$3978240 \text{ mensuales}$$

Demanda Insatisfecha:

Horas

512000 – 7520 = 504480 horas mensuales

Dinero

3978240 – 58430 = $ 3919810 mensuales

De acuerdo a la capacidad instalada en la Fundación AGS Estudios Globales Andinos, tomando en cuenta que cuenta con 9 aulas y 4 profesores de planta se podrían cubrir actualmente un total de 1440 horas individuales mensuales de las cuales la empresa actualmente cubre un total de 1040 horas mensuales promedio.

Tomado en cuenta que las aulas pueden ser divididas en dos y se puede contratar 5 profesores adicionales, la empresa podría cubrir 800 horas mensuales más de las que cubre en la actualidad.

Esto quiere decir:

Tabla no. 26 Capacidad instalada vs no utilizada

Capacidad instalada	1440	100%
Capacidad utilizada	1040	72.22%
capacidad no utilizada	400	27.78%

Realizado por: Isabel Zurita
Fuente: Investigación de mercado de AGS

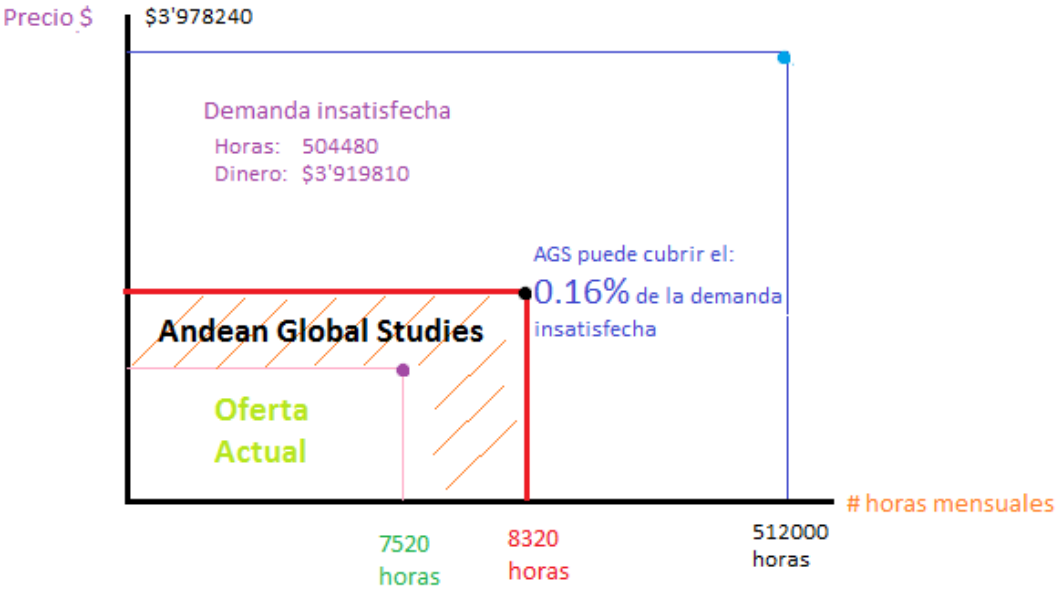
De acuerdo a la tabla establecida, la empresa, realizando las estrategias de marketing que se plantearan en el próximo capítulo, podrá ocupar un 0.01% de la demanda insatisfecha en su etapa inicial.

Tabla no. 27. Determinación de Demanda Insatisfecha

Demanda en horas	512000	100%
Oferta en horas	7520	1.47%
Demanda insatisfecha	504480	98.53%
Demanda que AGS puede cubrir	800	0.16%

Realizado por: Isabel Zurita
Fuente: Investigación de mercado de AGS

Grafico no. 37. Participación de AGS con la Demanda Insatisfecha



Elaborado por: Isabel Zurita
Fuente: Investigacion de mercado de AGS

5. FODA

Para este capítulo se hará el análisis FODA tanto de la empresa como del país para determinar qué factores son convenientes para la AGS y cuáles podrían ser mejorados internamente.

El análisis FODA es un estudio que observa la situación de competitividad de una empresa o del país estudiando cada una de sus factores como son: Fortalezas, las mismas que son aspectos internos de la empresa los mismo que la favorecen, Oportunidades las que representan los factores externos que rodean a la empresa y la benefician de alguna manera, las Debilidades que son las cosas en las que falla internamente la empresa y finalmente las Amenazas son las circunstancias que rodean a la empresa y la podrían llegar a afectar.

5.1. Análisis FODA del Ecuador

- **Fortalezas**

  - <u>País Biodiverso</u>

Tal como lo está expresado dentro del primer capítulo, Ecuador es uno de los países más mega diversos del planeta, contando con 35 áreas protegidas y múltiples atractivos turísticos para todo tipo de viajante.





Su variedad de plantas y especies animales ha convertido a Ecuador en uno de los destinos más interesantes para conocer.



Cuenta con 4 regiones, las cuales son: costa, sierra, región insular (Galápagos) y la amazonia, es debido a esta facilidad de ambientes que los turistas escogen Ecuador.



- Multiculturalidad

El Ecuador es un país inmensamente rico en recursos naturales y su mayor recurso es el factor humano, los turistas se ven rodeados de gente amable, y tienen la oportunidad de conocer acerca de diferentes culturas, cada región tiene sus características inigualables, por cuanto la experiencia de los turistas en nuestro país es completamente enriquecedora.

- Dolarización

Para el Ecuador la dolarización si bien en sus comienzos represento un grave problema y muchas pérdidas, en la actualidad genera estabilidad, y por sobretodo facilidad para todo tipo de negocios, así también como facilidad para los turistas Europeos sobre todo a quienes les convine visitar el país debido al cambio de moneda, por lo tanto pueden aprovechar mejor sus recursos económicos, y recorrer más el Ecuador.

- Bajo costo de vida

El Ecuador en comparación a la mayoría de países de latino américa, posee un costo de vida bajo, y es el lugar ideal para turistas que no tienen mucho presupuesto, en ciudades como Quito, Guayaquil, Santo Domingo, Etc. se puede encontrar almuerzos completos por $2,50 y el transporte público tiene un costo de $0.25 por lo tanto los turistas tienen la opción de viajar sin necesitar grandes cantidades de dinero.

Esta conveniencia en costos resulta bastante útil tanto a ecuatorianos como extranjeros.

- Cercanía entre regiones



Gracias a su tamaño y ubicación el Ecuador cuenta con la gran ventaja de poseer 3 regiones naturales dentro de su territorio como lo son la sierra, costa y amazonia y la región insular como lo son las islas Galápagos, la cercanía entre sus regiones es una de las principales fortalezas que tiene el

Ecuador, tanto como para el sector comercial como para el turístico, ya que aquí se puede despertar en la sierra y almorzar en la costa y cenar en la amazonia por establecer un ejemplo.

Los turistas en un solo día pueden visitar dos regiones diferentes y esto representa una gran ventaja que el Ecuador posee sobre los demás países que lo rodean.

- Vías en buen estado

Gracias a la labor que ha venido desarrollando el gobierno de turno en el país, se podría decir que se han rehabilitado el 90% de vías que se encontraban en mal estado, facilitando así el traslado de turista, pasajeros y mercancía de una ciudad a otra en menor tiempo y sin complicaciones.

La zona de la Amazonia u Oriente cuenta por la primera vez en muchos años con vías en excelente estado lo cual ha abierto las puertas de ingreso a nuevas comunidades no visitadas anteriormente por la dificultad que se tenía para su acceso.

- Reactivación de turismo

En los últimos anos el Ministerio de Turismo ha trabajado arduamente para lograr posicionar al Ecuador como un país altamente biodiverso y con muchas opciones de actividades.

Se ha promovido todo tipo de turismo siendo tal vez uno de los más interesantes el turismo de aventura que se lo puede realizar en diferentes localidades como lo es Mindo por ejemplo, en donde se puede realizar:

- Tubbing
- Rapel
- Visita a cascadas
- Canopy

Todas estas actividades por un valor total de $30 por persona aproximadamente, lo que convierten a Mindo en una excelente opción a bajo precio.

Existe atracciones turísticas para todo tipo de visitantes y para toda edad, en el caso de personas mayores, existen tours de un día hacia la provincia de Imbabura, los cuales muestran los hermosos parajes de la sierra ecuatoriana, y combinan el colorido del mercado de Otavalo con la calma de la laguna de Cuicocha.

Ecuador tiene una amplia variedad de tipos de turismo, siendo uno muy interesante el "turismo gastronómico" aprovechando la variedad de platos típicos que existen por región y en ocasiones hasta por ciudad.

- <u>Productores de varios tipos de materia prima</u>



Gracias a la amazonia, la ubicación geográfica de nuestra serranía, y la riqueza de sus mares Ecuador es un gran exportador de materia prima hacia todo el mundo, siendo los principales exportadores de: Rosas, Cacao, Banano, Atún, Madera, frutas en general, componentes naturales para medicinas, Petróleo, entre otros.





Hecho que ha generado dependencia de los países que



no poseen este tipo de materia prima y son nuestros importadores constantes.

- Riquezas naturales

Ecuador es un país muy afortunado así como lo es su gente, la riqueza natural que lo envuelve permite a los ecuatorianos y visitantes contar con la gran mayoría de frutas durante todo el ano, y disfrutar de alimentos completamente orgánicos, logrando un estilo de vida más natural y una alimentación más sana.

- Acceso al mar

La cercanía entre las regiones del país y su llegada al mar lo convierte en un puerto idóneo para la recepción de cruceros para turistas como lo es en este caso el puerto de Manta, ciudad que también es principal puerto de exportación de Atún, y para el comercio.

Así como lo es el puerto de Guayaquil y su bahía la cual es muy conocida, facilitando la llegada y envió de productos mediantes buques cargueros llenos de contenedores de mercancía de todo tipo.

- Clima centralizado

La ubicación del Ecuador atravesada por la línea ecuatorial, y su clima estandarizado en las diferentes regiones lo ha convertido en el país ideal para la producción de flores o cierto tipo de alimentos.

Tomando en cuenta que por la altura propicia de las tierras en donde se encuentran las fincas florícolas, las rosas y flores ecuatorianas en general son las más apetecidas a nivel mundial.

- Ecuador cuenta con 4 regiones

Las regiones naturales con las que cuenta el país son su principal carta de presentación ante el mundo, las mismas que son:

- Región Sierra

La Sierra rodeada por imponentes volcanes y montañas constituye un atractivo turístico importante para el país así también como es productor de los principales granos típicos de la región que posteriormente son distribuidos a todo el país, cruzada por la avenida de los volcanes es a su vez una fuente de admiración para propios y extraños.

- Región Costa

La costa ecuatoriana bañada por hermosos mares y blancas arenas es un lugar ideal para turistas que desean practicar desde deportes extremos como lo es el surfing en Montanita hasta disfrutar de sus playas tranquilas y paradisiacas como playa escondida, o Mompiche.

Las costas ecuatorianas proveen a todo el país de mariscos de excelente calidad, lo cuales gracias al comercio son distribuidos a cada rincón del país en excelentes condiciones.

- Región Amazónica

Tal vez una de las regiones más interesantes del Ecuador después de las islas Galápagos cuenta con la particularidad de tener territorios aún desconocidos por el hombre, y comunidades autóctonas de la región de las cuales por su cultura ancestral aún tenemos mucho que aprender.

En las cuencas de sus ríos y lo verde de su selva se encuentran alojadas varias especies de plantas, animales, reptiles y peces que no se los puede observar en ningún otro país del mundo.

Siendo los tours a la selva, algunos de los tours más apetecidos por propios y extraños, quienes experimentan la vida en su estado más natural.

Los turistas en este tipo de tours a la selva tienen la oportunidad de compartir un día en una comunidad indígena real, conocer sus costumbres y tradiciones, así también como tienen la oportunidad de realizar caminatas en medio de la selva observando todo tipo de aves, animales e insectos típicos de la región, y dependiendo el sector al que se dirijan como lo podría ser la reserva del

Cuyabeno tienen la oportunidad de nadar con los tradicionales delfines rosados únicos de la región, o para los más aventureros, pueden realizar una entretenida pesca de pirañas.

- Región Insular

La región insular conocida mundialmente como "Islas Galápagos" está considerada entre una de las 7 maravillas mundiales y está protegida por diversas organizaciones internacionales, en sus islas cuenta con una gran variedad de animales marinos, reptiles y aves únicas en su especie, como lo es la tortuga Galápagos gigante conocida como el "Solitario George"

Esta región es visitada por turistas de todo el mundo, de toda nacionalidad, e incluso visitada en muchas ocasiones por artistas famosos, quienes mantienen el anonimato, pero se llevan un gran recuerdo.

- Variedad Gastronómica

Gracias a las riquezas naturales de cada región, el Ecuador tiene la gran ventaja y atractivo de posees un plato típico correspondiente a cada región, y en ocasiones a cada ciudad, como lo es el tradicional Encocado esmeraldeño, seco de chivo guayaquileño, hornado de Riobamba, entre otros.

- Ser el único país donde es posible visitar la latitud cero

Un gran atractivo turístico del Ecuador es la posibilidad de visitar el punto exacto donde la latitud es 0, y ser parte de experimentos interesantes que demuestran como afecta la latitud a la fuerza corporal y al movimiento del agua, y gravedad.

Ubicado a 40 minutos de la ciudad de Quito, se encuentra el museo de la ciudad mitad del mundo y el museo Intiñan, siendo el museo Intiñan el lugar exacto medido mediante GPS de la ubicación de la latitud cero.

Visitar estos museos representa una actividad económica y familiar tanto para propios como para extraños.

- **Oportunidades**

  - Avances tecnológicos en toda área

Para el Ecuador así también como para todos los países del tercer mundo representa una gran oportunidad que los países desarrollados quienes tienen el capitana necesario para mantener una constante investigación y desarrollo, realicen avances tecnológicos que benefician a todas las áreas como lo son las telecomunicaciones, la salud, la construcción, el automovilismo etc., avances que se ven reflejados en los constantes cambios y modificaciones de productos, siendo uno de los ejemplos más visibles la constante aparición de nuevos modelos de equipos de telefonía celular, que presenta mejoras de diseño, cobertura y aplicaciones, facilitando y complementando la vida de los usuarios

- Influencias positivas de campanas de culturización

Como uno de los ejemplos más claros tenemos la campaña de "No más Corazones Azules en Las Vías" iniciada originalmente en Colombia, con el objetivo de concientizar a los ciudades, conductores y peatones sobre el uso correcto de la calzada, de la señalización y de los semáforos, para disminuir y posteriormente evitar la gran cantidad de accidentes de tránsito con víctimas mortales, existen otro tipo de campañas promovidas por otros países, las mismas que el Ecuador ha adoptado como propias, tales son campañas de salud o de lectura, etc.

- Donaciones

Existen organizaciones que sin fines de lucro realizar donaciones a instituciones de nuestro país que se encuentran en gran necesidad así también como ciertos gobiernos de otros países realizan ocasionalmente donaciones de material hospitalario, medicinas o insumos que benefician al Ecuador.

- Ayuda de organismos internacionales en desastres naturales

Existen así también varios organismos internacionales humanitarios y ambientalistas que en momento de un desastre natural están listos a prestar una mano amiga, ya se enviando ropa, comida, medicinas, y equipos de voluntarios para ayudar a los ciudadanos a sobrellevar los malos momentos, con mucha suerte el Ecuador en los últimos tiempo no ha sido víctima de terribles desastres naturales con víctimas mortales, sin embargo para nuestros habitantes, las ocasionales inundaciones, o incendios presentan graves pérdidas para ellos y sus familias, y es en esos momentos cuanto organismos internacionales junto con las instituciones de beneficencia existentes en el país entran en acción.

- Mediación en conflictos

Se ha dado ocasionalmente conflictos en los cuales el país y los involucrados necesitan mediación de un tercero para completar un proceso de justicia transparente, tal es el caso que enfrenta al país con las petroleras, como se puede observar en el siguiente articulo tomado de el Diario Hoy del 05 de febrero del 2009.

“Chevron quiere llevar a cortes internacionales millonario juicio en Ecuador

Publicado el 05/Febrero/2009 | 14:59

La petrolera Chevron (Texaco) **llevará a cortes internacionales el millonario juicio ambiental que enfrenta en Ecuador en caso de que la justicia falle en su contra**, ante la interferencia del Gobierno en el proceso, dijo hoy en Quito un portavoz de la compañía estadounidense.

"Si no encontramos justicia en Ecuador; si no encontramos respeto al debido proceso, vamos al exterior. Esto no termina acá", declaró James Craig, portavoz de Chevron para el caso.

La petrolera **enfrenta su primer juicio fuera de Estados Unidos por contaminación ambiental en la Amazonia ecuatoriana**. La demanda fue **presentada hace 10 años por las iindígenas que aseguran haber sido afectadas por las operaciones realizadas por la empresa entre 1964 y 1990**.

Un perito -fuertemente cuestionado por Chevron- estimó en $27,3 millones los daños causados por la empresa. La cifra corresponde a dos veces el presupuesto del Estado ecuatoriano para este año.

La petrolera ha denunciado varias veces la interferencia en el proceso por parte del Gobierno de Rafael Correa en el proceso, lo que ha sido desmentido por las autoridades.

