



**UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO
ESCUELA DE NEGOCIOS**

INGENIERIA COMERCIAL

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

TEMA

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL
SERVICIO DE COLOCACIÓN EN PROGRAMAS DE ESTUDIO Y TRABAJO EN
EL EXTERIOR POR PARTE DE LA EMPRESA ORDEX EN LA CIUDAD DE
CUENCA.**

AUTOR

Julio César Ortiz Palacios.

DIRECTOR

Ing. Joe Cueva Sarango MSc.

Cuenca – Ecuador

MARZO 2011

DECLARACIÓN EXPRESA

Yo Julio César Ortiz Palacios de nacionalidad ecuatoriana, declaro libre y voluntariamente que el contenido de este proyecto de Grado, “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO DE COLOCACIÓN EN PROGRAMAS DE ESTUDIO Y TRABAJO EN EL EXTERIOR POR PARTE DE LA EMPRESA ORDEX EN LA CIUDAD DE CUENCA” es resultado de una investigación personal correspondiéndome exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Universidad del Pacífico (Escuela de Negocios).

(Firmas en acta de grado)

Julio César Ortiz Palacios

CERTIFICACIÓN

Se certifica que la tesis de grado: PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO DE COLOCACIÓN EN PROGRAMAS DE ESTUDIO Y TRABAJO EN EL EXTERIOR POR PARTE DE LA EMPRESA ORDEX EN LA CIUDAD DE CUENCA”, ha sido elaborada por Julio César Ortiz Palacios, como autor exclusivo de la mencionada investigación.

(Firmas en acta de grado)

Ing. Joe Cueva Sarango MSc.
Director

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por darme la fortaleza necesaria para culminar mis estudios; a mis padres por brindarme siempre su apoyo incondicional; a todos mis maestros por compartir sus conocimientos y a mi director de Tesis que con sus enseñanzas me ha sabido guiar durante este recorrido.

Deseo también participar mi gratitud a mis amigos y todas aquellas personas que han colaborado para poder alcanzar esta meta.

Julio.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo realizado a Dios, quien con su guía, me ha dado innumerable favores; a mis padres, mi familia, mis maestros y todos quienes estuvieron junto a mí durante todo este tiempo, haciendo realidad este logro.

Julio.

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis consiste en el desarrollo de un plan de entrada al mercado cuencano para los programas de intercambio cultural en el exterior para personas de diferentes edades.

El proyecto de factibilidad tiene como meta diagnosticar la factibilidad de funcionamiento de una nueva sucursal de corporación ORDEX en Cuenca, mediante el estudio de mercado de la empresa, el análisis financiero, y las oportunidades o amenazas.

La corporación ORDEX es hoy en día una de las más reconocidas empresas de intercambio cultural del país, perteneciente al COICEC (Confederación de las organizaciones de intercambio cultural del Ecuador) y contando con 16 años de experiencia, ofertando programas de estudio y/o trabajo en el exterior en más de 27 destinos.

El mercado para la aplicación de éste proyecto se verá representado en los estudiantes interesados en participar en los programas, cuya duración de viaje es desde 4 semanas en adelante. La mayoría de interesados desean intercambios innovadores y que se cumplan las expectativas que ellos tienen para alcanzar sus objetivos.

Actualmente existen varias empresas que promocionan programas de intercambio cultural, pero al mismo tiempo cada una ofrece diferentes servicios, programas y costos, mencionando que la mayoría se encuentran en la capital.

Dentro de las oportunidades de ORDEX tenemos cuatro programas de estudio y cinco

programas para realizar una experiencia laboral o combinar ambas modalidades en el exterior. En nuestro estudio de mercado observamos que el 12% de estudiantes interesados en los programas de intercambio cultural aplican con ORDEX, lo que nos hace situar entre las 4 empresas más reconocidas en el ámbito nacional.

Mediante la implementación de nuestras estrategias, se pretende orientar a los estudiantes para que su prioridad sea participar en una opción de intercambio, en un destino, tiempo y programa idóneo.

En nuestro estudio de mercado se han ejecutado encuestas a estudiantes interesados en la ciudad de Cuenca, para lo cual, también se llevó a cabo una serie de entrevistas con directivos, padres de familia, amigos y autoridades, ya que son ellos quienes influyen sobre los estudiantes para que realicen programas fuera del país.

En el análisis financiero aclaramos nuestras dudas de la factibilidad del proyecto, presentando varios indicadores económicos que evidenciaron como resultado la oportunidad de negocio para ORDEX.

La tesis consta de tres capítulos en los que se estudiaron distintos tópicos según la importancia que aportarían al estudio mediante la investigación de mercado.

En el capítulo uno analizamos el entorno del servicio, mediante los análisis económicos, político, socio cultural, tecnológico; la oferta del mercado, la demanda y la investigación del mismo, realizada a un público meta para nuestros programas, así como su análisis de

los resultados.

El capítulo dos describe en su totalidad a la empresa para saber el objeto de estudio, sus fortalezas y debilidades para enfrentar el desafío.

El capítulo tres describe el análisis financiero, detallando los presupuestos de gastos operativos, de ventas proyectadas hasta el año 2014, el balance general ajustado y proyectado sobre la base de nuestra actividad de servicios, la estructura general del proyecto, el estado de resultados y sobre todo los indicadores financieros del VAN (valor actual neto) y un TIR (tasa interna de retorno) junto al punto de equilibrio del servicio que confirmarán la viabilidad del proyecto.

CONCEPTOS Y SIGLAS

CONCEPTOS

- **Matriz Boston Consulting Group:** es un método gráfico de análisis de cartera de negocios desarrollado por The Boston Consulting Group en la década de 1970, es una herramienta de análisis estratégico. Ayuda a decidir enfoques para distintos negocios o Unidades Estratégicas de Negocio (UEN), es decir entre empresas o áreas, aquellas donde: invertir, desinvertir o incluso abandonar.
- **Matriz De Ansoff:** sirve para identificar oportunidades de crecimiento en las unidades de negocio de una organización. En otras palabras, expresa las posibles combinaciones producto/mercado (o unidades de negocio) en que la empresa puede basar su desarrollo futuro. Esta matriz describe las distintas opciones estratégicas, posicionando las mismas según el análisis de los componentes principales del problema estratégico o factores que lo definen.
- **Análisis De Las Fuerzas De Porter:** es un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad. Fue desarrollado por Michael Porter en 1979 y, según éste, la rivalidad entre los competidores es el resultado de la combinación de cuatro fuerzas o elementos.

SIGLAS

- **CSIET:** (Council on Standards for International Education Travel).
Embajador De Estándares Para Viajes De Educación Internacional.
- **SEVIS:** (Stand for Student and Exchange Visitor Information System).
Sistema De Información Para Estudiantes y Visitantes De Intercambio.
- **COICEC:** (Confederación de Organizaciones de Intercambio Cultural del Ecuador).
- **IECE:** (Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas).

INDICE DE CONTENIDO

CARATULA.....	II
DECLARACIÓN EXPRESA.....	III
CERTIFICACIÓN.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA.....	VI
RESUMEN EJECUTIVO.....	VIII
CONCEPTOS Y SIGLAS.....	X
INDICE DE CONTENIDO	XII
OBJETIVOS	XVII
INTRODUCCIÒN.....	XVIII
CAPÍTULO I	XX
I ANÁLISIS DEL ENTORNO	XX
I.A ANÁLISIS PEST. (Político, Económico, Socio – cultural, Tecnológico).....	XXI
I.A.1 ANÁLISIS POLÍTICO	XXI
I.A.2 ANÁLISIS ECONÓMICO	XXII
I.A.3 ANÁLISIS SOCIO CULTURAL	XXIII
I.A.4 ANÁLISIS TECNOLÓGICO.	XXIII
I.B OFERTA DE MERCADO	XXIV
I.B.1 MARKETING DE SERVICIOS.....	XXV
I.B.1.a Servicios complementarios.....	XXV
I.B.1.a.(1) Servicios de Información	XXVI
I.B.1.a.(2) Servicios de Facturación.....	XXVI

I.B.1.a. (3) Formas de Pago.....	XXVII
I.B.1.a. (4) Servicios de consultoría	XXVII
I.B.1.a.(5) Servicios de Hospitalidad	XXVIII
I.B.1.a.(6) Servicios de Seguridad.....	XXVIII
I.B.1.a.(7) Servicios de Excepciones.....	XXVIII
I.B.2 PRINCIPALES COMPETIDORES	XXIX
I.B.3 ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES	XXXIII
I.C ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	XXXV
I.C.1 DEMANDA GLOBAL.....	XXXVII
I.C.2 SEGMENTACIÓN	XXXVIII
I.C.3 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.	XL
I.D METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	XLII
I.D.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	XLII
I.D.2 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO.....	XLIII
I.D.2.a Definición del Plan de muestreo	XLIII
I.D.3 PROCEDIMIENTO PARA LA INVESTIGACIÓN	XLV
I.D.4 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	XLVII
I.D.4.a Caracterización del perfil del estudiante	XLVII
I.D.4.b Información del Historial de Viaje del Estudiante Encuestado.....	XLVIII
I.D.4.c Interés En Una Alternativa De Estudio Y Trabajo En El Exterior.....	LVII
I.E ESTRATEGIAS DEL PROYECTO	LXIX
I.E.1 PROPUESTA ESTRATÉGICA DE PRECIO	LXIX
I.E.2 PROPUESTA ESTRATÉGICA DE MARKETING	LXXI
I.E.3 PROPUESTA ESTRATÉGICA DE LA DISTRIBUCIÓN	LXXIV
I.E.4 PROPUESTA ESTRATÉGICA DE POSTVENTA Y SERVICIO	LXXVI
CAPÍTULO II.....	LXXVII