"Ésta es un gran preocupación para nosotros y le seguimos pidiendo al gobierno que pare esta interferencia a favor de los demandantes. No ha habido un manejo limpio del caso", indicó Craig.

Los demandantes, apoyados por abogados estadounidenses y ONG's ambientalistas, esperan una sentencia para este año.

En 1990 un tribunal de Nueva York ordenó a la entonces Texaco someterse a la justicia ecuatoriana, convirtiéndose en el primer proceso en la historia que obliga a una petrolera estadounidense a responder en la jurisdicción de otro país.

A finales del año pasado, la justicia norteamericana negó un pedido de Texaco para transferir al Estado ecuatoriano su responsabilidad por la contaminación en la selva. (AFP)

- Falta de recursos naturales de ciertos países

La falta de recursos naturales de ciertos países si bien es un problema para ellos, para el Ecuador representa una gran oportunidad, puesto que nos vemos favorecidos con contar con la mayoría de productos que exportamos durante todo el año, y esto nos da una ventaja competitiva sobre aquellos países que deben pasar por terribles inviernos e interminables veranos, convirtiéndonos en los exportadores directos de la materia prima que ellos necesitan para que sus industrias puedan subsistir.

- La globalización como puerta de acceso al mercado internacional

La Globalización en este caso representa una gran ventaja y oportunidad ya que en la actualidad gracias a los avances tecnológicos y el uso del internet es mucho más fácil inclusive conseguir trabajo, nuevos inversionistas, becas de estudio, y muchas facilidades más.

Para las empresas el poder contactar agentes en otros países mediante un "click" les abre las puertas al mundo, y al eliminarse virtualmente las fronteras, los productos han encontrado una forma más fácil de llegar a su destino, ya sea de manera formal con grandes empresas constituidas o de manera casera mediante portales como: Mercado Libre, EBay, Amazon, etc.

ahora es fácil comprar y vender todo tipo de productos desde la comodidad de su hogar, y esto es únicamente posible gracias a la globalización.

- Afluencia de turistas

Para un país como el Ecuador, de tantos atractivos naturales la afluencia de turistas es un factor muy importante para su crecimiento, existen lugares en el país como los con ciertas playas o pueblos que viven netamente de la actividad turística, tal es el caso de Mindo, un lugar ubicado al Noroccidente de Quito, cuya actividad principal es el turismo, existen hoteles, hostales, restaurantes, agencias de viaje, etc. que si no tuvieran turistas diariamente se verían en la quiebra, es por esto que el ministerio de Turismo con el paso de los años ha promovido mucho más la existencia de Ecuador en el mapa, y es cada vez más común encontrar gran cantidad de extranjeros viajando por el Ecuador.

Gracias a esta gestión lugares como Mindo, La selva, Galápagos, y diversas playas o pueblos costeros como montanita pueden subsistir,

- Interés mundial de extranjeros en aprender español

Gracias a la globalización y desaparición virtual de fronteras en negociación, comercio y aprendizaje, los extranjeros se ven cada vez más obligados a aprender español.

La cultura latina se ha ido imponiendo y ya no representa una minoría que no debe ser tomada en cuenta, es por eso que varios países incluyendo ahora el español dentro de sus materias, e inclusos por la experiencia que la escuela de español AGS en Quito tiene con sus estudiantes se ha podido constatar que muchas empresas de Alemania sobretodo, ofrecen a sus empleados la oportunidad de viajar a países de habla hispana para aprender español con todos los gastos pagados, así también como la inmigración de latinos hacia estados unidos ha vistos obligados sobre todo al personal del área de salud, a aprender el idioma español para poder tratar con más exactitud a sus pacientes.

- Llegada de voluntarios

Para el país representa una gran ayuda cuando viajeros extranjeros llegan voluntariamente a enrolarse en diferentes organizaciones de ayuda a la naturaleza o de ayuda humanitaria, estos voluntarios ocasionalmente aportan ya sea con dinero o donaciones a las organizaciones en las que trabajan, y

permanecen en el país por periodos no menores a un mes, lo cual representa de cualquier manera ingresos de dinero para todos los sectores productivos, además de la ayuda que estos ofrecen,

Existen organizaciones como JATUN SATCHA las cuales mantiene estaciones ecológicas en varias localidades del país en donde los voluntarios deben realizar todo tipo de labores, como mantenimiento de animales, alimentación, limpieza y cuidado, o labores dedicadas a la agricultura también.

Así también como es el caso de centros de rescate animal en la amazonia de los cuales podemos nombrar al centro Amazoonico o al centro de rescate animal El arca, en donde los voluntarios permanecen por mínimo un mes después de pagar un valor de inscripción y por su tiempo de permanencia, de esta forma es como estos centros de rescate obtiene recursos para continuar con su labor de rehabilitar a aquellos animales que han sido sacados de su hábitat natural con el fin de ser vendidos o traficados para ser utilizados como mascotas dentro y fuera del país.

En estos centros de rescate, los voluntarios extranjeros juegan un papel importante, son ellos quienes tienen acceso directo con los animales y al

finalizar su labor, pueden retornar a sus países de origen con la satisfacción de haber podido ayudar.

- **Debilidades**
  - Falta de cultura de reclamo

Lastimosamente los ecuatorianos así no hacemos valer nuestros derechos como consumidores y no practicamos la cultura del reclamo, sufrimos maltratos por parte de comerciantes, dependientes de almacenes, choferes, etc. y no realizamos ningún tipo de denuncia o reclamo.

Ya es muy conocida la frase "va a comprar para bajarle" la cual es la más común sobre todo en los locales que venden prendas de vestir, los dependientes de los almacenes se molestan si se les pide características de los productos, en los restaurantes se llegan a demorar hasta 40 minutos o más en pasar un orden, los taxistas no llevan pasajeros si no les conviene, y en el momento de reclamar uno como consumidor recibe peores maltratos, por lo tanto no hay una costumbre de reclamar así uno haya sido maltratado en algún local comercial, y des esta forma el servicio que uno recibe nunca mejora.

- Ser exportadores de materia prima y no de producto terminado

El Ecuador es reconocido mundialmente por ser un gran exportador de Rosas, Banano, Petróleo entre otros, y existen varios países que dependen de estas materias primas, pero el error radica en el caso del petróleo como ejemplo más claro, cuando nosotros exportamos el petróleo por barriles y a su vez debemos importar la gasolina procesada en lugar de aprovechar completamente el petróleo que producimos y producir nuestra propia gasolina a un menor precio,

Ocurre lo mismo con el cacao ecuatoriano, conocido mundialmente como el más fino de aroma, el cual retorna al país convertido en deliciosos chocolates producidos en Suiza, Estados Unidos o el resto de Europa reconocidos mundialmente por sus marcas, calidad o sabor, pero muy pocos conocen la procedencia del cacao con el cual son elaborados.

- La globalización como amenaza por falta de competitividad de empresas ecuatorianas

Continuando con la idea de que una de las principales debilidades del país es ser exportadores de materia prima, se la puede vincular a que las empresas 100% ecuatorianas no poseen todavía la capacidad para competir contra el mundo y en la mayoría de los casos requieren la ayuda de la inversión extranjera para poder despegar en los mercados internacionales, es por esta razón que las empresas se limitan a exportar y que sean terceros quienes procesen estas materias primas y las conviertan en diferentes productos que compitan a nivel mundial.

- Desempleo

De acuerdo a mi criterio considero que en nuestro país el problema no radica en el desempleo exactamente pero si en la poca voluntad de las personas en trabajar, y la desigualdad de sueldos, pues existen varias plazas de empleo pero las personas no los toman debido a que los sueldos que se les ofrece son muy bajos y en ocasiones insuficientes para poder mantener a una familia, tomando en cuenta que la canasta básica suele estar en ocasiones por sobre el sueldo base.

Debido a estos factores según mi opinión se podría hablar de un desempleo parcial en ciertas ocasiones el cual obviamente afecta directamente a la población.

- Sistema de Salud deficiente

Lastimosamente en el Ecuador, el sistema de salud presenta muchas deficiencias, existe sobrepoblación de pacientes en los hospitales y las medicinas son muy caras.

En los últimos años se ha visto aún más latente la necesidad de estar afiliado a algún tipo de seguro de salud sea este público o privado, debido al alto costo de los exámenes médicos y medicinas.

Lastimosamente son cada vez más conocidos los casos de mala práctica médica en hospitales de renombre, los mismos que no aceptan a los pacientes si no poseen al menos una tarjeta de crédito.

La codicia por el dinero ha demostrado que desvía a los médicos de su verdadera vocación los cuales miran al paciente como una fuente de dinero, mas no como a un ser humano.

- Corrupción

Es de conocimiento público como funciona todo tipo de instituciones dentro del país, sobretodo en las instituciones públicas para "acelerar los trámites" existen diversas formas de corrupción desde regalos a las secretarias quienes son quien a la final de un proceso las que deciden si pasan el caso a su jefe o no, como lo es en infracciones de tránsito en donde es conocida por todos la técnica de la contribución "para las colas", así también como ejemplos más graves en donde las empresas ingresas a competir públicamente para ser proveedores y quienes realizan estos concursos escogen a la que empresa proveedora con el costo más bajo pero le exigen a su proveedor facturar por valores más altos para quien se encuentra como intermediario quedarse con la diferencia.

Existen así también gran cantidad de ejemplos como lo es en el sector de la educación donde en algunas instituciones educativas los padres "donan: grandes cantidades de dinero a la institución y sus hijos se convierten en "intocables" o a pesar de tener pésimas calificaciones pasan de años, con la satisfacción de haber comprado sus notas.

Lo mismo ocurre en las universidades en donde los estudiantes regalen a los profesores “botellas” para conseguir uno o dos puntos para no perder la materia.

Como estos ejemplos, existen varios más ya que lamentablemente la corrupción se encuentra en todos los niveles en todos los sectores.

Es cada vez más común y muchas acciones corruptas el día de hoy ya son parte de la idiosincrasia de la gente.

- Mala educación de los ecuatorianos

Cada vez es más evidente en el país la falta de educación, y cultura que existe, se ve a la gente arrojar papeles a la vía desde las ventanas de los autos o buses, el saludos es cada vez menos común entre las personas al entrar a algún lugar, no hay respeto por las filas en instituciones bancarias, locales comerciales, etc., la cortesía y ceder el puesto a personas mayores o mujeres no existe en el transporte público, el buen trato hacia los demás está desapareciendo.

Por diversos factores la población ecuatoriana se está tornando cada vez más agresiva, menos colaboradora y más ofensiva.

No existen buenos modales en los niños ni en los adultos quienes dentro de casa deberían ser el ejemplo a seguir.

Este problema continuo en aumento debido a que los niños en sus primero años de vida aprenden por imitación, ya sea las buenas como las malas costumbres.

Es importante e iniciar en los colegios en sus primero años así como en las guarderías campanas de "Urbanidad y Buenos Modales" para niños, porque si las bases son bien aprendidas desde pequeños, serán los niños quienes eduquen a sus padres y a los adultos que los rodean.

- Abuso de poder

En el Ecuador así como en algunos países de latino américa, es muy común que las personas que llegan a tener cierta posición política o buenas situación económica, abusen de su poder, denigren a quienes les rodean y exijan un trato especial.

Esto ocurre muchas veces cuando funcionarios de las empresas públicas sobretodo utilizan los recursos de sus empresas para fines personales, ya sean estos recursos materiales o humanos.

En muchas ocasiones se ha vistos pueblos en donde el agua potable no existe y se abastecen mediante tanqueros de agua, los cuales no llegan a toda la población por igual ya que las personas "importantes" del pueblo acaparan el servicio, esto se da con frecuencia en la provincia de esmeraldas o en la localidad de Crucita en Manabí.

Así también como en muchos lugares en donde se debe realizar largas filas para ser atendido, "las influencias" o las conocidas "palancas" acortan los procesos para unos cuantos beneficiados, de esta forma se puede observar como la corrupción y el abuso de poder forman parte del mismo círculo vicioso.

- Bajo nivel cultural

El bajo nivel cultural va muy ligado con la falta de educación de la gente, es por esta falta de educación que la programación de televisión nacional es tan ofensiva, así como también son tan famosas las telenovelas que proliferan cada vez más, con tramas y personajes en muchos casos groseros y vulgares,

pero que sin embargo gustan tanto a los televidentes porque los hace sentirse identificados.

Existen al menos 5 programas televisivos que muestran a la mujer como un objeto sexual o trofeo, las mismas "modelos" que bailan por cualquier motivo y exhiben su cuerpo sin la menor vergüenza, lastimosamente este tipo de programas son los que más acogida tienen entre los televidentes de escasos recursos.

- Inestabilidad política

La inestabilidad política genera temor entre los ecuatorianos, causa especulación y conflictos entre partidarios del gobierno y opositores, afecta a todo tipo de empresas que deben salir adelante en muchos casos sin el apoyo de la inversión extranjera, ya que los inversionistas temen que la leyes cambien de la noche a la mañana y prefieren invertir en países que ofrezcan mayor estabilidad.

- Aumento de la delincuencia

Uno de los problemas más graves con el que se enfrenta el país en estos momentos es el aumento de la delincuencia a mano armada, en la actualidad se realizan robos a plena luz del día, amedrentando a las víctimas y poniendo en riesgo sus vidas.

No existe un método de defensa que valga ante la presencia de un arma de fuego, por lo cual tanto guardias de seguridad como el personal de los locales comerciales asaltados terminan siendo víctimas indefensas.

Es el mismo caso de robo y asaltos a domicilios y a personas que transitan por las vías, el robo a vehículos es cada vez más común así como el asalto a transeúntes.

En estos días nadie está libre de ser asaltado no importa si es hombre o mujer, lo mejor es tomar las precauciones necesarias para no convertirse en víctimas de los delincuentes.

- Aumento de asesinatos

Muy a pesar de los esfuerzos de la policía, los asesinatos son ahora cada vez más comunes en provincias como Esmeraldas, Pichincha, Guayas, Santo Domingo, etc.

El nivel de violencia a ah aumentado así como el sicariato, los "ajustes de cuentas" son cada vez más frecuentes y los crímenes mejor planeados.

- Burocracia

La creación de nuevos ministerios si bien ha disminuido el desempleo y generado fuentes de trabajo, lo que más ha conseguido es aumentar el nivel de burocracia que ya existía en todas las instituciones, existen tramites que pueden ser realizados en cuestión de minutos u horas pero que exigen días de espera gracias a todos los procesos y responsables por los cuales deben pasar.

- “Viveza criolla”

Este problema tradicional de los ecuatorianos va muy de la mano con la falta de educación y el abuso de poder, existe la creencia de mientras más ventaja una persona pueda sacar de una situación más inteligente es, tal es el caso de las filas de los bancos, hospitales, o cualquier tipo de institución donde madres inescrupulosas alquilan a sus hijos para conseguir preferencia en las filas.

Existe todo tipo de “Vivezas Criollas” desde colarse en la fila de un espectáculo público, hasta hacerse pasar por familiar de un policía de alto rango para evitar una multa de tránsito, entre otros.

Es por estos motivos que van muy de la mano con el abuso de poder, y en ocasiones la corrupción, ya que todos estos actos afectan a terceros.

- Justicia sin resultados

Si bien la constitución del Ecuador ha sido aclamada por otros países sus leyes y normas no se cumplen, existe las buenas intenciones pero nadie que sea responsable de llevarlas a cabo.

Existen presos sin condena, que después de un año vuelven a las calles a continuar robando, matando o violando y nadie hace nada.

Las víctimas de robos, en la gran mayoría de casos tienen miedo de poner una denuncia debido a represalias de los familiares de los malhechores, y en el resto de casos no se toman la molestia de hacer una denuncia porque no confían en el sistema judicial y consideran que es una pérdida de tiempo.

- **Amenazas**

  - Cierre comercial de fronteras

    Es una amenazada para el país los problemas diplomáticos o comerciales en donde un cierre de fronteras sería fatal para el turismo o los negocios, es ahora el más claro ejemplo la expulsión a la Embajadora de Estados Unidos en Ecuador, por parte del presente.

    Las consecuencias que estas acciones causaran al país son todavía insospechadas, pero podrían generar un cierre total de negociaciones, ayudas, donaciones, y entrada de turismo.

    Estos conflictos causan graves pérdidas a todos los sectores que subsisten gracias a la exportación de productos, viajes con fines comerciales, o de recreación, así como a las empresas importadoras.

Sea el caso de un cierre de fronteras con USA o con cualquier otro país que se mantenga relaciones, siempre va a representar un perdida y perjuicio para el Ecuador.

- Llegada de inmigración

La llegada de personas de diferentes nacionalidades que residen en el país de manera ilegal genera graves problemas al Ecuador así como a sus habitantes, es este el caso en donde como ejemplo más claro se puede encontrar gran cantidad de ciudadanos cubanos y colombianos trabajando y viviendo en nuestro país.

Estos inmigrantes ocupan los puestos de trabajo que los ecuatorianos se rehúsan a ocupar y cada vez son más los que vienen a vivir en el Ecuador por su bajo costo de vida y los beneficios que la dolarización les brinda.

- Importación de delincuencia

Así como llegan inmigrantes al país que deciden trabajar, con ellos llegan todo tipo de delincuentes y tácticas de delincuencia de otros países cada vez más violentas.