ANÁLISIS DE LA EMPRESA: ORDEX INTERCAMBIO CULTURAL.....LXXVII

II.A	ORDEX INTERCAMBIO CULTURAL.....	LXXVII
II.A.1	HISTORIA	LXXVII
II.A.2	MISIÓN	LXXX
II.A.3	VISIÓN	LXXX
II.A.4	ORGANIGRAMAS Y MANDOS JERÁRQUICOS.	LXXX
II.A.5	ESPECIFICACIÓN DE LAS FUNCIONES EN ORDEX	LXXXI
II.A.6	SALARIOS.....	LXXXIV
II.A.7	PROGRAMAS QUE BRINDA LA CORPORACION ORDEX.	LXXXV
II.A.7.A	Programas De Estudio.....	LXXXV
II.A.7.b	Programas De Trabajo.	XCI
II.B	OBJETIVOS DE COMERCIALIZACIÓN	XCIX
II.B.	RENTABILIDAD	XCIX
II.B.2	MERCADO.....	XCIX
II.B.3	CALIDAD.....	C
II.C	ANALISIS FODA ORDEX.....	C
II.D	ANÁLISIS DEL SERVICIO	CII
II.D.1	CICLO DE VIDA DEL SERVICIO	CII
II.D.2	MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP	CIII
II.D.3	MATRIZ DE ANSOFF.....	CIV
II.D.4	MARKETING Y VENTAS	CV
II.D.4.a	Marketing directo.....	CVI
II.D.4.b	Medios Masivos.....	CVI
II.D.4.c	Gestión de Ventas	CVII
II.D.4.d	Atención al Cliente	CVII
II.D.4.e	Procesos de ventas	CVIII

II.D.4.f Servicio postventa	CVIII
II.D.5 INFRAESTRUCTURA	CIX
II.D.5.a Oficinas	CIX
II.D.5.b Propósito del entorno del servicio	CIX
II.D.5.c Sistemas redes	CX
II.D.6 GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS	CX
II.D.6.a Personal	CX
II.D.6.b Desarrollo tecnológico	CXI
II.E CADENA DE VALOR DEL PROCESO EN LA CORPORACIÓN ORDEX	CXI
II.F ANÁLISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER	CXIII
II.F.1 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES O CLIENTES	CXIII
II.F.2 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES O VENDEDORES	CXIII
II.F.3 AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES	CXIV
II.F.4 AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTIVOS	CXV
II.F.5 RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES	CXV
CAPÍTULO III	CXVI
ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO.	CXVI
III. ANÁLISIS FINANCIERO	CXVI
III.A PRINCIPALES ANÁLISIS DEL PROYECTO	CXVII
III.A.1 PRESUPUESTO DE VENTAS	CXVIII
III.A.2 PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	CXXI
III.A.3 PRESUPUESTO DE GASTOS OPERATIVOS.	CXXII
III.B TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS.	CXXIV
III.B.1 BALANCE GENERAL	CXXIV
III.B.2 PRESUPUESTO DE COMPRAS	CXXVI

III.B.3 PRESUPUESTO DE UTILIDAD.....	CXXVII
III.B.4 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	CXXVIII
III.B.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	CXXX
III.B.6 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	CXXXII
CONCLUSIONES	CXXXVI
RECOMENDACIONES	CXXXIX
BIBLIOGRAFÍA	CXLI
ANEXOS	CXLIII

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Demostrar la factibilidad y la sostenibilidad de la implementación del servicio de colocación en programas de estudio y trabajo en el exterior por parte de la empresa ORDEX en la ciudad de Cuenca.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.-** Fundamentar el asesoramiento de las oportunidades de intercambio cultural en el exterior.
- 2.-** Realizar un diagnóstico de los programas en el exterior, para identificar factores críticos de éxito.
- 3.-** Diseñar indicadores de gestión que viabilice la segmentación de estudiantes en los diferentes destinos que ofrece la corporación.

INTRODUCCIÒN

El propósito fundamental que persigue las organizaciones de intercambio cultural en el exterior es el logro de sus objetivos corporativos para satisfacer las necesidades e intereses comunes de un determinado grupo de estudiantes que aplican cada promoción mediante sus programas. Esta afirmación es frecuente observarla en la mayoría de análisis realizados por cada agente de viaje.

En la actualidad, las empresas con alternativas de estudio y trabajo en el exterior están tomando programas a la vanguardia con sus principales competidores directos e indirectos, las cuales ante la evidente realidad de veloces cambios y la necesidad de respuesta inmediatas, requieren adecuarse a los exigentes escenarios que emergen como consecuencia de la dinámica globalización internacional.

Los programas de la corporación ORDEX presentan alternativas muy interesantes a los estudiantes por el tiempo de duración, costos, destinos, procesos y sobre todo por la diversidad de los mismos.

Por medio de la corporación en la ciudad de Cuenca, varios estudiantes podrán participar en el programa de su interés, aprovechando múltiples beneficios que conllevan una

experiencia de vida en países donde la cultura y costumbres son muy diferentes a las de nuestro país.

Ante la necesidad impostergable de implementar el negocio y a objeto de emprender un proceso de factibilidad en la ciudad y adaptación a la nueva dinámica organizacional, los estudiantes pueden disponer de esta experiencia cultural, adquiriendo nuevos conocimientos, amistades y una experiencia que será muy provechosa para toda su vida.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS DEL ENTORNO

I ANÁLISIS DEL ENTORNO

Para realizar este análisis se estudió los factores macro económicos y de micro ambiente entorno a nuestra sociedad, que influyen en la factibilidad del proyecto.

El entorno de las organizaciones de intercambio está fundamentado por los participantes (estudiantes) que quieren realizar esta experiencia, esto toma un papel primordial en el proyecto, ya que el rendimiento de cada programa forma parte del análisis de la corporación. Dada las características del servicio, nuestra meta de mercado serán todos los interesados en los programas de intercambio en el exterior, sin descuidar el nivel de negociación con nuestros proveedores.

ORDEX intercambio cultural brinda el servicio de ubicación para programas de estudio y trabajo en el exterior, es por eso que nuestro enfoque del objetivo de mercado para el proyecto, lo conformarían inicialmente los estudiantes de colegios de la ciudad de Cuenca, dirigiendo una búsqueda sofisticada de participantes idóneos para los programas.

Nuestro servicio de ubicación en diferentes alternativas de intercambio, toma auge mediante la participación de estudiantes con experiencias en el exterior y sus testimonios emitidos hacia sus amistades y familiares, creando ese interés por participar en un programa de intercambio ya sea por dos o tres meses.

El direccionamiento de la publicidad de ORDEX correspondería a ofrecer el servicio mencionado a un precio competitivo, que brinde varias alternativas en programas, pero sin descuidar la calidad de asistencia antes, durante y después del viaje de cada participante, ya que va a ser nuestra carta de presentación en la etapa de introducción de ORDEX en Cuenca.

I.A ANÁLISIS PEST. (Político, Económico, Socio – cultural, Tecnológico)

I.A.1 ANÁLISIS POLÍTICO

El ambiente político y legal que se vive en el país es inestable; ante una serie de medidas a nivel educativo, tanto de bachillerato como superior, relacionadas con la inclusión y aprobación de nuevas leyes, regulaciones, y entidades de crédito educativo y control.

Es necesario referirse a un análisis de las leyes de aplicación que emite el actual gobierno para aplicar los beneficios suficientes en los programas que lleva adelante la administración pública, tales como:

- Créditos para la Educación (Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas)
- El impuesto para entradas y salidas de divisas.
- El cambio de la moneda con diferentes divisas.
- Países donde necesitan visas los ciudadanos ecuatorianos (ANEXO # 3)

De éstos, un gran apoyo al proyecto es definitivamente el crédito de Educación, ya que aquellos estudiantes interesados en aplicar para uno de los programas podrán contar con esta ayuda adicional.

IA.2 ANÁLISIS ECONÓMICO

Este servicio ha tenido un acelerado crecimiento dentro del país, como resultado de la globalización y de los niveles nuevos de educación internacional, podemos sumar a esto que la creciente era tecnológica ha llevado a un mayor interés por conocer aspectos de diferentes culturas de varios países.

Dentro de los indicadores del mercado cambiario, (cuadro #1) el análisis económico se vuelve importante, ya que analizamos los cambios de la moneda (dólar) frente a otras divisas con las que nos manejamos en mayor cantidad en los programas de intercambio cultural en el exterior:

Cuadro # 1: Mercado Cambiario.

Mercado Cambiario (moneda extranjera / dólar)						
Moneda	T/C	Diario	YTD %	1 Año	2 Años	4 Años
LIBRA ESTERLINA *	1.56	0.56 %	-3.07 %	-2.82 %	4.80 %	-21.64 %
EURO *	1.29	-0.66 %	-10.17 %	-10.77 %	-3.19 %	-0.06 %
DÓLAR NUEVA ZELANDA*	0,76	-0.71 %	-9.11 %	-5.86 %	-17.67 %	-18.81 %
DÓLAR AUSTRALIA*	0,88	-0.02 %	-3.01 %	-2.30 %	-11.37 %	-13.05 %
* Dólar / Moneda Extranjera, YTD = Acumulado Anual						

Fuente: www.picaval.com.ec 10/Enero /2011

En este cuadro podemos evidenciar la variación de la moneda en escalas: diario y por años. Identificamos claramente que la libra esterlina se encuentra en 1,56 con relación al dólar y su porcentaje de variación diario es mínimo. Igual con el resto de divisas.

El análisis económico contempla factores relacionados con el precio, inflación, oferta y demanda del servicio, el mismo que, bajo un análisis a través de la corporación, servirá para identificar la estrategia utilizada para comprobar la factibilidad del proyecto.

Una vez obtenidos estos resultados, se adaptarán los productos para las necesidades de los clientes, para diversificar la línea de programas y cubrir mayor parte del mercado enfocándonos en diferentes sectores.

I.A.3 ANÁLISIS SOCIO CULTURAL

Mediante la experiencia del entorno, otras culturas influyen en el comportamiento de los participantes, ya que evidencian nuevos hábitos y costumbres que desconocían y esto repercute de manera positiva, creando nuevas ideas para un desarrollo humano, personal y laboral.

Al participar un estudiante en un programa de intercambio cultural como su nombre lo indica, intercambia conocimientos de cada cultura, y es aquí donde el participante reconoce y valora aspectos de nuestro país, enriqueciéndose de nuevas ideas.

I.A.4 ANÁLISIS TECNOLÓGICO.

La tecnología en Ecuador -en lo que respecta a los sistemas informáticos- se encuentra en

vías de desarrollo, los cuales carecen de sustentabilidad por el costo y los resultados.

La tecnología es una parte fundamental en la aplicación del proyecto, y se implementará información detallada de los programas mediante enlaces en la web como: sitio, páginas sociales, correo electrónico, etc.

Esto se logrará brindando información actualizada de los programas y promociones por cada temporada creando más competitividad, se contará con los enlaces directos a las aplicaciones y formularios online para mejorar el proceso de inscripción y aplicación de cada programa en el exterior.

1.B OFERTA DE MERCADO

El mercado de las alternativas estudiantiles y laborales en el exterior está en auge gracias a la globalización, por esta razón diferentes empresas y corporaciones se dedican a brindar la asesoría y la comercialización de oportunidades fuera del país y están siempre en la búsqueda de opciones más convenientes para los participantes y la demanda a nivel nacional.

Hoy en día existen muchas empresas que solventan esta necesidad, pero la mayor parte de éstas se encuentran en la capital del País (Quito), lo que produce un desconocimiento de las alternativas en ciudades más pequeñas, por esta razón ORDEX brinda la solución y presenta los programas de estudio y trabajo en el exterior dentro de la ciudad de Cuenca.

Existen diversos programas, donde el gobierno aporta para la implementación de los mismos, permitiendo a los estudiantes viajar al exterior para realizar cursos de idiomas, postgrados y maestrías, pero el asesoramiento sobre el proceso de inscripción y para la obtención de la visas hace que muchos de ellos busquen alternativas que les brinden este soporte y los capaciten para que el programa sea todo un éxito.

Para los estudiantes que decidan tomar cierto programa mediante el internet, es necesario que tengan conocimiento del proceso para el viaje, y estén familiarizados con el léxico del entorno. Es cuando se generan gastos innecesarios y adicionales que resulta más costoso, adicional a este inconveniente se añade que al usar el servicio por medios electrónicos y becas, pierde el participante la seguridad porque no tiene un representante físico ni un proceso de seguimiento oportuno, ya que al aplicar con una organización de programas de intercambio cultural, estará respaldado de un viaje seguro.

I.B.1 MARKETING DE SERVICIOS

El principal enfoque de la corporación es brindar el servicio de ubicación para los programas de estudio y trabajo en el exterior, pero esto va ligado con un valor agregado o servicio complementario dentro del proceso de cada programa.

I.B.1.a Servicios complementarios

Se brindan servicios facilitadores y de realce, los que darán un mayor grado de competitividad y constituyen una ventaja para la corporación.

Servicios facilitadores:

- 1)- Información.
- 2)- Facturación.
- 3)- Formas de pago.

Servicios que realzan:

- 4)- Consultoría.
- 5)- Hospitalidad.
- 6)- Seguridad.
- 7) - Excepciones.

1.B.1.a.(1) Servicios de Información

Constituye una etapa crucial en la que el participante toma una decisión primordial.

- Instrucciones para llenar formularios.
- Horarios.
- Precios de los programas.
- Instrucciones en el viaje.
- Recordatorios de citas y reuniones.
- Advertencias de condiciones de participación.
- Condiciones de venta.
- Documentación y formularios.
- Confirmación de reservaciones.

1.B.1.a.(2) Servicios de Facturación

Por cada pago de cuotas que realiza el participante se emitirán recibos provisionales, y cuando termina de cancelar el programa en su totalidad se le emite su factura con los datos específicos y de forma correcta para que no tenga problemas.

Proceso:

- Recibos provisionales de cada pago.
- Recibos emitidos por el exterior por visas o pasaportes.
- Entrega de factura correspondiente al valor del programa.

1.B.1.a. (3) Formas de Pago

Opciones:

- Se aceptarán tarjetas de crédito.
- Pago en efectivo en cuotas hasta 15 días antes del viaje.
- Se admitirán cheques a nombre de la corporación.
- Se receptorán pagos electrónicos con tarjeta de crédito o sistema Paypal.

1.B.1.a. (4) Servicios de consultoría

Este se presenta mediante el diálogo con los posibles consumidores, ya que ellos quieren asesorarse bien del servicio y siempre tienen varias preguntas que realizar para escoger el programa idóneo. Estas pueden ser:

- Seguro médico y de accidentes.
- Tutorías para diferentes programas.
- El nivel de inglés.
- Entrenamiento para llenar los formularios.
- Gerencia de consultas con la representación nacional.

I.B.1.a.(5) Servicios de Hospitalidad

Este servicio adicional se presenta tanto en las instalaciones como fuera de ellas, cuando los participantes viajan.

Ejemplos:

- Saludos de bienvenida e información.
- Viajes dentro del estado en el cual se realiza el intercambio.
- Cuartos con comodidades y baño privado.
- Áreas de espera y amenidades. (salas de espera, áreas cubiertas, revistas, periódicos)
- Servicio de transporte al aeropuerto.
- Seguridad mediante plan de control médico permanente.

I.B.1.a.(6) Servicios de Seguridad

Esto es totalmente para el bienestar de los consumidores:

- Alojamiento adecuado.
- Pólizas de seguro vigentes para el participante.
- Instalaciones sin peligrosidad.
- Servicio de primeros auxilios en el trabajo.
- Cobertura amplia de las pólizas.

I.B.1.a.(7) Servicios de Excepciones

Se identificará en la aplicación las necesidades y los requerimientos de cada participante para indicar a la organización la información sobre la religión, comida, hábitos, etc. para

que sean colocados en familias que cumplan con las mismas creencias y no tengan problemas:

- Religión de cada participante.
- Tipos de Comidas y dietas.
- Hábitos en general.

Estos servicios complementarios nos dan una ventaja competitiva que están centrados en logísticas externas, marketing, ventas y el precio, así como la constante comunicación con el participante para ayudar a continuar con su proceso, lo que presentará una ventaja sumamente grande para que los participantes se identifiquen con los servicios.

I.B.2 PRINCIPALES COMPETIDORES

Dentro de los principales competidores consideramos las organizaciones de intercambio cultural que brindan programas de estudio y trabajo en el exterior, que tienen alternativas similares a las que nosotros promocionamos a estudiantes dentro de la ciudad de Cuenca.

- EF (Education First)
- PEACE
- YFU (Youth for Understanding)
- AFS (American Field Service)
- EXPLORER
- IDIOMAS
- ROTARY



Fuente: información sitios web de las organizaciones.

En el cuadro # 2 damos a conocer una proyección de participación en los diferentes programas de intercambio en la ciudad de Cuenca.

Cuadro #2:Proyección De Participación En Diferentes Programas De Intercambio En La Ciudad De Cuenca.