El Ecuador se ve amenazado en sus fronteras por los grupos para militares, y en la actualidad se conoce que grupos como las FARC se encuentran ya en suelo ecuatoriano.

- Desastres Naturales

Ningún país del mundo está libre de un desastre natural y ecuador no es la excepción, con amenazas como erupciones volcánicas, terremotos y tsunamis, el país está expuesto a graves catástrofes que serían devastadoras para su economía y para su población.

El costo de refugio y movilización de victimas representa una amenaza grave para los gobiernos de turno.

- Imposición de normas, regulaciones y leyes por parte de organismos internacionales

En algunas ocasiones gracias a ser un país considerado tercer mundista el Ecuador se ha visto obligado a acatar normas impuestas por el Fondo Monetario Internacional, así también como altos porcentajes por deudas y negociaciones poco convenientes para el país.

- La globalización como desaparición de fronteras para la competencia

Una grave amenaza que el país enfrenta es la competitividad y excelente servicio al cliente que ofrecen países como Colombia por ejemplo, factor con el que Ecuador debe implementar todavía nuevas técnicas de entrenamiento de personal para poder llegar al nivel de competitividad requerido.

Las industrias colombianas en el ámbito textil ofrecen excelente calidad, buenos precios, y un excelente trato.

En el caso de Perú existe mano de obra mucho más barata, y tal es el caso que empresas ecuatorianas de textiles como Pinto, cerraron sus fábricas en el país para trasladarse a producir en el Perú.

- Crisis económica en el extranjero

En el Ecuador, existen varios tipos de negocios que dependen directamente de la afluencia de extranjeros al país, más específicamente el sector turístico, el cual se mantiene gracias a la visita de turistas de todo el mundo.

Un ejemplo claro de cómo afecta una crisis internacional se dio con la crisis bancaria que sufrió Estados Unidos la cual disminuyo la afluencia de turistas y por ende el cierre de algunas agencias de viaje pequeñas y el despido de personal de algunas agencias de viaje más grandes.

5.2. Análisis FODA de AGS

- **Fortalezas**

  - Contar con una cuenta bancaria en el exterior

    Debido a la excelente gestión de Agustin Núñez la escuela cuenta con una cuenta bancaria en Estados Unidos, factor que facilita a los estudiantes realizar sus pagos cuando no es posible pagar directamente en la escuela, así también como genera confianza para los estudiantes.

    Tener una cuenta de la escuela en Estados Unidos facilita los pagos de clases online de los estudiantes que no se encuentran en el Ecuador.

    Quienes realizan transferencias directas desde sus cuentas a la cuenta de AGS desde la comodidad de su hogar.

- Promover un ambiente familiar

La escuela está caracterizada por ofrecer un ambiente familiar a sus estudiantes, desde su infraestructura ofrece un ambiente cálido y amigable, cada estudiante se siente como en casa, teniendo la oportunidad de permanecer en la escuela por el tiempo que quieran, después de sus clases ya sea en la cafetería, o en el área de computadores.

Promover un ambiente familiar es muy importante para Andean Global Studies ya que nuestros estudiantes viajan solos y necesitan siempre contar con alguien que los apoye en caso de alguna necesidad.

Debido a esto AGS no cierra sus puertas en días festivos o feriados, pues los estudiantes pagan por un servicio de calidad.

- Contar con más de 10 años de experiencia

Debido a sus anos de experiencia AGS cuenta con una excelente reputación entre el resto de escuelas así también como entre sus ex estudiantes.

Existe el caso de estudiantes que al visitar por primera vez AGS, retornan en cada oportunidad que tienen, guardando los mejores recuerdos de su escuela y de sus profesores.

- Mantener un staff de profesores altamente calificados y recomendados

El staff de profesores de AGS cuenta con gran experiencia, son conocedores de diferentes métodos de enseñanza y adaptan sus clases a cada tipo de estudiante, logrando al final de sus cursos resultados de éxito.

En AGS los profesores comprenden que cada estudiante es diferente y por lo tanto estudian primero las características esenciales de cada alumno para así determinar qué tipo de método le conviene más a su estudiante.

Este análisis profundo de AGS y sus profesores promueve la oferta de servicios de excelencia y es la causa del reconocimiento favorable que AGS posee.

- Localización geográfica céntrica

Andean global Studies se encuentra localizado en el sector más comercial de la ciudad, detrás del Quicentro shopping del norte.



Su ubicación estratégica permite a los estudiantes tener acceso a centros comerciales, parques, bancos, restaurantes etc. de una forma fácil y segura.

Se encuentra en medio de una zona tranquila sin afluencia de tráfico ni mayores distracciones a su vez por lo cual los estudiantes pueden aprovechar al máximo de sus clases.

- Facilidad de acceso a medios de transporte publico

AGS cuenta con la ventaja única de ubicarse estratégicamente cerca de la Ecovía, red de transporte público que cruza la ciudad de sur a norte.

Esto así también como el costo del transporte público facilita a los estudiantes que acuden a Andean Global Studies, su movilización por la ciudad.

La escuela se encuentra entre la Avenida 6 de Diciembre y la Avenida Los Shyris, ambas arterias importantes en el tráfico vehicular por donde circulan buses que llevan a nuestros estudiantes a todos sus destinos, así también como la cercanía a la Avenida Naciones Unidas.

El fácil acceso al transporte público es una herramienta útil, y de gran beneficio tanto como para estudiantes, profesores, y personal administrativo en general.

- Cercanía a centros comerciales

AGS se encuentra cercana a un gran número de centros comerciales, de todo tamaño, siendo el más cercano y grande el Quicentro Shopping, en donde los estudiantes realizan sus compras de todo tipo o pasean tranquilamente, pero a su vez se encuentra cerca del Centro comercial Olímpico, del Megamaxi, del CCI, del CCNU, entre otros. Ofreciendo a los estudiantes gran variedad de actividades y opciones para comer, pasear, o comprar.

- Cómoda infraestructura

La infraestructura de AGS esta perfectamente distribuida para que los estudiantes se sientan como en casa, cuenta con áreas de recreación y estudio así también como un área de computadores y una sala de video.

Todas estas áreas se convierten en herramientas para el refuerzo del aprendizaje en las aulas y a su vez generan en los estudiantes un sentimiento de respaldo.

- Ofrecer a los estudiantes más que un servicio

En AGS se busca la experiencia holística del estudiante, y no solo su enfoque en el aprendizaje de español.

Cada estudiante que visita AGS tiene diversos intereses y gustos, y es por eso que su Staff administrativo y de profesores está presto a ofrecer a los estudiantes recomendaciones sobre actividades, viajes o lugares que deberían visitar y conocer.

Los estudiantes tienen en el personal que conforma a AGS una segunda familia dentro de Ecuador, y saben que en caso de necesidad con tan solo una llamada un miembro del personal de AGS estará para asistirlos en cualquier necesidad.

- Excelente atención al publico

En base a la experiencia y lo expuesto en el FODA de Ecuador, la atención al público es uno de los factores más importantes para el éxito de un negocio, por lo tanto AGS se ha caracterizado por ofrecer siempre una atención de calidad.

Ofrecer valores agregados a los estudiantes es lo que genera la fidelidad.

AGS además de ofrecer clases de español ofrece a sus estudiantes:

- Asesoría en viajes
- Tours a diversos lugares cerca de la ciudad
- Respaldo medico en caso de necesidad
- Opciones de voluntariado

- Opciones de pasantías o prácticas de requerirlo el estudiante

Tanto su dueño, como personal esta siempre listo para ayudar a los estudiantes y guiarlos de la mejor manera, para crear así una experiencia enriquecedora en el plano cultural como de aprendizaje.

- Edificio discreto

Andean Global Studies cuenta con la ventaja de estar ubicada en la planta baja de un domicilio familiar, por lo tanto su apariencia es discreta y no llama la atención de delincuentes.

Los estudiantes se sienten tranquilos la escuela protegida.

- Logística adecuada

Los procesos de la escuela cuentan con una logística adecuada, desde la recepción de los estudiantes en el aeropuerto hasta el traslado de los estudiantes a sus casas y la coordinación de sus clases y actividades.

Cada horario está perfectamente organizado con el profesor responsable, así también como las actividades que la escuela ofrece a los estudiantes como son:

- Clases de cocina
- Clases de salsa
- Partidos de Futbol
- Salidas turísticas

Todas estas actividades cuentan con un horario establecido, descripción correcta, persona responsable, especificación de costos y lugar de encuentro.

Los estudiantes semanalmente tienen una presentación con el staff de la escuela y el resto de estudiantes, en donde se da a conocer las actividades, se da consejos generales y sugerencias.

- Facilidad de movilidad entre escuelas

Gracias a las sociedades que tiene AGS con 3 diferentes escuelas dos en la costa y una más en la sierra, los estudiantes tienen la oportunidad de conocer más ciudades, y adentrarse más en la cultura ecuatoriana, visitando las diferentes playas y regiones del país.

Los estudiantes cuentan con la misma organización de clases y familias en las 4 escuelas y si deciden viajar entre escuelas cuentan con la continuidad de sus programas gracias a la organización interna de AGS.

- Preparación a estudiantes para obtener certificación DELE

Reconocidos entre los estudiantes por su alta efectividad, la preparación para el certificado de español DELE tiene gran importancia para el prestigio de AGS, ya son varios los estudiantes que después de tomar su curso de preparación en Andean Global Studies toman la prueba obteniendo excelentes resultados.

- Programa de español medico reconocido







Gracias a una excelente labor de organización de la Escuela conjuntamente con el coordinador médico, el programa de español médico que AGS ofrece cada vez gana más fuerza y reconocimiento entre las universidades estado unidenses, sus estudiantes vienen por un mes a realizar observaciones médicas en el área de su preferencia y toman clases de español enfocado en vocabulario médico, completando así una experiencia de aprendizaje útil para sus carreras y sus estudios.

- Excelente recomendación en Universidades Americanas.

Gracias al prestigio que posee la escuela debido a su programa medico, y a las excelentes recomendaciones de estudiantes pasados, AGS está siendo reconocida por las diferentes universidades de Estados Unidos como una opción para enviar a sus estudiantes a estudiar en el extranjero.

Son los mismos estudiantes quienes dan a conocer AGS a sus compañeros quienes toan la decisión de viajar en base a las referencias y experiencias positivas que les son comunicadas.

- **Oportunidades**

  - Contar con los atractivos turísticos del País

Andean Global Studies cuenta con la ventaja de estar ubicada en un país lleno de atractivos turísticos para propios y extraños, en donde los estudiantes cuentas con diversas actividades para todo tipo de gusto

Los estudiantes cuentan con la facilidad de poder estudiar de lunes a viernes dentro de la escuela y salir de paseo a lugares cercanos a la ciudad los fines de semana.

Así también como pueden visitar sitios turísticos dentro de Quito, como lo son: El Panecillo, La Ronda, Las iglesias y museos del Centro Histórico de Quito, el Parque Itchimbia, La Ciudad Mitad del Mundo, etc.

La riqueza natural y calidez de su gente convierten al Ecuador en el lugar ideal para aprender español, factor que beneficia directamente a Andean Global Studies en cuanto a atracción de estudiantes se trata.

- Cercanía entre ciudades

Para la escuela y los programas que ofrece representa una gran ventaja que el Ecuador sea de extensión pequeño ya que así los estudiantes pueden viajar entre las ciudades y regiones fácilmente en un mismo día.

Esto facilita las actividades y la recreación de los estudiantes quienes con frecuencia después de tomar sus clases por cierto tiempo deciden tomar una pausa viajar por el Ecuador y retornar a clases, estas ventajas permiten a AGS complementar las actividades de aprendizaje de los estudiantes ofreciéndoles diferentes tours a la selva, o a Galápagos.

Debido a la cercanía entre las ciudades y la facilidad de desplazarse entre las mismas AGS tiene la oportunidad de ofrecer programas de estudio en 3 regiones diferentes del país: Sierra, Costa, Amazonia.

- Localización de varios centros comerciales en el sector

Para AGS resulta una fuente de tranquilidad contar con la presencia de varios centros comerciales en el sector de su ubicación ya que los estudiantes tienen lo que necesitan al alcance de su mano y no deben desplazarse muy lejos de la escuela o de sus casas para conseguirlo.

Por motivos de seguridad, es mejor para AGS que los estudiantes realicen sus compras en un centro comercial donde existe guardianía, siendo este el caso del Quicentro Shopping que es el más cercano a las instalaciones de la Escuela.

De la misma manera si los estudiantes necesitan internet, copias, papelería, alimentación, vestido, por nombrar algunos ejemplos, lo pueden encontrar todo en un mismo lugar.

- Localización de varios locales de comida en el sector

Debido a que AGS ofrece el servicio de departamento de estudiantes y este no incluye ninguna comida, es una excelente opción para los estudiantes

contar con lugares de comida cercanos con precios no mayores a $3 por un almuerzo completo.

De la misma manera esta local o restaurantes beneficiales al personal docente y administrativo que no posee tiempo suficiente como para desplazarse a sus domicilios a la hora del almuerzo y permanecen en la zona, con excelentes alternativas a bajo costo.

- Familias en el sector interesadas en recibir estudiantes

Dado el caso que la economía cada día resulta más difícil muchas familias han considerado como una buena opción abrir sus puertas y sus hogares a estudiantes extranjeros, acogiéndolos como hijos e hijas, y permitiéndoles conocer mucho más de la cultura ecuatoriana y sus costumbres desde adentro.

Por seguridad de los estudiantes y facilidad AGS cuenta con alrededor de 10 familias en la zona de ubicación de la escuela con una distancia desde una o dos casas hasta máximo 5 cuadras caminando.

Esto resulta una ventaja para AGS puesto que los estudiantes no deben gastar en trasporte público para llegar a la escuela y siempre están cerca de casa por cualquier eventualidad.

- Bajos costos de transporte publico

Siendo tal vez una de las ventajas más significativas para AGS, el bajo costo del transporte público facilita la estadía de los estudiantes en la ciudad, pueden desplazarse por cualquier sector que si viajan en bus público, metro vía, trolebús o Ecovía, dependiendo de su ruta el presupuesto que un estudiante necesita es de $0.5 para todo su recorrido (un bus de ida y uno de vuelta).

Estos bajos costos son una excelente oportunidad ya que no limitan al estudiante a permanecer en la escuela o en su casa, y puede pasear y conocer los diferentes barrios de Quito con total tranquilidad.

- Facilidad de conseguir taxis

Por seguridad de los estudiantes en AGS siempre les recomienda tomar un taxi pasadas ciertas horas, para este propósito es de gran ayuda contar con diferentes compañías de taxis que ofrecen el servicio puerta a puerta de esta forma en AGS garantizamos la seguridad de los estudiantes y su tranquilidad.

Mediante una llamada telefónica el estudiante puede ser recogido ya sea de su domicilio, o de la escuela y trasladado a la ubicación de su preferencia.

- Ser Quito una ciudad de varios atractivos culturales

Para AGS es una gran oportunidad que Quito sea una ciudad tan llena de riqueza cultural, sus iglesias y museos así como exposiciones temporales presentan una excelente alternativa para los estudiantes.

Pueden escoger entre obras de teatro, visitas a los diferentes museos de la ciudad así también como su centro histórico por si solo.

Quito cuenta con atractivos para todos los gustos, como lo es el Panecillo Teleférico, diversos parques, y teatros.

- Existencia de varias opciones de voluntariados en la ciudad

Debido a la gran afluencia de estudiantes que buscan realizar voluntariado AGS cuenta con una gran ventaja al estar ubicada en Quito y contar con varias opciones de voluntariado para sus estudiantes.

Existen tres tipos de voluntariado, el social, ecológico y médico.
Dentro del voluntariado social los estudiantes tienen la oportunidad de trabajar desde una semana como mínimo hasta el tiempo que ellos dispongan en proyectos de ayuda a niños, madres solteras o ancianos.

Otro tipo de voluntariado importante es el médico, en donde los estudiantes que estudian medicina en sus países de origen pueden participar asistiendo en diferentes centros de salud.

- Poder ofrecer tours a todas las regiones del país

Gracias a las maravillas que el Ecuador tiene para ofrecer AGS puede aprovechar este hecho y convertirse en agencia intermediaria, ofreciendo a sus estudiantes diferentes tours ya sea a la sierra, costa o amazonia, para esto AGS cuenta con convenios con diferentes agencias de viaje las cuales dan una comisión a la escuela por sus ventas.

- Bajo costo de vida para extranjeros

Gracias a la dolarización el Ecuador alcanzo un nivel de costos estandarizado y relativamente bajo, por cuanto los estudiantes pueden aprovechar mejor de su dinero, sobretodo en caso de estudiantes Europeos.

En la ciudad se puede obtener alimentación por un promedio de $5 diarios.
La acomodación puede variar pero los precios pueden ir desde $11 en aumento.
Estas opciones representan una gran ventaja para la escuela.

- Generación de barreras de entrada a nuevos competidores

Es una ventaja para la escuela contar poco a poco con nuevas regulaciones que dificulten la aparición de escuelas de mala calidad con precios extremadamente bajos, que en la mayoría de ocasiones causan una mala imagen para el País.

- Recomendación a estudiantes por parte de agencias de viaje internacionales

AGS cuenta con el apoyo de agencias de viaje internacionales como lo son Study Travel, Surtrek, Globo Study, Sta Travel, Mixi, entre otras.
Estas agencias recomiendan a la escuela en el extranjero a los pasajeros que se encuentren interesados en realizar viajes de estudio.

Cada vez más son las reservaciones enviadas por estas agencias las cuales aumentan el número de estudiantes que AGS recibe.

- Aumento del interés mundial en aprender el idioma español.

En los últimos años ha habido una mayor apertura hacia la cultura latina, poco a poco desaparecen las fronteras y la discriminación, en esta última época se ha visto el interés del mundo en general por Latinoamérica y sus costumbres, por cuanto cada vez más personas deciden aprender español, sea por motivos comerciales, de trabajo, de negocios, por cultura, gusto o necesidad.

- **Debilidades**

- Roces entre el personal

Como toda empresa o grupo social AGS no está libre de los malos entendidos entre su personal, existen roces, discusiones o peleas que afectan el ambiente laboral y retrasan los procesos.

- Poca exigencia en cumplimiento de horarios

La excesiva flexibilidad que AGS tiene con sus empleados ha causado que exista un abuso en el incumplimiento de horarios, no existen sanciones ni amonestaciones para los atrasos.

No hay ningún ente o autoridad que controle estas faltas.

- Falta de controles de entrada y salida del personal

Tomado de la mano con el cumplimiento del horario por parte de sus empleados, en AGS no existe ninguna persona responsable de la entrada y salida de los empleados o algún método de control que justifique sus horarios.

Existen atrasos frecuentes, el personal en ocasiones no trabaja lo establecido, y falta un sistema que logre controlar las horas trabajadas.

- Confusión ocasional de funciones entre staff de oficina

Debido a la falta de comunicación que existe ocasionalmente, se confunden las funciones entre el personal de oficina, cada persona tiene establecidas sus funciones, pero debido a conflictos de horarios, en ocasiones una sola persona debe afrontar con toda la carga laboral, habiendo confusiones después, al olvidar notificar el trabajo de apoyo dado.

- Falta de comunicación entre coordinación de estudiantes y dirección académica

Debido a la problemática de roces o peleas entre el personal, en este caso directamente entre quienes conforman la oficina con el director académico, se retrasan los procesos o la información necesaria para llevar a cabo una correcta planificación.

- No existe una cadena de valor establecida

Representa un inconveniente para la escuela el no tener una cadena de valor establecida ya que existe en ocasiones duplicación de funciones o de

procesos, y cuellos de botella que podrían ser solucionados para dar un mejor servicio a los estudiantes y optimizar el tiempo de quienes trabajan en la oficina.

Existen tareas repetitivas y monótonas que no pueden ser mejoradas por falta de establecimiento de horarios y fechas límite de entrega de información.

- No existe una correcta segmentación de mercado

AGS recibe todo tipo de estudiantes de cualquier nacionalidad de habla extranjera y de cualquier edad a partir de los 18 años, mas no cuenta con una correcta segmentación de mercado en temas de estrategias de Marketing y de atracción de nuevos clientes así también como para realizar la correcta promoción de sus servicios en cada localidad.

- No se encuentra una estrategia de MK definida

AGS se basa en la recepción de estudiantes por referencias de agencias o recomendación de estudiantes pasados, pero no existe una estrategia de marketing definida, las acciones de marketing que realiza son de manera poco planeada sin prever con exactitud resultados futuros.

- No existe plan de trabajo ni responsables asignados

El trabajo que en AGS se realiza es al momento un trabajo rutinario y de mantenimiento mas no existe ninguna visión de crecimiento, no existen planes a futuro, ni responsables correctamente asignados, existen varios proyectos que han sido dejados de lado por poca iniciativa y correcta planificación de quienes en AGS trabajan.

- Falta de personal en oficina

Debido a conflictos de horario el problema de falta de personal en la oficina se hace cada vez más evidente.

No es posible coordinar correctamente los procesos si no se cuenta con una comunicación correcta entre las partes.

Es necesario por lo menos dos personas que trabajen en AGS tiempo completo y puedan retroalimentarse mutuamente en cuanto a las tareas realizadas y las pendientes.

- **Amenazas**

- Inseguridad en la ciudad

Lastimosamente la inseguridad se encuentra en todo lugar y la ciudad de Quito no es una excepción, no es posible en la actualidad transitar por las calles a partir de ciertas horas debido a los niveles de delincuencia y agresividad que existen en el medio.

Para AGS representa un grave problema pues varios estudiantes han sido asaltados.

- Imprudencia de los estudiantes

Pese a las charlas de seguridad que se les proporciona a los estudiantes llegados al país, existen momentos de imprudencia en los cuales son presa fácil de atracos o asaltos, estos factores general una mala imagen para la ciudad, para la escuela y para el país.

- Abuso a extranjeros

En varios lugares existe un abuso evidente a los viajeros extranjeros como lo es la diferencia de precios de entrada a museos, o lugares de recreación entre ecuatorianos y extranjeros, esto genera descontento y malestar en los estudiantes, ya que se sienten claramente robados y prefieren no participar de las actividades que ofrece la escuela.

- Posibles crisis financieras en países extranjeros

Con el recuerdo de lo que fue la crisis del año 2009 en Estados Unidos, AGS afronto una dura etapa al recibir algunas cancelaciones por parte de

estudiantes ya confirmados, quienes debido a la perdida de sus empleos se vieron obligados a cancelar sus viajes.

Este tipo de crisis internacionales afectan directamente a AGS y al sector turístico en general ya que todos sus ingresos provienen de los viajantes extranjeros.

- Mala imagen de la ciudad a turistas

Ya sea por motivos de delincuencia, de excesivo tráfico vehicular o de apariencia, si la ciudad no es atractiva a los turistas, estos decidirán realizar sus estudios en otra región del país, o incluso en otro país.

La mala educación de la gente, la basura y contaminación son factores que también afectan a que se generen malas recomendaciones y dejen de llegar nuevos estudiantes.

- Mala reputación de la escuela debido a errores externos

Es obligación de AGS mantener los más altos estándares de calidad en enseñanza y atención al cliente, pero nunca está libre de algún cliente insatisfecho que genere una cadena negativa de comentarios que afecten la reputación de la escuela.

- Aparición de escuelas no registradas

Dado a la investigación del mercado y la competencia se ha podido observar que principalmente en el sector de la Mariscal, por ser un sector de gran atractivo turístico existen varias escuelas no establecidas legalmente que ofrecen clases de español sin ningún aval del ministerio de educación ecuatoriano pero que debido a sus bajos precios atraen a gran cantidad de estudiantes.

- Posible robo de información

Para AGS que posee un banco de datos interesante debido a sus ex estudiantes representa un grave problema el robo de información, es por esto

necesario la creación y firma de contratos de confidencialidad, a que el manejo del negocio cuando una persona adquiere experiencia puede resultar más fácil y se podría vender la información de los estudiantes a la competencia o incluso establecer nuevas escuelas basados en el manejo de AGS.

- Posibilidad de un cambio de moneda

Por motivos de logística si bien en AGS se mantendría el cobro en dólares a sus estudiantes, los estudiantes que visiten en país para realzar compras locales deberían realizar el cambio de moneda en casas de cambio lo que generaría molestias.

- Instabilidad política en el país.

La inestabilidad política en el país ahuyenta la inversión extranjera, este podría ser el caso de nuevas empresas de educación o agencias de viaje de quienes AGS se beneficia directamente, cambien de opinión y decidan no enviar más pasajeros o invertir en establecer una sede en Ecuador por la falta de apoyo a la inversión generada por la inestabilidad política que cada gobierno de turno acarrea.

5.2.1. Matriz FODA

		FORTALEZAS	
		1. Dinero en el exterior	11. Edificio discreto
		2. Ambiente Familiar	12. Logística Adecuada
		3. mas de 10 años de experiencia	13. Facilidad de movilidad entre escuelas
		4. Calidad docente	14. Preparación DELE
		5. buena localización geográfica	15. Programas reconocidos
		6. Fácil acceso a transporte publico	16. Excelente reputación en U de Usa
		7. Cercanía a Centros comerciales	
		8. Cómoda infraestructura	
		9. Ofrecer valor agregado en el servicio	
		10. Excelente atención al cliente	
OPORTUNIDADES		**ESTRATEGIAS (FO)**	
1. Atractivos turísticos de país	9. Quito, ciudad de varios atractivos culturares	1. Ofrecer un paquete mejorado para 3ra edad, en donde se combine clases y tours en las diferentes escuelas asociadas	
2. Cercanía entre ciudades	10. Varias opciones de voluntariado dentro de la ciudad		
3.Contar con centros comerciales cercanos	11. Variedad de tours y regiones	2. Convertir a AGS en un centro asociado en donde los estudiantes tomen el examen DELE.	
4. Contar con varios restaurantes cercanos	12. Bajo costo de vida		
5. Familias anfitrionas cercanas	13. Generación de barreras de entrada a competencia	3. Ofrecer visitas hacia diferentes destinos en la ciudad, aprovechando el costo del transporte publico.	
6. Bajo costo de transporte publico	14. Recomendación de Agencias de viaje internacionales		
7. Facilidad de acceso a taxis y precios bajos	15. Aumento de interés en estudiar español	4. Garantizar la calidad del servicio, mediante recomendaciones realizadas por parte de las agencias de viaje internacionales a	
AMENAZAS		**ESTRATEGIAS (FA)**	
1. Inseguridad en las calles	6. Mala reputación de la escuela ocasionada por escuelas asociadas	1. Mantener el dinero en una cuenta en el exterior que no se vea afectada por la posibilidad de un cambio de moneda en el país	
2. Imprudencia de los estudiantes	7. Aparición de escuelas piratas		
3. Abusos a extranjeros	8. Posibilidad de robo de información	2. Brindar un excelente servicio al cliente, de calidad y que supere las expectativas del cliente, convirtiendo a AGS en su segunda familia,	
4. Posibilidad de crisis financieras en exterior	9. Posibilidad de un cambio de moneda	3. Garantizar la calidad de una escuela reconocida por el ministerio de educación, mediante los años de experiencia de sus profesores, versus	
5. Mala percepción de la ciudad	10. Inestabilidad política en el país	4. Controlar la entrada y salida de estudiantes, siempre acompañados por un profesor de la escuela.	
Realizado por: Isabel Zurita			

DEBILIDADES
1. Roces entre el personal
2. Poca exigencia en cumplimiento de horarios
3. no existe control de entrada y salida
4. duplicación de funciones
5. Falta de comunicación entre coordinación de estudiantes y dirección académica
6. Cadena de valor no establecida
7. no hay segmentación del mercado
8. No poseen estrategias de Mk
9. No existe plan de trabajo ni responsables asignados
10. Falta de asistentes en oficina
ESTRATEGIAS (DO)
1. Ofrecer programas de español con actividades extra de voluntariado, dirigidos a un mercado especifico.
2. Realizar publicidad de la escuela, aprovechado los atractivos turísticos del país, en guías internacionales de turismo
3. Pagar el transporte publico del personal hacia la escuela a cambio de su arribo puntual.
4. Crear espacios mensuales de recreacion para el personal, visitando algun lugar turistico de la ciudad junto con los estudiantes, y miembros de oficina.
ESTRATEGIAS (DA)
1. Establecer un manual de funciones detallado, para evitar confuciones y duplicacion de labores.
2. Realizar un diagrama de flujo de procesos, de facil entendimiento.
3. Precautelar a los estudiantes nuevos acerca de los riesgos que podrian encontrar en la ciudad con charlas de seguridad semanales.
4. Resguardar informacion, documentos de importancia, dinero, y articulos de valor dentro de cajas fuertes localizadas en lugares estrategicos de las instalaciones de la escuela.
5. Implementar un sistema de camaras de seguridad temporizadas, que ayuden a controlar la llegada del personal asi como quien ingresa al lugar.
6. Establecer procesos de calidad estandarizados tanto para AGS como para sus escuelas asociadas

5.3. Resumen y método utilizado

Para establecer la matriz FODA se realizó el método cruzado de estrategias FO, DO, DA, FA.

La Matriz FODA fue realizada en base a la información obtenida de AGS específicamente, puesto que la Matriz realizada es la que corresponde a Andean Global Studies únicamente.

Como resumen general de la Matriz se puede determinar que la escuela puede ofrecer una variedad de paquetes especializados para cada tipo de estudiante, gracias a las oportunidades con las que cuenta, así como puede contrarrestar la inseguridad de la ciudad aprovechando la discreción del edificio donde se encuentran localizadas las instalaciones de la escuela.

Por otra parte también se puede aprovechar la cercanía entre las regiones del país para ofrecer a los estudiantes programas que incluyan diferentes actividades y paseos fuera de la ciudad.

De acuerdo a lo expresado en la tanto en la matriz como en el análisis FODA realizado para AGS, la fundación cuenta con grandes oportunidades que todavía no han sido explotadas, las mismas que con la estrategia correcta pueden ayudar a la empresa a despegar en muchos aspectos, para que así la empresa logre crecer aún más a futuro.

6. PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING DE ANDEAN GLOBAL STUDIES

6.1. Misión

Somos una empresa ecuatoriana que oferta servicios educativos, dedicada a la enseñanza del idioma español, como una vivencia completa y experiencial para todos los extranjeros que visitan nuestro país, comprometidos con brindar un servicio de excelente calidad, profesionalismo y respeto.

Enfocados en la cultura y el aprendizaje, haciendo de cada hora de clase una experiencia inolvidable, combinando la magia del Ecuador con la calidez de su gente, generando nuevas percepciones que conviertan a nuestra escuela en un segundo hogar.

6.2. Visión

Andean Global Studies en los próximos 10 años, será la escuela de español con el mayor número de retorno de estudiantes obteniendo un retorno anual de 5 a 1, debido a su excelente servicio y calidad.

Generando así mediante a referencias, nuevos contactos y estudiantes, lo que la convertirá en líder de calidad y servicios en el mercado.

6.3. Valores Corporativos

Andean Global Studies cree en:

- Puntualidad
- Honestidad
- Solidaridad
- Profesionalismo
- Respeto
- Calidad

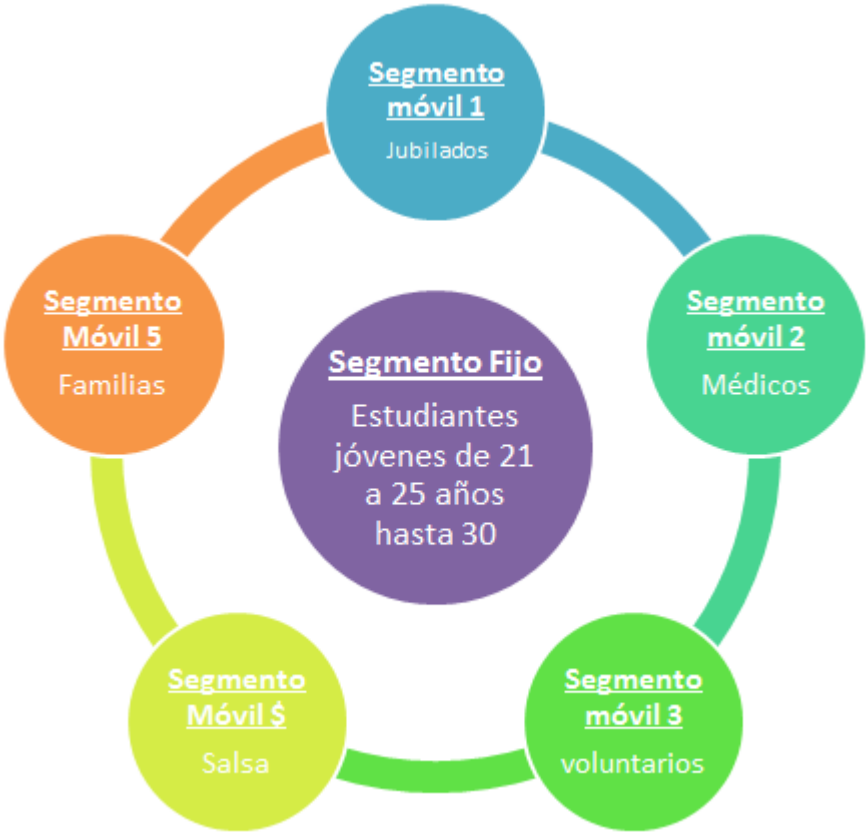
6.4. Objetivos

- En un plazo de 3 años, Liderar el mercado ecuatoriano de clases de español.
- Dentro de los próximos 3 meses, Crear un ambiente especial, al cual los estudiantes siempre quieran regresar.
- Cubrir dentro del próximo año, al menos un 5% de la demanda insatisfecha.
- Fidelizar a los clientes actuales con el fin de generar recomendaciones futuras.
- Satisfacer y superar las necesidades de sus clientes
- Dar a conocer a sus estudiantes los maravillosos paisajes del país

6.5. Segmentación

Para la segmentación del mercado de Andean Global Studies, se ha tomado en cuenta los datos obtenidos de la investigación de mercado realizada mediante encuestas, y mediante la información obtenida por parte de la escuela explicada en el segundo capítulo a cabalidad.

6.5.1. Diagrama de segmentos fijos y móviles



6.5.1.1. Segmento Fijo

Dentro del Segmento Fijo de AGS se encuentran todos los estudiantes de entre 21 a 25 años de edad, los mismos que toman clases individuales y grupales y permanecen en el país por un periodo mínimo de un mes.