Proyección De Participación En Diferentes Programas De Intercambio En La Ciudad Cuenca Año 2011										
En Número De Estudiantes	Programas								Totales	
Organizaciones	Estudio				Trabajo				Total	
	Año Académico	Cursos De Idiomas	Campamentos De V.	Postgrados Y Maestrías	Work&Travel	Work And Study	Au Pair	Camp Counselor		
EF	0	55	35	15	0	0	10	0	115	Estudiantes
PEACE	42	0	0	0	0	0	0	0	42	Estudiantes
YFU	38	0	0	0	0	0	15	0	53	Estudiantes
AFS	36	0	0	0	0	0	0	0	36	Estudiantes
EXPLORER	17	22	10	5	32	21	5	5	117	Estudiantes
IDIOMAS	9	33	0	0	28	21	5	6	102	Estudiantes

ROTARY	20	0	8	0	0	15	0	0	43	Estudiantes
ORDEX	16	18	3	4	25	10	5	3	84	Estudiantes
OTROS	11	20	30	10	18	8	5	5	107	Estudiantes
TOTAL	190	149	86	34	104	75	45	19	702	Estudiantes

Fuente: datos del investigador / proyección ORDEX (Quito y Guayaquil)

Esta investigación se realizó mediante información de participantes en programas de intercambio cultural de la ciudad de Quito y Guayaquil por parte de la empresa ORDEX, indicando el número de estudiantes en una proyección para la ciudad de Cuenca en el año 2011, aquí vemos la distribución de los estudiantes hacia los programas que ofrecemos y el número de estudiantes que tenemos en relación con el mercado de alternativas de estudio y trabajo en el exterior.

La organización EF tienen una participación de 115 estudiantes aproximadamente cada año en los programas que ellos se enfocan; PEACE, YFU y AFS sólo cuenta con el programa de año académico entonces tiene un aproximado de 42-53-36 estudiantes respectivamente por cada promoción, EXPLORER, e IDIOMAS cuentan con diversidad de programas como ORDEX y tienen una participación de 117-102 estudiantes respectivamente. El programa de Rotary es un año académico en el exterior con familias rotarias, entonces es una alternativa bajo cupos y presentan una participación de 43 estudiantes aproximadamente, y ORDEX tiene un número de estudiantes de 84 que participan en las oportunidades de estudio y trabajo en el exterior.

En la fila de otros, mencionamos organizaciones que no están reconocidas por el COICEC (Confederación de Organizaciones de Intercambio Cultural del Ecuador).

El cuadro # 3 está representado por los porcentajes de participación de cada programa y de cada organización de intercambio cultural.

Así mismo, refleja información tomada del (cuadro # 2) donde podemos notar que nuestra proyección para el año 2011 va a ser del 12% de participación de mercado en la ciudad de Cuenca.

Cuadro # 3: Proyección De Participación En Porcentaje De Diferentes Programas De Intercambio En La Ciudad De Cuenca.

Proyección De Participación En Diferentes Programas De Intercambio En La Ciudad Cuenca Año 2011										
En porcentaje	Programas								Totales	
	Estudio				Trabajo					
Organizaciones	Año Académico	Cursos De Idiomas	Campamentos De V.	Postgrados Y Maestrías	Work&Travel	Work And Study	Au Pair	Camp Counselor	Total	
EF	0%	8%	5%	2%	0%	0%	1%	0%	16%	participación
PEACE	6%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	participación
YFU	5%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	8%	participación
AFS	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	participación
EXPLORER	2%	3%	1%	1%	5%	3%	1%	1%	17%	participación
IDIOMAS	1%	5%	0%	0%	4%	3%	1%	1%	15%	participación
ROTARY	3%	0%	1%	0%	0%	2%	0%	0%	6%	participación
ORDEX	2%	3%	0%	1%	4%	1%	1%	0%	12%	participación
OTROS	2%	3%	4%	1%	3%	1%	1%	1%	15%	participación
TOTAL	27%	21%	12%	5%	15%	11%	6%	3%	100%	

Fuente: datos del investigador / proyección ORDEX (Quito y Guayaquil)

En la fila de porcentajes vemos el correspondiente a cada organización de intercambio cultural del Ecuador, donde notamos que EXPLORER es el que tiene mayor participación con un 17% del mercado y AFS es el de menor participación este servicio.

I.B.3 ANÁLISIS DE LOS PROVEEDORES

Los proveedores de los programas de intercambio cultural son las organizaciones que se encuentran en el exterior y brindan soporte a la corporación y a los estudiantes.

Tenemos 2 tipos de proveedores: las organizaciones auspiciantes y las organizaciones de: escuelas de idiomas o empresas de programas de año académico y campamentos de verano.

Las primeras brindan el servicio de ubicación, obtienen y emiten los documentos para las visas de los estudiantes, a su vez nos brindan todo el soporte para el proceso de visas de los países con los que más trabajamos.

Las segundas son netamente el lugar físico donde el estudiante va a realizar el programa y vigilan el bienestar de cada participante, manteniéndonos informados mediante un seguimiento oportuno.

Nuestra confianza con los proveedores ha hecho que ellos se sientan identificados con nosotros y tenemos exclusividad dentro de sus programas. El costo de cada programa puede estar establecido como paquete o estar identificado por costo semanal tanto de las clases o seminarios y el costo del alojamiento, los mismos que son variables dependiendo del número de semanas que escoja el estudiante.

Nuestro servicio de ubicación es reconocido por nuestros proveedores mediante una participación del costo que el estudiante paga, con una comisión detallada por cada proveedor.

En el cuadro # 4 consta el porcentaje de comisión que recibimos por cada proveedor en los principales destinos que les interesa a los estudiantes y sus escuelas.

Cuadro # 4: Comisión Percibida Por Cada Proveedor De ORDEX Intercambio Cultural.

Información De Comisiones Por Cada Proveedor De ORDEX (2010)							
Proveedores	Comisión						
	Programa	Curso	Alojamiento	Descuento Estudiantes Ecuador	Total	Gastos Administrativos	Total Comisión Neto
1) Cci	Año académico	20%	0%	10%	20%	5%	15%
2) Noth West	Año académico	28%	0%	10%	28%	5%	23%
3) Tiw Towers	Cursos de idiomas	20%	0%	15%	20%	5%	15%
4) Crest English school	Cursos de idiomas	20%	0%	15%	20%	5%	15%
5) Ilac	Cursos de idiomas	30%	0%	15%	30%	5%	25%
6) Spresch Coffe	Cursos de idiomas	25%	10%	0%	25%	5%	20%
7) Kaplan Aspect	Cursos de idiomas	20%	0%	0%	20%	5%	15%
8) Embassy Cess	Cursos de idiomas	20%	0%	20%	20%	5%	15%
9) Lenguaviva	Cursos de idiomas	25%	10%	0%	25%	5%	20%
10) United	Work and travel	25%	0%	0%	25%	3%	22%
11) Use	Work and travel	22%	0%	0%	22%	3%	19%
12) Ymca	Camp cunsellor	30%	0%	0%	30%	5%	25%
13) Interexchange	Au pair	25%	0%	0%	25%	4%	21%

Fuente: Estudio de mercado realizado por la corporación ORDEX cultural exchange.

Podemos observar que contamos con trece proveedores para cada programa de estudio o trabajo en el exterior; de los cuales 2 son del programa de año académico; 7 son del programa de cursos de idiomas y, estudio y trabajo en el exterior; 2 son del programa de work and travel; 1 es del programa de camp counselor, y 1 es el programa de au pair.

Como corporación nosotros recibimos una participación del costo de cada programa que se encuentra detallado en la columna del porcentaje del curso, algunos de estos proveedores también nos entregan una comisión por el alojamiento de cada estudiante, desglosado en la siguiente columna. Restamos los gastos administrativos y tenemos como resultado el total de comisión neto de cada programa que recibe ORDEX con cada proveedor.

Entre las debilidades de los servicios de la competencia, el principal lo constituye la capacidad y la logística del proveedor, muchas empresas de intercambio en el Ecuador tienen inconvenientes con la elección del proveedor idóneo para los programas en el exterior por la falta de experiencia.

I.C ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El desarrollo tecnológico generado por la globalización ha hecho surgir nuevas ofertas académicas y alternativas de conexión entre diferentes países. Esta implicación es un factor muy importante al momento de analizar una necesidad que se encuentra insatisfecha, nuestro proyecto opera gracias a la demanda que generan las personas y su interés por conocer nuevas culturas, destinos y experiencias en general. En el cuadro numero #5,

presentamos las principales instituciones educativas donde se encuentra la mayoría de estudiantes potenciales para los programas en el exterior.

Cuadro# 5: Lista de Colegios privados del Cantón Cuenca.