Este segmento es dinámico y joven, disfruta de las actividades al aire libre y aprovechan al máximo de su estadía en Ecuador, conociendo todas las ciudades que más pueden.

6.5.1.2. Segmento Móvil 1 - Jubilados



Para este segmento se tomó en cuenta a todas aquellas personas de la 3ra edad, los mismos quienes cuentan con mayor poder adquisitivo y tienen tiempo ilimitado para poder viajar por el país, es un grupo de clientes a quienes se les puede ofrecer actividades que representen comodidad y calidad sin importar el costo.

6.5.1.3. Segmento Móvil 2 – Estudiantes Médicos



Dentro de este segmento se encuentran los estudiantes médicos, los mismos que vienen al país con el objetivo de estudiar español y realizar observaciones médicas, es un segmento responsable y enfocado en sus estudios y actividades extra curriculares.

Las edades promedio de este segmento son de entre 23 – 27 años de edad, y por lo tanto participan abiertamente de los viajes propuestos por la escuela.

6.5.1.4. Segmento Móvil 3 - Voluntarios



Los voluntarios representan una parte importante del mercado de Andean Global Studies, son un grupo con intereses de ayuda social y comunitaria elevados, los mismos que se esfuerzan por aprovechar su aprendizaje de español para reflejar sus conocimientos en su trabajo y poder realizarlo de la mejor manera posible.

6.5.1.5. Segmento Móvil 4 - Baile



Los pasajeros que quieren aprender a bailar, como parte de su tiempo en Ecuador son una parte importante del mercado de Andean Global Studies que hasta el momento se ha encontrado descuidada, debido a varias peticiones de cursos que integren clases de salsa también se ha decidió por lo tanto tomarlos en cuenta como segmento móvil para la creación de nuevos programas

6.5.1.6. Segmento Móvil 5 - Familias



Las familias son parte importante de la comunidad el cual Andean Global Studies ha fallado en tomar en cuenta hasta ahora, por lo tanto se convertirán en un segmento móvil para el plan de marketing de la empresa.

6.6. Estrategias de Marketing

Para la empresa Andean global Studies se aplicaran diferentes estrategias de marketing las mismas que en ocasiones se las aplicara combinadas ya que estas estrategias son complementarias unas con otras.

6.6.1. Estrategias de diferenciación a través de la marca

Dentro de estas estrategias inicialmente se aplicaran las siguientes acciones para lograr el posicionamiento de la marca AGS en la mente del consumidor.

6.6.1.1. Estrategia de diferenciación Traveling Classroom

Andean Global Studies gracias a su alianza estratégica con las escuelas de Cuenca, Manta y Montanita tiene la oportunidad de generar programas en los cuales los estudiantes puedan trasladarse de escuela en escuela al mismo costo y con exactamente la misma metodología y syllabus en sus clases.

En este case en concreto Andean Global Studies ofrece a sus clientes el programa Traveling Classroom el cual consiste en un mes de

clases con 80 horas de clases en grupo, 20 horas semanales tomando los estudiantes una hora en cada ciudad.

6.6.1.2. Estrategia de Diferenciación mediante programa medico

Ofertar un programa médico reconocido a nivel universitario en Estados Unidos

Gracias a la labor de Andean Global Studies y su alianza con el coordinador médico de la escuela, su programa tiene reconocimiento en la Universidad de Ohio en Estados Unidos así como está ganando reconocimiento dentro de las diferentes universidades, las cuales cada vez más recomiendan a sus estudiantes tomar un curso de español medico con Andean Global Studies como parte de sus vacaciones de verano, ofreciendo becas para que los estudiantes puedan realizar este programa.

A lo largo de estos años se ha comprobado la efectividad de este programa, en el campo médico, puesto que la migración en Norte América especialmente, influye de gran manera convirtiéndose en un factor de peso donde sus doctores se han visto obligados a

aprender español para poder tratar de mejor manera a sus pacientes latinos.

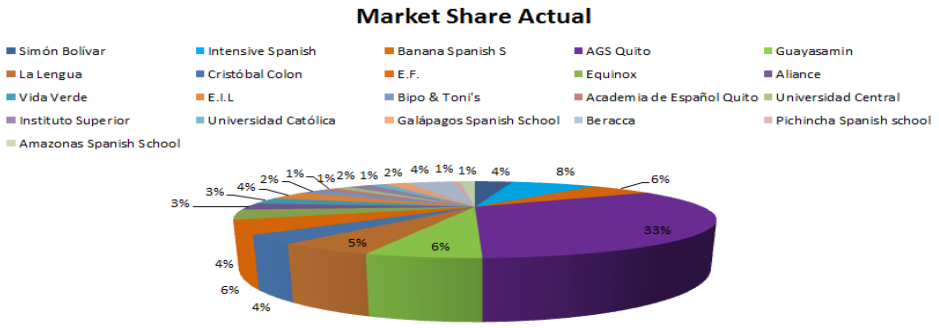
Este programa gracias a sus altos estándares pone a AGS como la empresa líder en ofrecer este tipo de servicios puesto que por sus requerimientos resulta difícil de imitar, mas no imposible.

6.6.1.3. Creación de un uniforme para el personal de Andean Global Studies.

Tomando en cuenta el giro del negocio y los clientes que frecuentan la escuela, se ha decidido implementar como uniforme del staff administrativo una camiseta Polo negra con el logo de la escuela, las mismas que general una imagen de seriedad y compromiso sin dejar de lado ese toque juvenil y accesible a los estudiantes.

6.6.1.4. Utilización de LOGO de Andean Global Studies

Andean global Studies de acuerdo a las encuesta se encuentra liderando el mercado.



Por lo tanto el propósito de esta etapa de posicionamiento será crear una identidad de la marca que genere recordación.

Para lo cual se dará fuerza a la aplicación del LOGO de Andean Global Studies

El mismo que será utilizado de ahora en adelante en todo documento impreso por la escuela, sean estos:

- Comunicados de la Oficina
- Memorandos
- Ejercicios para los estudiantes
- Información varia

Con el fin de crear una identificación de la marca dentro del staff tanto administrativo como de profesores y así finalmente transmitirlo a entre los estudiantes quienes son los clientes directos de Andean Global Studies.

El LOGO de Andean Global Studies representa los colores corporativos que ha escogido la organización por su significado, el mismo que será explicado a continuación detallando que quiere decir cada color.

Azul:

El azul representa confianza y lealtad, es ideal para afianzar la seguridad de los estudiantes.

Naranja:

Es un color vibrante y lleno de energía, el cual es perfecto para crear un ambiente acogedor y entretenido.

Verde:

Es un color que representa lo natural, ayuda a crear un efecto calmante y que incentiva el crecimiento.

Blanco:

Representa pureza y limpieza, ayuda a generar tranquilidad.

6.6.1.5. Utilización de un aroma para identificar a Andean Global Studies

De la misma forma en una segunda etapa se asociara los colores de la escuela con aromas que los estudiantes recuerden como el olor característico de su escuela y de buenos momentos en Ecuador. Para lo cual se decidió identificar a la escuela con el aroma de la selva, un aroma natural y limpio, con toques de agua, aroma con el cual los estudiantes podrán sentirse en Ecuador cada vez que lo vuelvan a percibir en algún lugar, y así recordar la naturaleza, paseos y compañeros de su escuela en Ecuador.

Como un factor adicional se escogió este aroma para crear una conciencia verde alrededor de los que representa Andean Global Studies y poder transmitir el mensaje de conservación de la naturaleza para todos nuestros estudiantes.

6.6.1.6. Uso de material promocional para la escuela

Como parte de esta estrategia de diferenciación mediante la marca y para reforzar la identidad e imagen de marca, se aplicara el uso de material promocional de la escuela tomando el cuenta el éxito que ha generado este tipo de merchandising en empresas como Starbucks, Hersheys, o marcas como M&M, e incluso franquicias como lo son las películas por mencionar algunas, Harry Potter, Jurasicc Park, entre otras, Andean Global Studies ha decidido crear productos que puedan ser comercializados entre sus estudiantes a manera de souvenirs

6.6.1.6.1. Ejemplos de artículos de venta en AGS



Camiseta AGS



Tasa



Gorra



Shot



Jarro Térmico

Se entregara gratuitamente a manera de regalo:



Un tomatodo con el emblema del programa “Traveling Classroom Ecuador” a los estudiantes que participen de él.

Y finalmente a todos los estudiantes en su primer día de clases se les entregara una manilla con la frase “Yo hablo español”.

6.6.2. Estrategias de Crecimiento

Para esta parte del capítulo Andean Global Studies aplicara algunas estrategias de crecimiento.

6.6.2.1. Estrategia de integración horizontal.

Andean Global Studies gracias a su alianza estratégica con escuelas en Cuenca, Manta y Montanita, puede crear una estrategia de integración horizontal, la misma que quiere decir que en este caso AGS puede aprovechar el contar con varios puntos en el país para distribuir un producto/servicio similar.

Andean Global Studies se caracteriza por su excelente servicio al cliente, y ambiente familiar, a su vez la realidad del mercado hace claro que estas características resultan fáciles de ser imitadas por la competencia, por lo cual para su diferenciación AGS se enfocara en esta integración Horizontal para reforzar sus oportunidades y fortalezas.

Una de las principales ventajas de esta integración horizontal es la Movilidad entre diferentes regiones del país.

Gracias a esta alianza estratégica Andean Global Studies puede ofrecer a sus estudiantes la facilidad de tomar clases en cualquiera de estas ciudades con la misma metodología de enseñanza, calidad de profesores y precios.

Las escuelas que participan dentro de esta integración son:



Quito ⟶ Cuenca ⟶ Montanita ⟶ Manta

6.6.2.2. Búsqueda y atracción de nuevos usuarios

Para esta parte de la estrategia de crecimiento Andean global Studies realizara varios tipos de publicidad tanto directa como indirecta, las mismas que son:

- Publicidad en la revista In-Lan, para la edición del mes de Enero del 2012, la cual es la revista a bordo de la aerolínea LAN, la misma que según la señorita Monica Stracuzzi, encargada de la

comercialización de la revista tiene un movimiento diario de 63000 pasajeros a bordo a nivel mundial.

- Generación de videos tomados a los estudiantes actuales de la escuela.

Como estrategia de Marketing que AGS ha creado, a los estudiantes de más confianza y quienes tengan características influyentes en un grupo, se les pedirá una recomendación la misma que podrá ser en video para ser subida a Youtube y Facebook espacios y redes sociales donde todos los estudiantes o pasajeros interesados puedan acceder a información de primera mano por parte de estudiantes quienes ya tuvieron la oportunidad de formar parte de la gran familia que es AGS.

- Uso de redes sociales gratuitas para dar seguimiento a estudiantes pasados.

El Seguimiento a los clientes como parte de la estrategia competitiva generara recordación entre los estudiantes y nuevas recomendaciones para atraer estudiantes en un futuro.

Andean Global Studies, como estrategias cuenta con su página de Facebook por medio de la cual mantiene un contacto constante con

los estudiantes antiguos, a los cuales siempre se les saluda por su cumpleaños y en ocasiones especiales, manteniendo de esta forma una relación constante con los ex estudiantes y creando nuevos lazos que perduren incluso después de que sus clases hayan terminado, mediante las redes sociales en general Andean Global Studies tiene la facilidad de crear una base de datos de sus estudiantes, y poder conocer un poco más de sus vidas para persuadir de una mejor manera en la oportunidad o intensión de compra de un curso de español, y puede generar el deseo de regresar a un ambiente tan familiar.

Mediante la utilización de estas herramientas AGS también asegura que los nuevos estudiantes puedan tener una idea mas clara de la calidad de sus servicios y la relación de amistad que se genera entre la empresa y cada cliente que la visita, generando así en los futuros posibles compradores una sensación de bienestar y confianza incluso antes de visitar las instalaciones.

6.6.2.3. Estrategia de desarrollo de los productos para los mercados actuales.

Dentro de esta estrategia Andean Global Studies aplicara dos fases importantes:

- Creación y lanzamiento de nuevos productos

En base a su nueva segmentación Andean Global Studies propondrá la creación de nuevos programas enfocados específicamente a satisfacer las necesidades de los segmentos creados.

Los nuevos programas serán explicados con mayor detalle en la parte correspondiente a la propuesta de producto.

- Rejuvenecimiento de líneas de producto.

Los programas que Andean global Studies oferta en la actualidad, representan gran parte de su éxito, los mismos que han llegado a la cumbre en su ciclo de vida y deberán ser relanzados, promocionándolos más y enfocándose en sus fortalezas para que estos no entren en una etapa de declinación.

Por lo cual AGS enfocara parte de su publicidad a los programas que desea relanzar.

6.6.3. Estrategias competitivas

Dentro de las estrategias competitivas Andean Global Studies aplicara una fusión entre la integración vertical hacia arriba y las estrategias de Líder, llevando a cabo la participación en ferias tanto de turismo como de escuelas español en localidades internacionales.

En estas ferias participara el director de Andean Global Studies, Agustin Núñez como representante de la escuela y del país, en estos casos gracias a su presencia en estas ferias se logra contactos importantes que en un futuro se convierten en agentes internacionales que recomendaran la escuela, y venderán los cursos.

Como parte de esta estrategia se encuentras la generación se partnerships con agencias de viajes internacionales las mismas que recibirán un 20% de comisión sobre los cursos que vendan a sus estudiantes en el extranjero facilitando así la labor de AGS de retransmitir la información a sus estudiantes interesados alrededor del mundo

6.6.4. Estrategia de expansión

Como parte de la estrategia de expansión, Andean Global Studies iniciara la construcción de su nueva escuela ubicada en el oriente en la zona de misahualli, Actualmente debido a la gran demanda existente en el mercado, Andean Global Studies se encuentra invirtiendo en un proyecto de creación de una escuela propia en la selva, la cual funcionara con la misma metodología de AGS Quito y pasara a formar parte de las escuelas asociadas.

De esta forma podrá ofrecer en un futuro cercano a sus estudiantes no solo la posibilidad de estudiar en la sierra, o la costa sino también en la amazonia, al mismo precio y con la misma metodología.

Lo mismo que generara más ventas y ganancia para AGS Quito, tomando en cuenta que la nueva escuela pasara a formar parte de un grupo de empresas propias, que generaran valor y fuerza dentro del mercado nacional.

6.7. Estrategias de Marketing Mix para la empresa Andean Global Studies.

6.7.1. Producto

Los productos que AGS oferta son horas de clase individuales y en grupo, las mismas que constan de 50 minutos de clase en las cuales cada profesor realiza ejercicios prácticos, gramaticales escritos y orales que fortalecen el aprendizaje de español, enfocándose en las necesidades de cada uno de los estudiantes y personalizando las clases para su mayor aprovechamiento.

Tomando en cuenta la segmentación de mercado propuesta, y la investigación de mercado realizada, Andean Global Studies lanzara sus nuevos programas:

6.7.1.1. Spanish & Salsa

El programa consistirá en 4 horas diarias de lecciones de español grupales, mas acomodación en familia con dos comidas diarias y dos horas diarias de clases de salsa.

Diseñado para todo tipo de edad pero enfocado especialmente al segmento “Salsa” de estudiantes.

6.7.1.2. Spanish to Rejuvenate

Este será un programa diseñado para el segmento de jubilados que constara de 80 horas de clases grupales divididas en 4 semanas, con actividades culturales por las tardes y paseos de un día durante los fines de semana.

El programa será similar al traveling classroom que actualmente ofrece la escuela, pero cambiaran las actividades adecuándolas más para los estudiantes de tercera edad.

6.7.1.3. Family learning

Programa diseñado para familias el cual incluirá 4 horas diarias de clases grupales más actividades recreativas, turísticas y culturales en las tardes.

Y se relanzaran los siguientes programas:

6.7.1.4. Spanish & volunteer

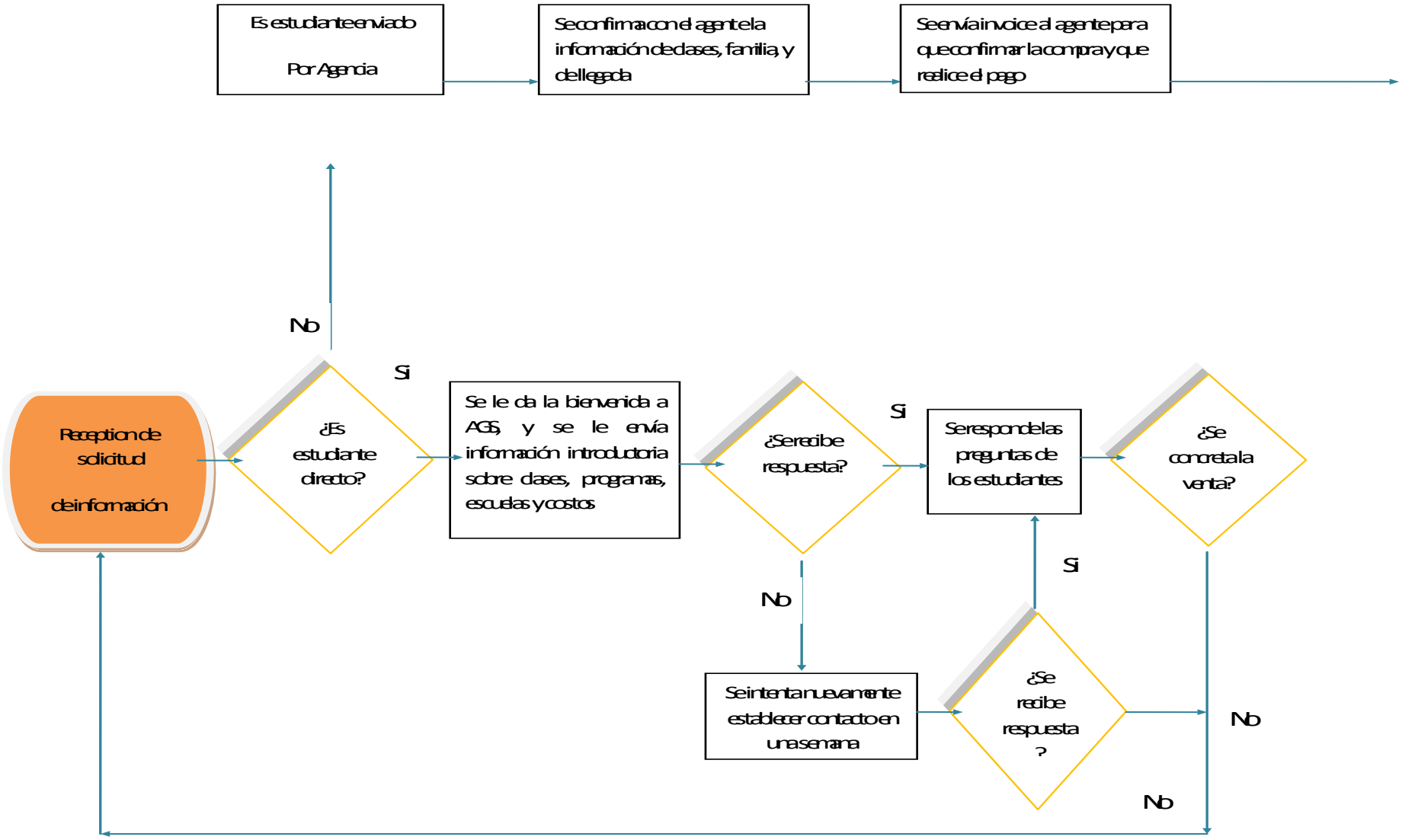
Programa diseñado para el segmento de voluntarios, comprende clases grupales 4 horas diarias más actividad de voluntariado en la fundación de su elección, con acomodación en familia con dos comidas.

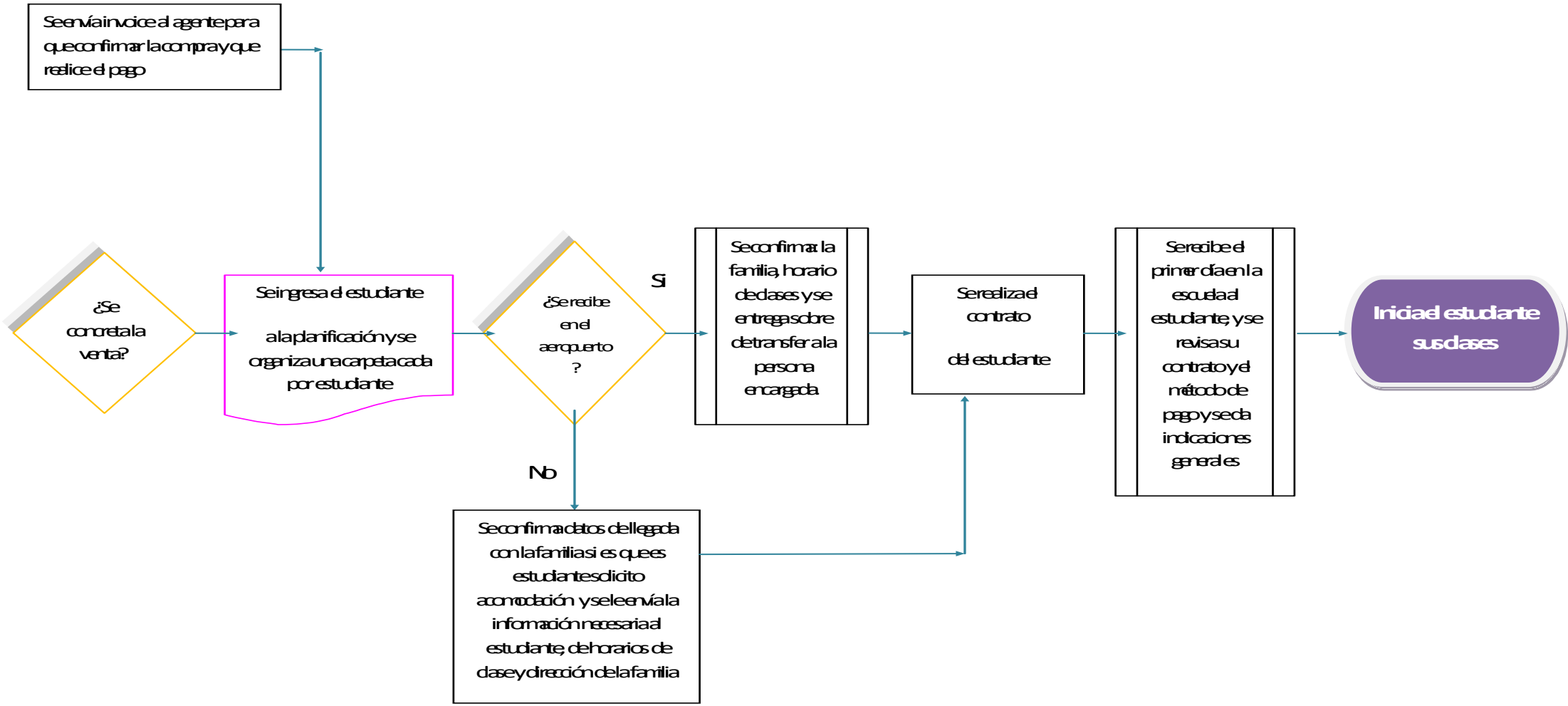
6.7.1.5. Medical Spanish.

Programa existente dentro de los productos que ofrece AGS, enfocado para estudiantes médicos de todas las nacionalidades.

Comprende 80 o 100 horas de clases grupales divididas en 4 o 5 horas diarias de clases más dos semanas de observaciones médicas y acomodación en familia con dos comidas.

6.7.1.6. Diagrama de flujo—Recepción de nuevos estudiantes para clases en Quito




Se envía invoice al agente para que confirmar la compra y que realice el pago
¿Se concreta la venta?
Se ingresa el estudiante a la planificación y se organiza una carpeta cada por estudiante
¿Se recibe en el aeropuerto ?
Si
No
Se confirma: la familia, horario de clases y se entrega sobre de transfer a la persona encargada
Se realiza el contrato del estudiante
Se recibe el primer día en la escuela al estudiante, y se revisa su contrato y el método de pago y se da indicaciones generales
Inicia el estudiante sus clases
Se confirma datos de llegada con la familia si es que es estudiante solicito acomodación y se le envía la información necesaria al estudiante, de horarios de clase y dirección de la familia

6.7.2. Precio

El precio de las clases se divide en el tipo de clase que toma cada estudiante, es decir;

- Horas individuales $8
- Horas Grupales $6
- Horas Online $10

Los precios han sido escogidos de acuerdo al análisis de la oferta actual de escuelas de español, y procurando establecer un precio promedio que compita de forma justa en el mercado.

Los precios para cada programa serán:

6.7.2.1. Spanish & Salsa

Tabla no 28 - Spanish & Salsa

Costos para AGS	
4 horas de clase grupo	10
2 horas de salsa x día	20
familia por dia 2 comidas	9
Costo diario	39

Precio Estudiantes	
4 horas de clase grupo	24
2 horas de salsa x día	30
familia por dia 2 comidas	17
precio diario	71

Costo Semanal	
4 horas de clase grupo	50
2 horas de salsa x día	100
familia por dia 2 comidas	63
	213

Precio Semanal	
4 horas de clase grupo	120
2 horas de salsa x día	150
familia por dia 2 comidas	119
	389

Ganancia semanal
$176.00
82.63%

Elaborado por: Isabel Zurita

6.7.2.2. Spanish to Rejuvenate

Tabla no. 29 - Spanish to Rejuvenate

Costos para AGS	
4 horas de clase grupo x 5d	50
Centro historico	8.5
Papallacta	7.5
Mitad del mundo	12
Capilla del hombre	8
Otavalo	40
familia por día 2 comidas x 7 dias	63
Costo	189

Precio Estudiantes	
4 horas de clase grupo x 5d	120
Centro historico	20
Papallacta	30
Mitad del mundo	20
Capilla del hombre	20
Otavalo	60
familia por día 2 comidas x 7 dias	119
Precio	389

Ganancia semanal
$200.00
105.82%

Elaborado por: Isabel Zurita

6.7.2.3. Family Learning

Tabla no 30 - Family Learning

Costos para AGS	
4 horas de clase grupo x 5d	50
museo del Agua	12
Vivarium	3
Mitad del mundo	12
Teleferico	16
Mindo	50
familia por día 2 comidas x 7 dias	63
Costo	206

Precio Estudiantes	
4 horas de clase grupo x 5d	120
museo del Agua	25
Vivarium	15
Mitad del mundo	25
Teleferico	25
Mindo	70
familia por día 2 comidas x 7 dias	119
Precio	399

Ganancia semanal
$193.00
93.69%

Elaborado por: Isabel Zurita

De acuerdo a lo planificado los precios generales de los programas que ofrece Andean Global Studies tendrán un aumento para el anio 2012, los cuales quedaran expresados de la siguiente forma:

6.7.2.4. Precio de Horas individuales

Tabla no. 31 – Horas individuales

All prices are shown in USD $ for one person.
Available every week, all year.

SPANISH INSTRUCTION ONE ON ONE

Applicable for: Spanish Immersion, Spanish and Volunteer, DELE Preparation.

Hours per day	Weeks 1	2	3	4	5	6	7	8	Extra week
4	180	360	540	720	900	1080	1260	1440	180
5	225	450	675	900	1125	1350	1575	1800	225
6	270	540	810	1080	1350	1620	1890	2160	270
7	315	630	945	1260	1575	1890	2205	2520	315

Registration fee: US$ 20.
Additional lessons: US $9 per hour

SPANISH AND CULTURE ONE ON ONE

Hours per day	Weeks 1	2	3	4	5	6	7	8
6	320	640	960	1280	1600	1920	2240	2560
7	365	730	1095	1460	1825	2190	2555	2920

Registration fee: US$ 20.

Elaborado por: Isabel Zurita

6.7.2.5. Precio de Horas Grupales

Tabla no. 32 – Horas grupales

GROUP INSTRUCTION
(Maximum five students per classroom)
Applicable for: Spanish Immersion, Spanish and Volunteer.

Hours per day	Weeks 1	2	3	4	5	6	7	8	Extra week
4	120	240	360	480	600	720	840	960	120

Registration fee: US$ 20.

usd $6 CADA HORA

Elaborado por: Isabel Zurita

6.7.3. Plaza



Elaborado por: Isabel Zurita

Andean Global Studies oferta sus servicios en sus instalaciones ubicadas en la ciudad de Quito, en las calles El mercurio E10-23 y la Razón, diagonal a la embajada de cuba, en el sector del Estadio Olímpico.

Las instalaciones constan con 9 clases perfectamente equipadas para atender las necesidades de sus clientes.

Cuenta con áreas de recreación, y áreas de computación para dar un servicio de calidad a sus estudiantes.

Las instalaciones con las que cuenta Andean Global Studies, debido a su ubicación geográfica en la ciudad, y a su distribución interna, crean en los estudiantes una idea de nunca haber salido de casa.

La cercanía entre las instalaciones de la escuela y sus familias anfitrionas generan una sensación de bienestar entre los estudiantes, quienes con caminar aproximadamente entre 5 hasta máximo 10 minutos, pueden trasladarse desde su familia hasta la escuela sin que esto represente un gasto adicional.

Andean global Studies cuenta con una cafetería espaciosa dotada con todo lo necesario para que sus estudiantes compartan, se distraigan y entretengan.

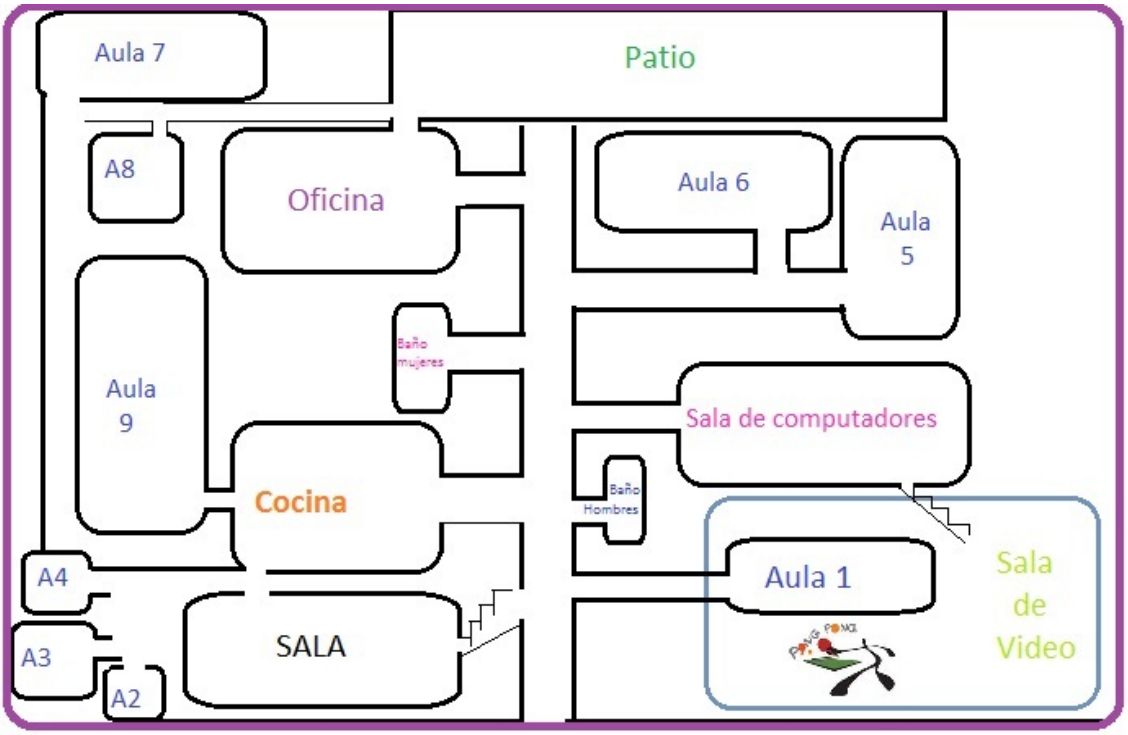
Así como cuenta con una sala de computación exclusiva para estudiantes, la misma que se encuentra equipada con computadores conectados a internet todo el tiempo y redes wi-fi para los estudiantes que traigan sus dispositivos o equipos portátiles.

De la misma manera Andean Global Studies cuenta con un área de cine destinada para el mejor aprovechamiento de las clases equipada con cable satelital y equipos audiovisuales.

Andean global Studies cuenta con áreas de recreación para sus estudiantes como lo son un área de ping pong y un área con jardín para BBQ.

Todos estos espacios ayudan a los estudiantes a sentirse como en casa y disfrutar más de su estadía en la escuela.

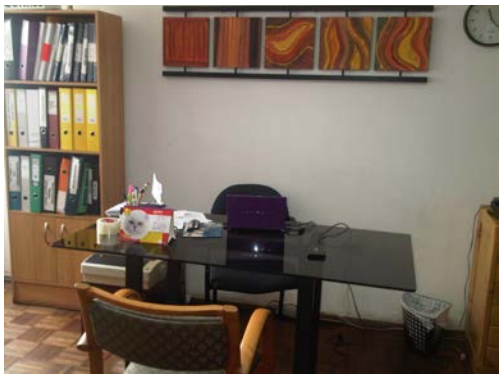
6.7.3.1. Diagrama no. 1 Distribución espacial de Andean Global Studies.



Elaborado por: Isabel Zurita

6.7.3.2. Galería de imágenes de Andean Global Studies

Oficina



Sala



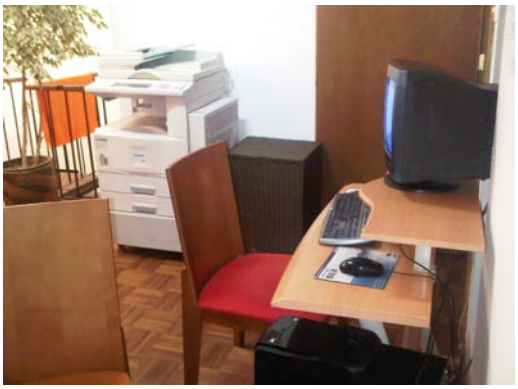
Cocina



Aulas



Centro de computación



Sala de video



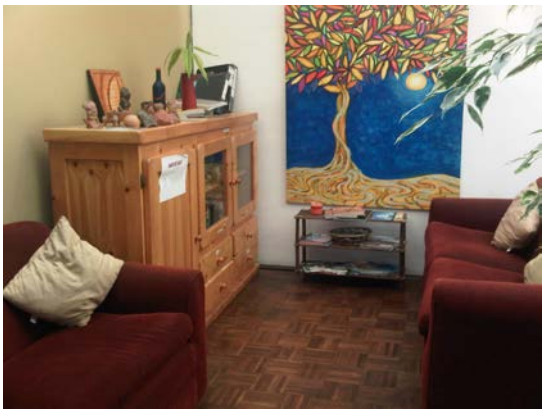
Área de recreación



Patio



Biblioteca



6.7.3.3. Factor humano de Andean Global Studies

Profesores con más de 10 años de experiencia y títulos universitarios que respaldan la calidad de los servicios.