**COORDINACIÓN DE EDUCACIÓN ZONA 6
DIRECCIÓN DE PLANIFICACIÓN
PROVINCIA DEL AZUAY CANTON CUENCA**

N.	INSTITUCIÓN	PARROQUIA	REG.	JURIDS	NIVEL
1	BILINGUE INTERAMERICANO	SUCRE	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
2	PORVENIR	YANUNCAY	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
3	LA ASUNCION	HUAYNACAPAC	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
4	HERMANO MIGUEL DE LA SALLE	HUAYNACAPAC	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
5	SUDAMERICANO	SAN BLAS	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
6	SAGRADOS CORAZONES	SAN SEBASTIAN	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
7	UNIDAD EDUCATIVA LAS PENCAS	SAN SEBASTIAN	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
8	ESPIRITU DE SABIDURIA	BAÑOS	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
9	TECNICO SALESIANO	YANUNCAY	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
10	LOS ANDES	YANUNCAY	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
11	LAS CUMBRES	NULTI	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
12	COLEGIO ALEMAN	NULTI	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
13	RAFAEL BORJA	BAÑOS	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
14	ROSA DE JESUS CORDERO	RICAUARTE	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
15	NUESTRA FAMILIA	SUCRE	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
16	CENTRO EDUCATIVO DE FORMACION INTEGRAL	MISICATA	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
17	UNIDAD EDUCATIVA	EL CEBOLLAR	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato

	SANTANA				
18	UNIDAD EDUCATIVA ALBORADA	SAYAUSI	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
19	MARIA AUXILIADORA	EL SAGRARIO	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
20	HERLINDA TORAL	TOTORACOCHA	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
21	JOSE FIDEL HIDALGO	EL BATAN	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato
22	LUISA DE JESUS CORDERO	SUCRE	Sierra	Hispana	Educación Básica y Bachillerato

Fuente: Dirección de planificación provincia del Azuay (2011).

Verificamos los colegios privados que existen dentro del cantón para cuantificar la demanda y observamos que existen 22 instituciones que podemos influir con información de las oportunidades que presentamos.

Para los colegios y universidades, nuestros programas complementarían el servicio que ofertan en diferentes áreas, es por esto que tendremos una excelente apertura de las instituciones educativas hacia los programas de ORDEX.

I.C.1 DEMANDA GLOBAL

Dentro de las oportunidades del mercado se puede mencionar la favorable acogida y la aceptación de programas de intercambio al exterior. El gobierno facilita estas oportunidades mediante créditos educativos para los programas fuera del país.

El Ministerio de Educación y el Instituto Ecuatoriano de Créditos Educativos brindan pocos cupos y limitadas opciones para programas a nivel pregrado, siendo nulo el servicio de

colocación para los del nivel bachillerato de estudiantes ecuatorianos; por lo tanto, no se ha definido una metodología como indicadores que permitan reglamentar y evaluar su planificación operativa en el exterior, ni existe una guía metodológica que permitan adecuar los mismos a las necesidades de información que necesitan los estudiantes para aplicar a programas internacionales.

Al tener una información completa se socializará a estudiantes, padres y directivos de varias instituciones educativas, para facilitar el servicio de asesoramiento y colocación de estudiantes ecuatorianos en programas en el exterior de una manera eficaz, eficiente y sobre todo brindando seguridad personal.

También en la diversidad de programas, se captará un nicho selecto ya que los estudiantes tendrán varias alternativas para su viaje.

I.C.2 SEGMENTACIÓN

Tomamos en cuenta parámetros relevantes mediante un análisis de las variables de la segmentación para obtener resultados dentro de un margen cualitativo.

Geográfica

Ciudad: Cuenca.

Territorio: Azuay.

Demográfica

Edad: 15 a 28 años.

Sexo: Masculino y Femenino.

Religión: indiferente.

Raza: indiferente.

Educación: secundaria, universidad, egresados y graduados.

Nivel Socio Económico

Clase social: media, media alta.

Psicológica

Actividad: estudiantes, egresados, graduados, público en general.

Hobbies: viajar, conocer otra cultura, interés en los idiomas.

Por Atributos Y Necesidades Buscadas.

Conocer una nueva cultura, amigos de otros países.

Los que quieren aprender un idioma en el extranjero.

Cobertura en la promoción en colegios y universidades.

Tiempo de duración de los programas.

Mediante la selección psicológica se captará las necesidades de compra de los clientes y de la competencia, así que existen diferentes motivos:

- Mejorar el nivel de inglés.
- Hacer amigos.
- Conocer diferentes destinos.
- Experiencia laboral y de estudios internacionales.

I.C.3 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.

La división del sector tiene varios parámetros para tomar en cuenta, primero se enfocará en las necesidades y deseos de los consumidores orientados en la segmentación demográfica, psicológica, y situacional de nuestro mercado.

La proyección de la demanda dependerá de los resultados de la investigación primaria y secundaria en la cual se implanta el respectivo análisis, aquí se analizará la proyección mediante números exactos.

Nuestra proyección de la demanda, se establece mediante información de los años anteriores y la participación de estudiantes en los programas de intercambio de las ciudades de Quito y Guayaquil.

En la siguiente información (cuadro #6) identificamos la aceptación de los programas de la corporación y las variables resta el porcentaje de participación por diferentes motivos mencionados en columna numero uno.

Cuadro # 6: Porcentaje De Participación De Mercado De La Corporación ORDEX.

Determinación del número de estudiantes con éxito para el viaje.						
AÑO(periodo)	Total % negativa	Diferencia % aceptación	2011		2012	
			Total	Diferencia	Total	Diferencia
Total población interesados en los programas		100%	900	0	1035	0
Decisión de los padres	22%	78%	702	198	807	228
Participación del mercado ORDEX	88%	12%	84	618	97	710
Aceptación de visas	2%	98%	83	2	95	2
Nivel de idioma aceptable	16%	84%	69	13	80	15
Problemas externos	10%	90%	62	7	72	8

Porcentaje de participación por programa				
Año académico	20%		12	14
Cursos de idiomas	22%		14	16
Work and travel	30%		19	22
Work and Study	12%		7	9
Au pair / Camp Counselor	9%		6	6
Otros	7%		4	5
TOTAL	100%		62	72

Fuente: análisis previo realizado mediante encuestas a los interesados / proyección mediante información de ORDEX (Quito y Guayaquil).

En el cuadro identificamos el número de estudiantes según nuestra participación de mercado que será de 84 para el año 2011, pero en la siguiente fila tomamos en cuenta: la aceptación de visas, el nivel adecuado del idioma del país al cual va a participar y problemas externos como indecisión para viajar, enfermedad, etc.

Tenemos un total de 62 estudiantes repartidos en los programas que promocionamos: Año académico 12 estudiantes, cursos de idiomas 14 estudiantes, Work and Travel 19 estudiantes, Work and Study 7, Au Pair y Camp Counselor 6 y otros 4 estudiantes que se espera participen en los programas que oferta ORDEX dentro de la ciudad de Cuenca.

La importancia de la proyección en el mercado anunciará el potencial para la implementación y control de los recursos, esto dará la pauta para tomar un camino correcto mediante las personas que aplican a los programas de intercambios.

I.D METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

I.D.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El incremento de los préstamos educativos que se han establecido por la legislación ecuatoriana a partir de la última disposición del estado han facilitado el acceso al dinero destinado para la educación, sin embargo una gran población de estudiantes de la ciudad, desconocen las alternativas que hay en el exterior, esto no permite evaluar de manera adecuada las reacciones del mercado hacia estas nuevas oportunidades fuera del país como son: año académico, cursos de idiomas, campamentos vacacionales, ubicación universitaria, Camp Counselor, Work and Travel, Working Holiday Program, Au Pair, Work and Study y pasantías en el exterior.

Otro elemento del cual no se beneficiarían es mejorar o progresar en el idioma de otros países y reconocer grandes aspectos culturales de varios destinos que se puede apreciar cuando se vive en el exterior como estudiante embajador del Ecuador.

Considerando lo señalado anteriormente se plantea la siguiente interrogativa:

¿Con la implementación del servicio de colocación para programas de estudio y trabajo en el exterior por parte de la empresa ORDEX en la ciudad de Cuenca se podrá fomentar a los estudiantes a participar en programas de intercambio cultural?

I.D.2 INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

La investigación de mercado identificará el segmento de los posibles participantes para los programas de intercambio en el exterior, esta segmentación se realizará mediante varios parámetros asignados para un resultado exitoso.

I.D.2.a Definición del Plan de muestreo

La población objetiva para la presente investigación, está representada por los estudiantes y participantes potenciales interesados en participar en los programas de estudio y trabajo en el exterior, que está conformado por 82 personas (cuadro #7), con quienes se evaluarán varios aspectos mediante una encuesta, por lo que no es necesario extraer una muestra.

Cuadro # 7:Determinación De La Muestra Por Parte De ORDEX.

Determinación De La Muestra		
ESTRATO	POBLACIÓN	MUESTRA
ESTUDIANTES DE COLEGIOS PRIVADOS 6TO CURSOS	600	
ESTUDIANTES DE COLEGIOS PÚBLICOS	200	
ESTUDIANTES EGRESADOS DE COLEGIOS	100	
TOTAL ESTUDIANTES DE COLEGIO PERIODO 2009 - 2010.	900	82

Fuente: datos del investigador.

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

$$e^2 * (N-1) + Z^2 * P * Q$$

$$n = \frac{0,95^2 * 0,5 * 0,5 * 900}{0,05^2 * (900-1) + 0,95^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$0,05^2 * (900-1) + 0,95^2 * 0,5 * 0,5$$

n = 82 estudiantes.

n= tamaño de la muestra

N= población

Z= 0.95 (nivel confianza 95%)

P= probabilidad de éxito 0.5

Q= probabilidad de fracaso 0.5

e= 5% error de estimación 0.05

Reemplazando la fórmula obtenemos una muestra de 82 estudiantes que serán nuestro punto de partida para la investigación.

Cuadro # 8: Distribución De La Muestra Por Parte De ORDEX.

Distribución de la muestra		
ESTRATO	Estudiantes	porcentaje
Muestra	82	100%
ESTUDIANTES DE COLEGIOS PRIVADOS 6TO CURSOS	55	67,07%
ESTUDIANTES DE COLEGIOS PÚBLICOS	18	21,95%

ESTUDIANTES EGRESADOS DE COLEGIOS	9	10,98%
TOTAL ESTUDIANTES DE COLEGIO PERIODO 2009 - 2010.	82	100,00%

Fuente: datos del investigador.

Nuestra muestra está identificada por 82 estudiantes (cuadro #8), resultado del reemplazo de la fórmula de muestreo, que representan un 100% de estudiantes encuestados. De los cuales se ha extraído un 67% de colegios privados que representan en 55 estudiantes, de colegios públicos 18 estudiantes y de otras promociones y egresados 9 estudiantes.

I.D.3 PROCEDIMIENTO PARA LA INVESTIGACIÓN

Para la realización de este estudio se recurrió a la investigación documental para recabar información tanto de fuentes primarias, por medio de la obtención de la información de expertos en la materia, como de fuentes secundarias. En la práctica de campo se conectan personas relacionadas con la temática planteada: estudiantes con interés de viajar, padres de familia y amistades con sus experiencias anteriores; de igual manera se analizó diferentes textos en fuentes bibliográficas, revistas, publicaciones especializadas e internet en el área de desarrollo, comportamiento estudiantil y análisis de los destinos, la observación y la exploración de las fuentes de información en estos medios permitió nutrir teórica y conceptualmente el estudio planeado.

En la recolección de la información utilizando la Escala de Actitud o de LINKERT con las alternativas “sí”- “no” a las que se les asignaron diferentes valores.

El instrumento se fundamentó en un cuestionario (Anexo #1) que permitió analizar e interpretar las respuestas dadas por los encuestados; al efecto se requirió asesoría de expertos metodólogos, pues las preguntas a formularse debían interpretarse dentro del enfoque cualitativo, representado por el análisis de los perfiles de los estudiantes y expectativas de los programas de intercambio cultural en el exterior.

Se formularon 8 ítems que conformaban la estructura del cuestionario; algunos de estos ítems se discriminaron en letras, con el propósito de medir diferentes indicadores; así se dispusieron 14 planteamientos dentro de la encuesta.

La validez del instrumento empleado se determinó mediante el juicio del experto u opinión del director de tesis por medio de una plantilla en la cual se emitió un juicio favorable en relación con el mismo.

Se aplicó una prueba piloto a un número reducido de estudiantes (5), de acuerdo a la recomendación de los expertos. Dicha prueba arrojó resultados favorables, pues los encuestados respondieron sin dificultad los ítems planteados, manifestando claridad de redacción y correspondencia con las variables estudiadas. Para el procesamiento de la información se elaboró una matriz para ordenar y tabular los datos. (Anexo # 2).

Una vez recopilada la información requerida en la encuesta aplicada se tabuló, clasificó, analizó e interpretó los resultados indicados para determinar la factibilidad de nuestro proyecto.

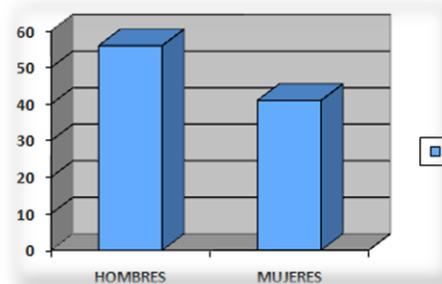
I.D.4 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Presentamos el análisis de los resultados producto de la investigación objetiva de estudio del proyecto.

I.D.4.a Caracterización del perfil del estudiante

Imagen#1: Identificación Del Sexo De Los Encuestados.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
Hombres	46	56%
Mujeres	36	44%
TOTAL	82	100%

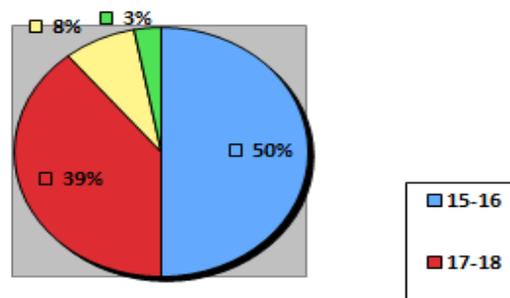


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Un mayor porcentaje de encuestados fueron hombres, con un 12 % más que las mujeres, aquí tomamos en cuenta parámetros en los que escogen los programas por género.

Imagen#2: Identificación De Las Edades De Los Encuestados.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
15-16	41	50%
17-18	32	39%
19-20	7	9%
20 O MAS	2	2%
TOTAL	82	100%



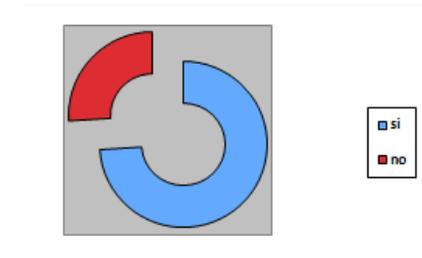
Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

La mayoría de estudiantes están entre las edades de 15 y 16 años, que está representado con un 50%, de ahí aparecen los de 17 y 18 años con un 39% de participación.

I.D.4.b Información del Historial de Viaje del Estudiante Encuestado.

Imagen#3: Información De Viajes Hacia El Exterior.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	HISTORIAL DE VIAJE	ESTUDIANTES
SI	61	74%
NO	21	26%
TOTAL	82	100%



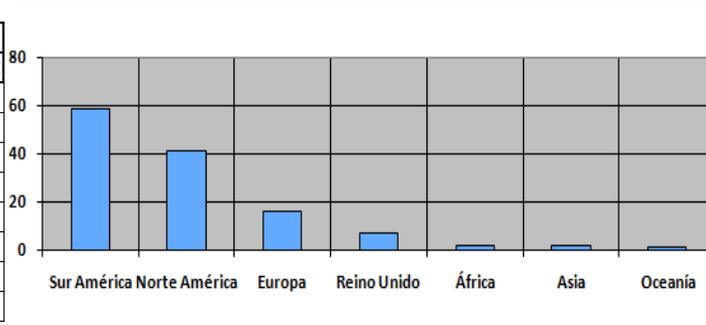
Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Evidenciamos que la mayoría de estudiantes han viajado al exterior, un 74% de los encuestados alguna vez lo han hecho; esto nos da una perspectiva para analizar las oportunidades de otorgamiento de visas dentro de un parámetro de historial de viajes.

En análisis oportunos podemos ver que la mayoría de estudiantes que han viajado previamente no tienen problemas en obtener sus visas, ya que la embajada tiene un respaldo de que el estudiante ha realizado su viaje y ha retornado al país en el tiempo establecido.

Imagen#4: Países Que Han Viajado Los Estudiantes Encuestados.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	PAISES DE VIAJE	ESTUDIANTES
AMERICA DEL SUR	48	46%
AMERICA DEL NORTE	33	31%
EUROPA	13	12%
REINO UNIDO	6	6%
AFRICA	2	2%
ASIA	2	2%
OCEANIA	1	1%
TOTAL	105	100%



Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

En los países de Suramérica la mayoría sólo solicitan pasaporte para los estudiantes Ecuatorianos, en cambio para Norte América y para los demás continentes, los participantes deben de obtener visa previa a su viaje. Observamos que por lo menos 48 estudiantes de los 61 que han viajado tuvieron visas, lo que nos da una perspectiva que un 46% de los estudiantes encuestados no van a tener ningún tipo de problema para obtenerlas, en el otro 54% se analizarán más variables en la que puedan tener importancia.

Imagen#5: Tiempo De Duración Del Viaje De Los Estudiantes.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
ENTRE 2 - 3 DIAS	17	28%
UNA SEMANA	7	11%
15 DIAS	26	42%
30 DIAS	8	14%
3 MESES	3	5%
TOTAL	61	100%

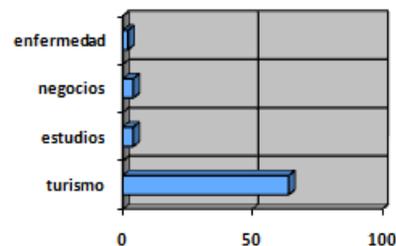


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Observamos en estos gráficos que la mayoría de estudiantes viajan por periodos cortos de tiempo en donde el indicador más relevante es de 15 días.