A diferencia de las escuelas ilegales, para escuelas como Andean Global Studies y las escuelas dentro de la asociación de escuelas de español, es un requisito esencial contar con la participación de profesores de español reconocidos, los cuales garantizan la calidad de las clases y el aprendizaje de los estudiantes.

Los profesores de Andean Global Studies son el principal recurso con el que cuenta esta empresa, y el factor mas importante, gracias a su experiencia AGS no es únicamente una escuela de español, pero es un segundo hogar para los estudiantes, quienes en sus profesores encuentran no solo el factor académico pero el humano también.

Todo este bagaje académico y experiencial con el que se cuenta en la escuela genera confianza en los estudiantes, y certifica la calidad de los servicios que AGS ofrece.

6.7.4. Promoción

Para la promoción de sus cursos Andean Global Studies se encuentra enfocado completamente en el mercado internacional debido a su giro de negocio, por lo tanto tras un análisis de las necesidades y requerimientos de los pasajeros extranjeros AGS cuenta con diferentes tipos de promoción para dar fuerza a las ventas de sus programas como lo son:

6.7.4.1. Promoción de tours a precios de estudiantes.

Oferta de precios especiales en tours a los estudiantes

Gracias a la excelente labor del director de Andean Global Studies, los estudiantes pueden tener acceso a tours hacia la selva (Cuyabeno, Yasuni, etc)

Así también como tarifas excelentes para tours a Galápagos, las cuales solo siendo estudiantes de Andean Global Studies las pueden conseguir con hasta un 50% de descuento.

Estas oportunidades difícilmente pueden ser copiadas por escuelas de la competencia, ya que se deben a una excelente negociación por parte de Agustin Núñez y los dueños de las agencias.

6.7.4.2. Congelamiento de precios

Para los estudiantes que paguen la mitad de su curso hasta el 31 de Diciembre del año 2011 podrán tomar sus cursos durante todo el año 2012 a precios congelados del año anterior.

6.7.4.3. Tours gratis

Si los estudiantes toman un número determinado de horas de clases recibirán un tour de un día gratis o pueden ser tours a la selva dependiendo del monto del contrato.

6.7.4.4. Publicidad Variada en diversos medios.

Para una empresa como AGS su método publicitario resulta diferente, debido a que necesita llegar masivamente a usuarios en todo el mundo, por lo tanto AGS ha resumido su publicidad en los siguientes medios:

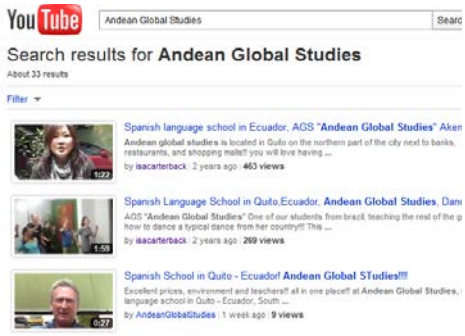


Página web Oficial de la escuela donde se encuentra toda la información necesaria con respecto a cursos, instalaciones, ubicación, precios y programas que ofrece

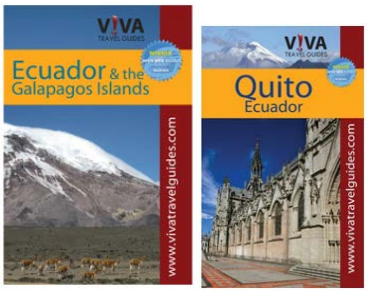


Facebook, servicio gratuito que facilita la comunicación de Andean Global Studies con sus estudiantes actuales y pasados, siendo una

herramienta útil para la aplicación de CRM de la escuela.



YouTube es una herramienta gratuita de transmisión de videos, por medio de la cual la empresa dará a conocer al mercado sus servicios así como por medio de la misma los estudiantes interesados podrán obtener recomendaciones acerca de esta escuela antes de su llegada.



En la guía Viva Travel Guide, se publicara anuncios anuales sobre Andean Global Studies dentro de la categoría escuelas de español en Ecuador.

Especificando su ubicación y precios.



Específicamente en la revista IN-LAN de la aerolínea LAN, se publicara un anuncio anual promocionando la escuela para todos los pasajeros que se dirijan hacia Ecuador.



Como parte de las estrategias de integración, se encuentra la alianza con la agencia de viajes STA TRAVEL, una de las agencias más reconocidas en el mercado europeo, los mismos que ayudan a la escuela con el envío de estudiantes de Alemania, Suiza, Holanda principalmente.



Ferias Internacionales de escuelas y turismo en las cuales participara Andean Global Studies, generan nuevos contactos a los cuales se les puede promocionar la escuela y sus servicios.

6.8 Cronograma

Para el cronograma se especificara un plazo de 6 meses para la puesta en marcha del plan de marketing propuesto por esta tesis, dando como resultado la siguiente esquematización de tiempo.

Tabla no. 33 – Cronograma

Accion	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				febrero				Marzo			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Participacion en Feria internacional																								
Actualizacion de Informacion en Pag Web																								
Actualizacion de informacion en Facebook																								
Generacion de nuevas recomendaciones para Youtube																								
Publicacion de nuevos videos videos en Youtube																								
Material de merchandising para AGS																								
Publicacion de publicidad en revista In-Lan																								
Publicacion publicidad en Guia Viva Travel Guide																								
Publicacion de publicidad en Guida Lonely Planet																								
primera entrega souvenir estudiantes traverling classroom																								
Lanzamiento escuela de Andean global Studies en la Selva																								
Puesta en Marcha nuevos programas ofertados por AGS																								

Elaborado por: Isabel Zurita

6.9. Presupuesto

6.9.1. Presupuesto de aplicación para plan de Marketing

Para la realización de este plan de marketing se realizara el análisis de los costos que implica para la empresa su puesta en marcha, los mismos que han sido proporcionados por AGS, debido a que la misma posee los contactos directos de sus proveedores de servicios, por este motivo y por petición de su director para este presupuesto se mantendrá la confidencialidad de sus proveedores y los datos utilizados serán valores similares a los reales pero aproximados.

Todos los costos expresados, serán respaldados mediante las facturas incluidas en los anexos de la presente disertación.

Tabla no. 34 – Presupuesto de MK

PRESUPUESTO PLAN DE MKT	2012
Participacion en Feria internacional	$1,800.00
hosting annual pag web	$80.00
Actualizacion de Informacion en Pag Web	$0.00
Actualizacion de informacion en Facebook	$0.00
Generacion de nuevas recomendaciones para Youtube	$0.00
Publicacion de nuevos videos videos en Youtube	$0.00
implementacion uniforme para oficina	$115.00
Material de merchandising para AGS	$1,388.50
Publicacion de publicidad en revista In-Lan	$6,000.00
Publicacion publicidad en Guia Viva Travel Guide	$500.00
costo de implementacion plan de marketing 2012	$9,883.50

Elaborado por: Isabel Zurita
Fuente: investigacion de medios realizada para AGS

Los costos presentados son valores tomados de las proformas realizadas en nombre de la empresa a las diferentes empresas proveedoras de servicios.

A continuación se explicara en que consiste cada uno de ellos:

- Participación en Feria Internacional

  Para Andean Global Studies es muy importante contar con la presencia de uno de sus representantes en la participación de las diversas ferias de turismo y de estudio que se llevan a cabo a nivel mundial, para lo cual su director, Agustin Núñez es la persona encargada de realizar los viajes.

  El presupuesto de la escuela previsto para el viaje que se llevara a cabo el próximo año ha sido establecido en $1800, los mismos que comprenden hospedaje, comidas, gastos varios y participación en la feria.

  Dentro de los anexos se puede observar a detalle la especificación de estos costos.

- Hosting Anual de Pagina web

  De acuerdo al convenio mantenido con la empresa de servicios de hosting y páginas web METAMORF, AGS mantiene un precio anual de $80 anuales con dicha empresa por un periodo indefinido de tiempo.

- Actualización de información en Página web

  Dado el caso de que la información que se maneja en la pagina web es de uso exclusivo de AGS, la persona autorizada para realizar cualquier cambio en su contenido es el señor Agustin Nunez, actual director y dueño de la escuela por lo tanto esta actividad no representa ningún costo adicional a la institución.

- Actualización de Información en Facebook

  Siendo parte de las labores del personal administrativo de AGS esta actividad no representa ningún valor adicional para la escuela.

- Generación de nuevas recomendaciones en Youtube

La generación de nuevos comentarios y recomendaciones de los estudiantes se encuentra contemplada dentro de las tareas de la administración y coordinación de estudiantes por lo tanto no representa ningún gasto adicional para AGS

- Publicación de nuevos videos en Youtube

La edición y publicación de los videos creados por AGS son parte de las tareas de la administración de la escuela, por lo tanto no representan valores adicionales a la empresa.

- Implementacion de Uniforme para Oficina

Actualmente se implementara a modo de uniforme para el personal administrativo el uso de una camiseta que cuente con el LOGO de la empresa bordado, la empresa asumirá estos costos los cuales al momento son tomado para un total de 13 personas.

El costo total de esta implementación de Uniforme es de $115

- Material de Merchandising para AGS

El material de merchandising para AGS son todos los productos que serán vendidos por la escuela a modo de souvenirs, los mismos que son:

Tabla no. 35 - Costos

	Costo	Unidades	Total
Camiseta	8	100	$800.00
Tasas	25	1.5	$37.50
Gorras	50	5	$250.00
Shots	100	0.7	$70.00
Manillas	1000	0.1	$100.00
Jarro Termico	30	1.7	$51.00
Tomatodo	100	0.8	$80.00
			$1,388.50

- Publicación de Publicidad en Revista IN-LAN

Siendo una de las aerolíneas mas reconocidas AGS ha decidido realizar 2 publicaciones en la revista IN-LAN para el próximo año 2012, las mismas que tendrán un costo individual de $3000 cada una, cada publicación consta con un anuncio de media página para la revista.

- Publicación de Publicidad en Revista VIVA TRAVEL GUIDE

La guía de viajes VIVA TRAVEL GUIDE es una de las más completas a nivel mundial por lo cual AGS realizara publicidad para su guía de edición 2012, los costos asociados se encuentran especificados en los anexos de cotizaciones, para este caso en particular se ha tomado como referencia a la publicación realizada en la guía de viajes FootPrint en el año 2010.

6.9.2. Presupuesto de Ventas con plan de Marketing Aplicado

Para el presupuesto de Ventas tanto en horas como en dinero de la empresa Andean Global Studies, se ha tomado en cuenta su análisis financiero detallado en el capítulo II, el cual divide a los servicios ofertados en diferentes programas de clase, los mismo que para su análisis se los ha tomado realizando un cálculo promedio de horas tomadas por estudiante y por periodo.

Siendo el promedio de horas tomadas por día: 4 horas

Días por semana: 5 días (de lunes a viernes)

Periodo promedio de estudio: 4 semanas.

Resultando en un total de 80 horas promedio por estudiante mensualmente.

Para el cálculo monetario de ventas de la escuela se ha considerado la voluntad del director de la escuela la misma que es a partir del año 2012 en su mayoría ofertar clases en grupo, para lo cual su precio por hora será de USD $6.

6.9.2.1. Presupuesto de ventas VS. Costos antes de aplicación de plan de Marketing

Tabla no. 36– Presupuesto antes del plan

PRESUPUESTO DE VENTAS DE AGS SIN IMPLEMENTACION DE PLAN DE MARKETING													
año	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
tipo de programa													
Normal Course	16560	13040	12800										
spanish online	640	560	160										
immersion programm	560	160	0										
Spanish & volunteer	720	400	320										
traveling classroom	2000	2800	3120	total de horas año 2012	total de horas año 2013	total de horas año 2014	total de horas año 2015	total de horas año 2016	total de horas año 2017	total de horas año 2018	total de horas año 2019	total de horas año 2020	total de horas año 2021
medical programm	1440	1360	2560										
DELE preparation	720	160	160										
Spanish & Culture	560	640	480										
Spanish & Culture + norma	80	400	80										
Spanish & tours	160	80	0										
Spanish & Surf	80	80	240										
Spanish & Dive	0	80	160										
horas vendidas por año	23520	19760	20080	20405.182	20735.63	21071.43	21412.668	21759.432	22111.811	22469.897	22833.782	23203.56	23579.326
Crecimiento monetario anual	$141,120.00	$118,560.00	$120,480.00	$122,431.09	$124,413.78	$126,428.58	$128,476.01	$130,556.59	$132,670.87	$134,819.38	$137,002.69	$139,221.36	$141,475.96
Elaborado por: Isabel Zurita													

Porcentaje Crecimiento	
19760	100%
20080	102%
	1.6194%

Dentro del presupuesto de ventas para la empresa Andean Global Studies para el próximo año y el valor estimado de ventas para los próximos 10 años en total, no se contempla la aplicación del Plan de Marketing Propuesto, por lo cual se puede observar en la tabla claramente que la empresa presenta un crecimiento lento cada año, después de haber sufrido una caída en sus ventas del año 2009 al año 2010, las cuales mejoran a partir del año 2011, y poseen un crecimiento anual de aproximadamente un 2%

Tablamo. 37—Análisis de ingresos vs Costos

Ingresos vs costos del año 2010

	mensual												
	ene	feb	mar	abril	mayo	jun	julio	ago	sep	oct	nov	dic	total CF anual
costos fijos													
internet	57.01	57.01	57.01	57.01	57.01	57.01	57.01	57.01	57.01	57.01	57.01	57.01	684.12
sueldos profesores afiliados	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	14400
pago iess	417.3	417.3	417.3	417.3	417.3	417.3	417.3	417.3	417.3	417.3	417.3	417.3	5007.6
pago seguro privado	317.13	317.13	317.13	317.13	317.13	317.13	317.13	317.13	317.13	317.13	317.13	317.13	3805.56
sistema de monitoreo	20.32	20.32	20.32	20.32	20.32	20.32	20.32	14.3	14.3	14.3	14.3	14.3	213.74
compras escuela	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	960
Sueldos administrativos	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	875	10500
Pago seguro Escuela	35.11	35.11	35.11	35.11	35.11	35.11	35.11	35.11	35.11	35.11	35.11	35.11	421.32
contador	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3000
Total costos fijos													38992.34

costos variables	ene	feb	mar	abril	mayo	jun	julio	ago	sep	oct	nov	dic	total
compras proveeduria	92.71	0	61.46	44.12	0	109.49	0	62.7	48.69	64.01	0	86.9	570.08
pago profesores temporales	71.64	180.16	64	398.1	717.85	1151.6	1350.24	1624.21	1211.94	1248.48	698.29	196.95	8215.17
telefono	46.41	55.84	33.87	67.96	63.41	50.38	47.36	66.16	32.02	72.95	40.2	36.35	612.91
luz	0	27.32	32.5	0	36.04	42.98	0	40.49	42.29	0	46.35	91.33	359.3
agua	22.8	27.76	25.7	49.65	46.65	70.6	35.68	40.67	42.66	34.68	56.63	31.69	485.17
transporte	0		118.8	0	178.2	0	0	430.65	0	0	198	99	1024.65
pago familias	685.2	542.12	1212.8	1744	1809.04	2254.56	957	2750	1245.04	859	656	693.24	14162.96
pago coordinador medico	0	552	0	600	1200	1584	600	0	0	300	0	300	5136
impuestos	103.15	135.78	127.18	86.04	173.34	353.88	0	0	269.45	261	0	196.4	1436.77
publicidad	112	56	56	0	0	0	0	0	0	0	0	0	224
mantenimiento		61.87				29.03	0	0	0	0	0	29.3	120.2
Total costos variables													32347.21
costos totales													71339.55

Elaborado por: Isabel Zurita

Para el análisis de costos se ha tomado como base la Tabla no. 2, la misma que se la encuentra completa en el Capítulo II de la presente disertación.

La tabla representa todos los costos en los que la empresa ha incurrido para el año 2010, los mismos que serán tomados como base para el cálculo de costos anuales de los siguientes años, tomando en cuenta la economía del país y factores variables se ha considerado una posible inflación del 4% anual.