Imagen#6: Motivo Del Viaje De Los Estudiantes.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
TURISMO	53	87%
ESTUDIOS	3	5%
NEGOCIOS	3	5%
SALUD	2	3%
TOTAL	61	100%

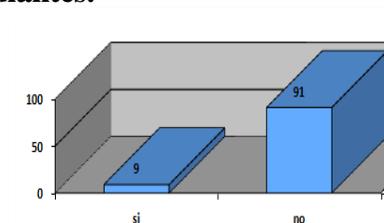


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Claramente notamos que la mayoría de interesados viajan por turismo después por estudios, negocios y por salud. Este parámetro nos indica que la mayoría de personas que han viajado ya conocen algunos lugares interesantes y ahora son ellos los que escogen su destino para realizar un programa de intercambio estudiantil. Este análisis nos sirve para seleccionar los destinos de los estudiantes que viajan para Estados Unidos, Inglaterra, Europa, etc.

Imagen#7: Información De Visas Negadas De Los Estudiantes.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
NEGACION DE VISAS		
SI	7	9%
NO	75	91%
TOTAL	82	100%

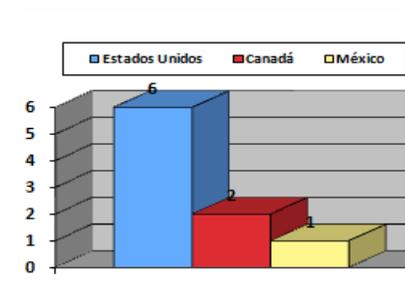


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Dentro del análisis de factibilidad, destacamos que la mayoría de estudiantes no les han negado la visa, esto nos da una perspectiva para poder influenciar a su vez en la participación de los estudiantes, podemos recalcar que el 9% de la población de estudiantes tuvieron un resultado negativo de su visa. A través de esta pregunta sondeamos la probabilidad que tienen para obtener visas de diferentes países y la respuesta está dada en porcentaje: 91% que se vuelve muy ostentoso.

Imagen#8: Información De Los Países De Las Visas Negadas.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
PAIS DE NEGACION		
ESTADOS UNIDOS	5	71%
CANADA	1	14%
MEXICO	1	14%
TOTAL	7	100%

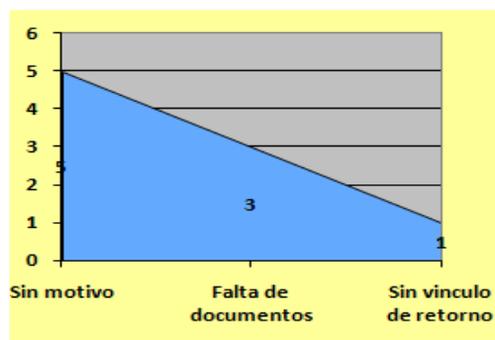


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Analizamos esta variable y tenemos que la mayoría de visas negadas son la de Estados Unidos, esto representa un porcentaje del destino más frecuente. Tomamos en cuenta este número de participantes, y una vez identificado este sector, tratamos de una manera especial a estos estudiantes, quienes se les recomienda viajar a otros destinos, ya que no es óptimo que se vuelvan a presentar para la visa que les negaron, según cada caso.

Imagen#9: Detalle Del Motivo De Negación De Las Visas De Los Encuestados.

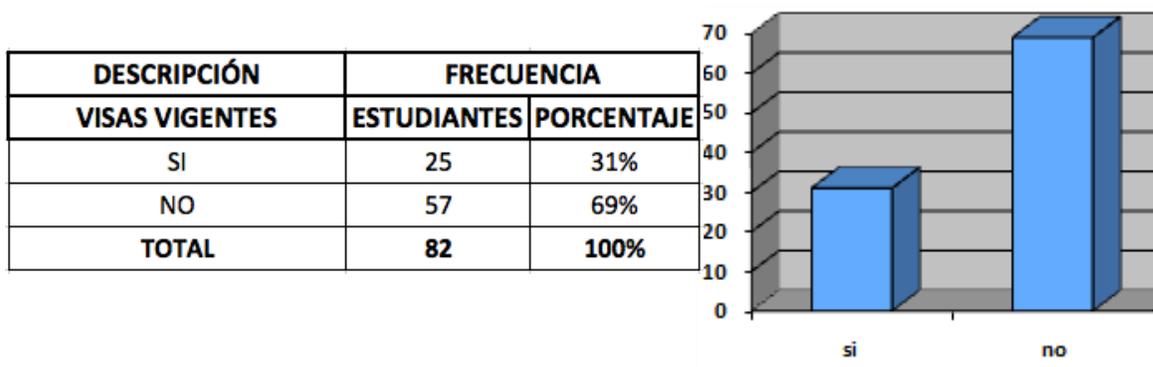
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
MOTIVOS DE NEGACION	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
SIN MOTIVOS	4	57%
FALTA DE DOCUMENTOS	2	29%
SIN VINCULO DE RETORNO	1	14%
TOTAL	7	100%



Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Dentro de esta variable estamos sujetos a las políticas de cada embajada; en el consulado en los Estados Unidos no les informan a los solicitantes el motivo por negación de su visa y se crea una incertidumbre para volverse a presentar, es por eso que debemos tomar en cuenta estos aspectos para la selección de cada destino interesado según un record de visas de los estudiantes.

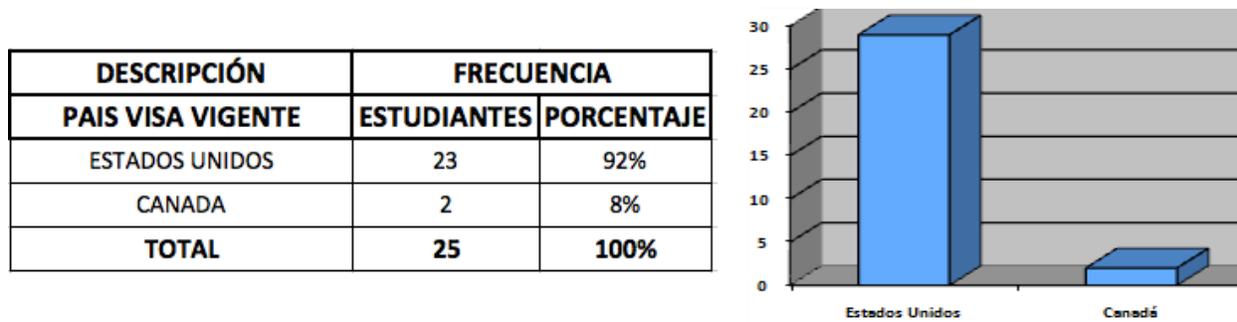
Imagen#10: Información De Estudiantes Que Poseen Visas Vigentes.



Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

25 Personas de la muestra indican que tienen visas vigentes, aquí podemos analizar que este 31% no va a tener ningún problema obteniendo su nuevo visado según su programa, lo que nos da una perspectiva para analizar la demanda y las posibilidades de viaje, también notamos que la mayoría no tienen visas vigentes, pero tenemos que tomar en cuenta los aspectos económicos de estos estudiantes.

Imagen#11: Detalle De Los Países De La Visa De los Estudiantes.

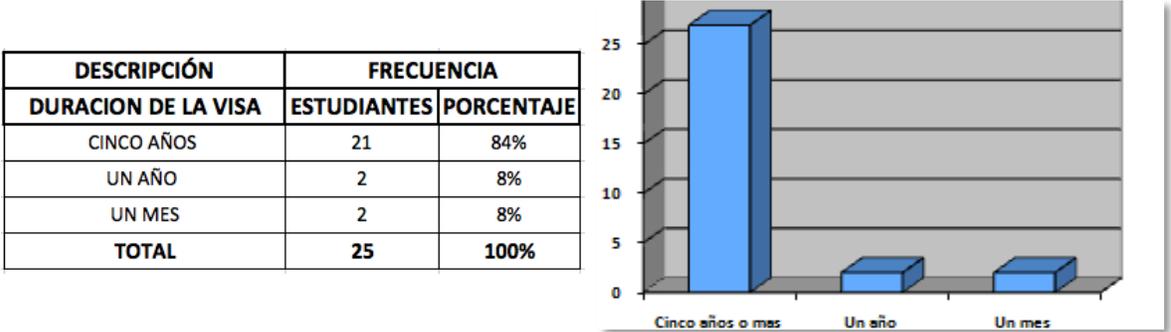


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

En donde tienen más visas vigentes es en Estados Unidos, esto se debe a que los padres tenían un visado anterior y sacaron para los hijos, también vemos que un 8% poseen este

documento vigente para Canadá, lo que nos da una perspectiva para tomar en cuenta en los estudiantes que escogen su destino para medir la factibilidad de viajar a un país.