Tabla no. 38—Costos anuales proyectados y utilidad antes del plan

COSTOS ANUALES PROYECTADOS DE AGS

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Costos	$71,339.55	$74,193.13	$77,160.86	$80,247.29	$83,457.18	$86,795.47	$90,267.29	$93,877.98	$97,633.10	$101,538.42	$105,599.96	$109,823.96

UTILIDAD PROYECTADA DE AGS ANTES DE LA APLICACION DEL PLAN DE MARKETING

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ingresos	$118,560.00	$120,480.00	$122,431.09	$124,413.78	$126,428.58	$128,476.01	$130,556.59	$132,670.87	$134,819.38	$137,002.69	$139,221.36	$141,475.96
Costos	$71,339.55	$74,193.13	$77,160.86	$80,247.29	$83,457.18	$86,795.47	$90,267.29	$93,877.98	$97,633.10	$101,538.42	$105,599.96	$109,823.96
Utilidad	$47,220.45	$46,286.87	$45,270.24	$44,166.49	$42,971.40	$41,680.54	$40,289.30	$38,792.89	$37,186.28	$35,464.27	$33,621.40	$31,652.00

6.9.2.2. Presupuesto de ventas con plan de marketing aplicado.

Tabla no. 39 – Presupuesto de ventas con plan de MK

PRESUPUESTO DE VENTAS DE AGS CON PLAN DE MARKETING

año	2009	2010	2011	2012
tipo de programa				
Normal Course	16560	13040	12800	
Spanish online	640	560	160	
immersion programa	560	160	0	
Spanish & volunteer	720	400	320	
travelling classroom	2000	2800	3120	
medical programa	1440	1360	2560	**total de horas año 2012**
DELE preparation	720	160	160	
Spanish & Culture	560	640	480	
Spanish & Culture + normal	80	400	80	
Spanish & tours	160	80	0	
Spanish & Surf	80	80	240	
Spanish & Dive	0	80	160	
horas vendidas por año	23520	19760	20080	21485.6
Elaborado por: Isabel Zurita				

Porcentaje Crecimiento	
20080	100%
21485.6	107%
	7%

año	%	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Normal Course	32%	6767.964									
Spanish online	2%	429.712									
immersion programa	3%	644.568									
Spanish & volunteer	7%	1503.992									
travelling classroom	20%	4297.12									
medical programa	15%	3222.84									
DELE preparation	2%	429.712	total de horas año 2013	total de horas año 2014	total de horas año 2015	total de horas año 2016	total de horas año 2017	total de horas año 2018	total de horas año 2019	total de horas año 2020	total de horas año 2021
Spanish & Culture	1%	107.428									
Spanish & Culture + normal	2%	429.712									
Spanish & tours	1%	214.856									
Spanish & Surf	0.50%	107.428									
Spanish & Dive	0.50%	107.428									
Family Learning	5%	1074.28									
Spanish to rejuvenate	5%	1074.28									
Spanish & Salsa	5%	1074.28									
	1	21485.6									
venta total anual	21485.6	7%	22989.592	24598.8634	26320.7839	28163.239	30134.6655	32244.092	34501.1785	36916.261	39500.399
Venta monetaria anual		$128,913.60	$137,937.55	$147,593.18	$157,924.70	$168,979.43	$180,807.99	$180,807.99	$207,007.07	$221,497.57	$221,497.57

ELABORADO POR: Isabel Zurita

Como se puede observar en la tabla, el presupuesto de ventas para la empresa Andan Global Studies, con la aplicación del plan de Marketing propuesto por la siguiente tesis, encuentra un incremento en la venta anual de horas de un 7% por cada año, lo cual ratifica la consecución de los objetivos establecidos para este plan así como el crecimiento general de la empresa.

Tablano. 40—Costos anuales vs utilidad proyectada aplicando el plan de MK

COSTOS ANUALES PROYECTADOS DE AGS

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Costos	$71,339.55	$74,193.13	$87,044.36	$80,247.29	$83,457.18	$86,795.47	$90,267.29	$93,877.98	$97,633.10	$101,538.42	$105,599.96	$109,823.96

UTILIDAD PROYECTADA DE AGS CON LA APLICACION DEL PLAN DE MARKETING

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ingresos	$118,560.00	$120,480.00	$128,913.60	$137,937.55	$147,593.18	$157,924.70	$168,979.43	$180,807.99	$180,807.99	$207,007.07	$221,497.57	$221,497.57
Costos	$71,339.55	$74,193.13	$87,044.36	$80,247.29	$83,457.18	$86,795.47	$90,267.29	$93,877.98	$97,633.10	$101,538.42	$105,599.96	$109,823.96
Utilidad	$47,220.45	$46,286.87	$41,869.24	$57,690.26	$64,136.00	$71,129.23	$78,712.14	$86,930.01	$83,174.89	$105,468.65	$115,897.60	$111,673.61

Elaborado por: Isabel Zurita

Tablano. 41—incremento de la Utilidad anual con la aplicación del plan de MK

Incremento de utilidad proyectada con implementacion del plan

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
U. antes del Plan	47220.45	46286.87	45270.236	44166.49	42971.4	41680.54	40289.3	38792.89	37186.28	35464.27	33621.4	31652
U. despues del Plan	47220.45	46286.87	$41,869.24	57690.26	64136	71129.23	78712.14	86930.01	83174.89	105468.6	115897.6	111673.6
Incremento	0%	0%	-8%	31%	49%	71%	95%	124%	124%	197%	245%	253%

Elaborado por: Isabel Zurita

Como se puede observar en el análisis del presupuesto, específicamente en las tablas comparativas de Utilidad, a la empresa Andean Global Studies, inicialmente durante el año 2012, que es el año en el que se aplicara el plan de Marketing, la utilidad presenta un decrecimiento del 8% esto tiene que ver con el costo e inversión necesaria para la implementación del plan, lo cual para años posteriores le representa un beneficio muy alto realizar el plan de marketing propuesto por la siguiente disertación para ser aplicado desde el próximo año en adelante.

La empresa cuenta con un incremento en su costo beneficio tanto tangible como intangible a partir de la aplicación del presente plan.

El costo beneficio intangible que este plan aporta a la empresa es:

- Crecimiento en la recordación de marca
- Generación de una identidad de la marca AGS
- Mejora notable en la percepción que existe de la empresa
- Aumento en las recomendaciones positivas por parte de los estudiantes actuales.

El costo beneficio tangible que este plan aporta a la empresa Andean Global Studies, como se puede observar en las tablas es definitivamente el aumento exponencial de su utilidad.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

- Como conclusión y tras analizar cada uno de los aspectos tanto culturales como logísticos que convierten al Ecuador un destino turístico por excelencia podemos determinar que la iniciativa de combinar el estudio del idioma español con diferentes actividades y tours que promuevan el conocimiento más profundo de lo que representa el Ecuador hacia el mundo, beneficia tanto a las diferentes escuelas que ofertan este tipo de servicios así también como a todo el sector turístico dentro del país.

- El Ecuador, gracias a la cercanía de sus regiones es un país con excelentes recursos que ofrecer al turista nacional y extranjero, los mismos que dependen de su gente para ser explotados correctamente en actividades que generen empleo y beneficien a toda la población.

- Después de revisar el análisis de las tablas, como conclusión importante para la escuela se puede determinar que gran parte de la población de estudiantes es femenina, y en números generales la edad promedio de quienes viajan a Ecuador a estudiar esta entre los 23 a 27 años.

- Los servicios que oferta la empresa son variados y existe uno para cada tipo de estudiante.

- De acuerdo al análisis macroeconómico de AGS, la empresa de acuerdo a los aspectos Político – Legales establecidos, tiene una ventaja sobre las de la competencia, puesto que los requisitos solicitados por el ministerio de educación para convertirse en una escuela certificada requieren de un cierto nivel de compromiso y responsabilidad que las escuelas informales no poseen.

- De acuerdo a los aspectos tecnológicos encontrados AGS juega un papel importante en la innovación de sus servicios mediante el uso de tecnología, con fines didácticos y pedagógicos, factor que ayuda a la empresa a diferenciarse de las de la competencia.

- De acuerdo a las entrevistas realizadas, los factores más influyentes para que los estudiantes escojan al país como un destino son: la pureza del idioma, el costo de vida y sus atractivos turísticos.

- Se considera que el sector de la enseñanza de español podría ser un espacio mucho más lucrativo, si se contara con el apoyo y correcta participación del estado.

- Gracias a las encuestas realizadas se determinó que un 80% aproximadamente del mercado que visita las diferentes escuelas de español es de género femenino.

- La aplicación del Plan de Marketing propuesto mejoraría notablemente el nivel de ventas y utilidad que la empresa espera tener para los próximos años.

7.2. RECOMENDACIONES

- La principal recomendación para la empresa es llevar a cabo todos los aspectos propuestos por el plan de Marketing presentado en la presente disertación.
- Iniciar el cambio desde la cabeza de la empresa, para que el mensaje de crecimiento y superación sea transmitido correctamente hacia todos los niveles, generando así un compromiso global que los llevara a la consecución de los objetivos propuestos.
- Tanto el personal administrativo como docente deben participar del crecimiento de la empresa, ofreciendo un servicio de calidad y calidez que se convierta en una característica de Andean Global Studies, compartiendo con sus estudiantes no solo en las aulas, pero generando momentos de interactividad cultural
- Aplicar con convicción el uso del uniforme de la escuela, lo cual generara una reacción psicológica en el personal, de sentirse parte de algo, y realizar su trabajo en equipo, para conseguir un objetivo en común.
- Al momento de vender los programas ofrecer a los estudiantes una experiencia, más que un paquete de estudios, explotar las bondades que tiene el viajar a un nuevo país y aprovechar esos beneficios para persuadir al cliente de comprar sus clases, como una experiencia académica y personal que podrán cambiar su vida.
- El profesionalismo y una pronta respuesta a cualquier requerimiento de un estudiante actual o que este por venir, marca la diferencia entre una escuela que

satisface sus necesidades y una que supera sus expectativas, AGS debe convertirse en la escuela que supere las expectativas de cada uno de sus estudiantes.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, Miguel. Marketing en ferias turísticas. Editorial Trillas. México D.F. México. 2005.
- Acerenza, Miguel. Marketing Internacional. Editorial Trillas. Segunda Edición. México D.F. México. 2007.
- Altés, Carmen. Marketing y Turismo. Editorial Síntesis S.A. Madrid. España. 2001.
- Casa de la Cultura Ecuatoriana. Tradiciones Ecuatorianas. Editorial Casa de la Cultura Ecuatoriana. Quito. Ecuador. 1959.
- Estermann, Josef. Filosofía Andina: Estudio Intercultural de la sabiduría autóctona andina. Ediciones Abya-Yala. Quito. Ecuador. 1998.
- Federación Española de Marketing. Diccionario Profesional de Marketing. Editorial C.I.S.S. S.A. Bilbao. España. 1999.
- Santesmases, Miguel. Términos de Marketing; Diccionario – Base de Datos. Ediciones Pirámide S.A. Madrid. España. 1996.
- Korstanje, Maximiliano. Antropología del Turismo. Internet. http://www.eumed.net/libros/turismo.htm. Acceso: (22-04-2010).*
- Korstanje, Maximiliano. Viajando: Una aproximación filosófica. Internet. http://www.eumed.net/libros/turismo.htm. Acceso: (22-04-2010).*
- Krapf, Kurt. La consumición turística: Una contribución a la teoría de la consumición. Internet. http://www.eumed.net/libros/turismo.htm. Acceso: (22-04-2010).*

9. ANEXOS

- ANEXO 1 – COTIZACIONES

ALPHE

Alphe Agents, Language Providers and Higher Education
11-15 Emerald Street, London, WC1N 3QL, UK.
Tel: +44 (0) 20 7440 4025 Fax: +44 (0) 20 7440 4033
E-mail: Emilie@hothousemedia.com Web: www.hothousemedia.com

Mr. Agustín Núñez Novillo
Director
Andean Global Studies (AGS)
Mercurio 345 and La Razon Street - **Telephone:** (593) 2254928
Website: www.andeanglobalstudies.org
Email: info@andeanglobalstudies.org

Certification of attendance to Alphe Brazil 2012
Wednesday, March 16th – Friday, March 18th 2012

This is to confirm that Mr. Agustín Núñez Novillo, Director of Andean Global Studies (AGS) is confirmed and has paid usd $ 1800 on the 6th of July 2012 to attend the above-mentioned event to be held at The Renaissance in Sao Paulo, (Alameda Santos, 2233, 01419-002, Sao Paulo, BRAZIL), Tel: 011 55 11 3069 Fax: 011 55 11 3064 3344 Web: http://www.marriott.com/hotels/travel/saobr-renaissance-sao-paulo-hotel/).

The purpose of Mr. Agustin Nuñez's trip is to participate in this professional workshop as an educational consultant, and on his return to the UK to promote educational tourism. The education providers (schools from all around the world) attending Alphe Brazil 2011 meet the best agents in the world who will consequently send them students to be taught.

Mr. Agustín Núñez Novillo will remain at the event in Brazil, from March 16th to 18th, 2012

The schedule for the event is:

Wednesday, March 16th, 2012	**17.30 - 19.00 Registration and Welcome Reception**
Thursday, March 17th, 2012 -	**09.00 – 13.00 Alphe meetings (30 minutes each)** **13.00 - 14.30 Lunch (not included)** **14.30 - 17.30 Alphe meetings** **19.30 – 23.00 Complimentary Alphe dinner organised for all participants**
Friday, March 18th, 2012 -	**09.00 - 13.00 Alphe meetings (30 minutes each)** **13.00 End of Alphe Japan 2010 workshop**

Audrey Laurentowski – Alphe Organiser

Laurentowski

metamorf net media
www.metamorf.net
Pedro Ponce Carrasco 202 y Diego de Almagro - Quito Teléfonos 2523198, 3238632

Quito, 17 de Octubre del 2011

RECIBO COMERCIAL

USD$ 80.00

Contrato Anual para la Fundacion AGS Estudios Globales Andinos, por concepto de hosting para sitio web: http://www.andeanglobalstudies.org

Valor que comprendera para los meses de Enero a Diciembre del año 2012.

Atentamente,

R.U.C. 1791412427001

Dra. María Antonieta Viteri
Gerente Administrativa
Metamorf S.A.

BORADOS ECUADOR

Paola Ruiz
!uito - El Tejar
098456-879



Sres.
Fundacion AGS

De acuerdo a los servicios solicitados, presento la siguiente proforma.

PROFORMA

PRODUCTO	UNIDADES	COSTO U	TOTAL
CAMISETAS	13	7	$91.00
DIGITALIZACION LOGO	1	3.2	$3.20
BORDADO	13	1.6	$20.80
TOTAL A PAGAR			$115.00



Material Promocional

Mr. Agustín Núñez Novillo
Director
Andean Global Studies (AGS)
Mercurio 345 and La Razon Street - **Telephone:** (593) 2254928
Website: www.andeanglobalstudies.org
Email: info@andeanglobalstudies.org

OFERTA DE SERVICIOS

	Costo	Unidades	Total
Camiseta	8	100	$800.00
Tasas	25	1.5	$37.50
Gorras	50	5	$250.00
Shots	100	0.7	$70.00
Manillas	1000	0.1	$100.00
Jarro Termico	30	1.7	$51.00
Tomatodo	100	0.8	$80.00
			$1,388.50

Quito, 23 de Octubre del 2011

Sr.
Agustin Núñez
Presente

De acuerdo a la reunión de trabajo mantenida el día 11 de Octubre del presente año, se confirma su participación en la revista IN LAN de los meses de Enero del 2012 y Junio del 2012, con 2 anuncios de media página a ser publicados en los meses correspondientes con un Valor total de USD $6000.

Monica Stracuzzi
Ejecutiva de Ventas
093375756/084895534
http://www.irmagazine.com.ec
http://www.in-lan.com

Invoice

DELIVERY NOTE
FOR INFORMATION ONLY

Footprint Handbooks, 6 Riverside Court, Lower Bristol Road, Bath BA2 3DZ, England
T +44 (0)1225 469141 F +44 (0)1225 469461 E accounts@footprintbooks.com

Footprint
Travel guides

24 June 2009

Isabel Zurita
Andean Global Studies
El mercurio
E.10-23 y la Razon
Quito
Ecuador

Account no: 1582

Currency Dollars

£1:US$1 rate 1.45

Invoice no:
6139 ECU7

Order No: RS/I Zurita 22/6/09

Publication	Description		Costs
Ecuador & Galápagos Islands Handbook (7th edition)	Mono Advert: Quarter page		$620.00
	Less discount	15.00%	$93.00

Payment can be made by:
All amounts are shown in US dollars
Quote 6139 on all transfers
1. USD Bank Draft (drawn on a US Bank) to Footprint Handbooks Ltd in Bath.
2. Electronically in US$:
Account name: Footprint Handbooks Ltd
Address: Barclays Bank,2 Victoria Street ,Westminster,London SW1H 0ND
Account number: 55098466 Sort Code: 20 94 48
Swift/BIC code :BARC GB22
IBAN: GB85 BARC 2094 4855 0984 66
3.PayPal US$ account: ads@footprintbooks.com
4.Credit Card:Amex,Visa,Mastercard.(charged in £'s at rate £1:US$1.45).Require Card type,card number,expiry date,security number (last 3 digits

Our standard terms and conditions apply to this contract
Payments are due as follows:

Deposit	50.00%	$263.50	Payable	24/06/2009
Balance	50.00%	$263.50	Payable	31/10/2009

Total Goods	$527.00
VAT Exempt	$0.00
Grand total	$527.00

DELIVERY NOTE
FOR INFORMATION ONLY

VAT Reg No GB 138 3847 44