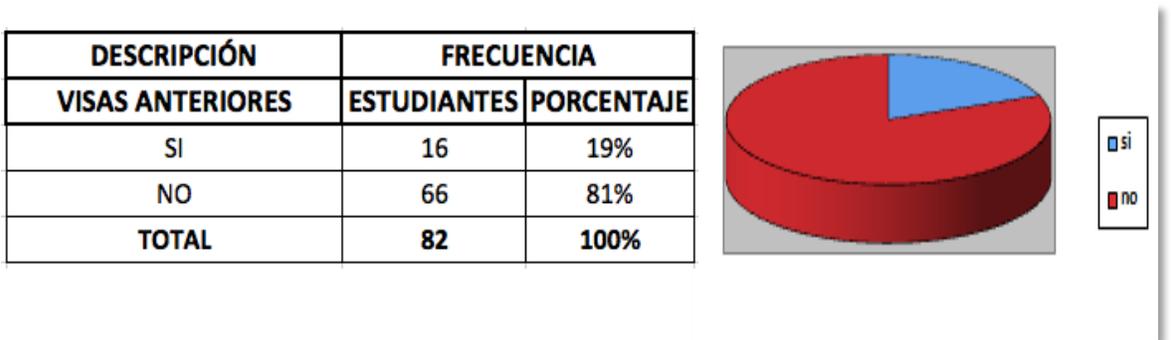
Imagen#12: Duración De Las Visas De Los Estudiantes.



Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

La duración de la visa también nos demuestra la factibilidad que tienen los estudiantes para escoger el destino idóneo, mediante este análisis sabremos diferentes aspectos que pueden servir para entregar información de los programas, costos y destinos.

Imagen#13: Información De Visas Anteriores De Los Encuestados.

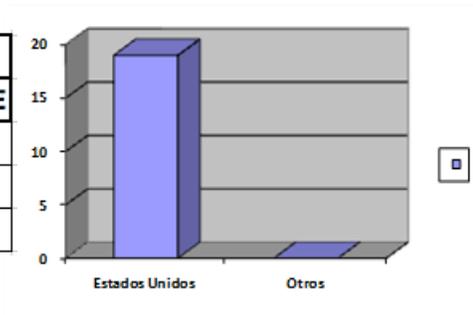


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Gran cantidad de los encuestados indicaron que sí han tenido visas anteriores, demostrado con el 19% de la población, con este indicador podemos tomar consideraciones al momento de establecer parámetros para la selección de cada programa.

Imagen#14: Detalle De Los Países De Las Visas Previas.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
ESTADOS UNIDOS	16	100%
OTROS	0	0%
TOTAL	16	100%

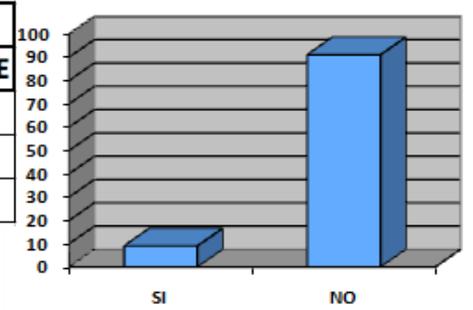


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Con respecto a las visas anteriores que han obtenido, el 100% indicó que fue para Estados Unidos, aquí podemos influenciar en programas que se realizan en ese destino y que son la mayoría de los que tenemos.

Imagen#15: Información Participación Previa En Algún Programas De Intercambio Cultural.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
SI	7	9%
NO	75	91%
TOTAL	82	100%

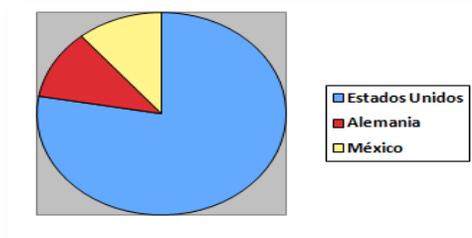


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Un porcentaje minoritario de los encuestados respondió que ha participado en un programa de intercambio, aquí analizamos que la mayoría de estudiantes no han tenido experiencia; a estos estudiantes se les convence en participar en programas en donde compartan todo el tiempo con una familia anfitriona voluntaria, que va a cuidar de ellos como miembro de la familia, donde el participante se va a sentir respaldado y tendrá una excelente experiencia.

Imagen#16: Países En El Que Participó En El Programa.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	PAIS DEL INTERCAMBIO	ESTUDIANTES PORCENTAJE
ESTADOS UNIDOS	5	71%
ALEMANIA	1	14%
MEXICO	1	14%
TOTAL	7	100%

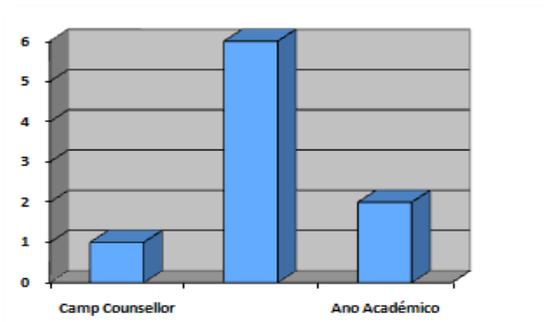


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

La mayor parte ha realizado su participación en Estados Unidos, aquí se puede analizar los destinos más frecuentes, los costos de los programas que se realizan en estos destinos y quizá indicarles otros destinos a estos estudiantes que ya tuvieron experiencia previa, pero para eso debemos medir el grado de aceptación y la experiencia que les dejó ese intercambio.

Imagen#17: Información De Participación Previa De Programas De Intercambio En El Exterior.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	PROGRAMA INTERCAMBIO	ESTUDIANTES PORCENTAJE
CAMP COUNSELLOR	1	14%
CAMPAMENTO DE VERANO	4	57%
AÑO ACADEMICO	2	29%
TOTAL	7	100%

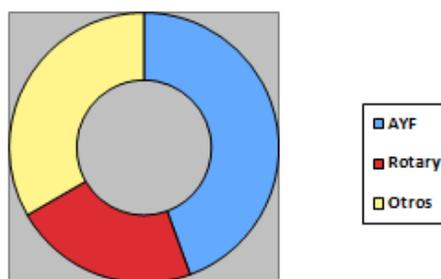


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

También evidenciamos que los programas en los que ellos participaron son alternativas que nosotros ya tenemos, por lo que podemos medir el rendimiento, las expectativas que tuvieron y si se cumplieron para así lograr darle un valor agregado a nuestros programas.

Imagen#18: Detalles De La Organización Que Realizó El Programa.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
AYF	3	43%
ROTARY	2	29%
OTROS	2	29%
TOTAL	7	100%

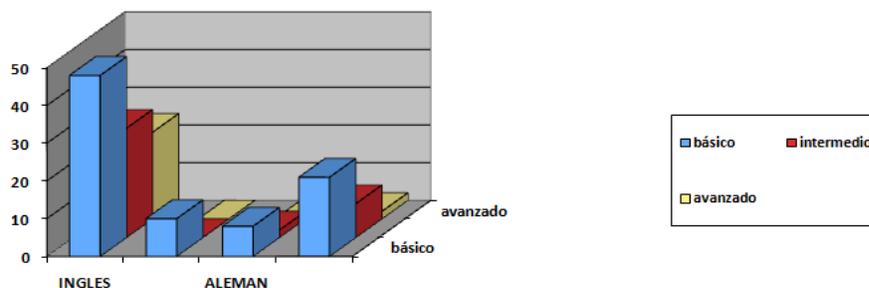


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Dentro de la competencia tenemos las organizaciones de intercambio que realizan estos programas, entonces debemos analizar todos los aspectos influyentes por lo que los estudiantes escogieron esa organización.

Imagen#19: Nivel De Idioma Actual De Los Estudiantes.

	INGLES	FRANCES	ALEMAN	ITALIANO
básico	48	10	8	21
intermedio	29	0	2	9
avanzado	23	0	0	2



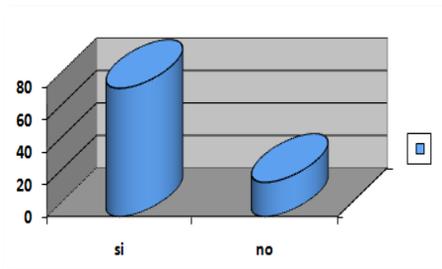
Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Esta variable toma en cuenta el nivel de cada participante y según esta encuesta realizada podemos concluir que el inglés es el idioma que más aceptación tiene, esto se debe al interés por estudiar esta lengua, también un 70% de los programas que tenemos se realizan en este idioma. Representa un 48% de todos los encuestados, después vemos el francés, alemán, e italiano; lo que nos ayudará para que los que tengan un nivel adecuado de estos idiomas escojan diferentes destinos.

I.D.4.c Interés En Una Alternativa De Estudio Y Trabajo En El Exterior.

Imagen#20:Deseo De Participar En Un Programa De Intercambio Cultural.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
SI	65	79%
NO	17	21%
TOTAL	82	100%

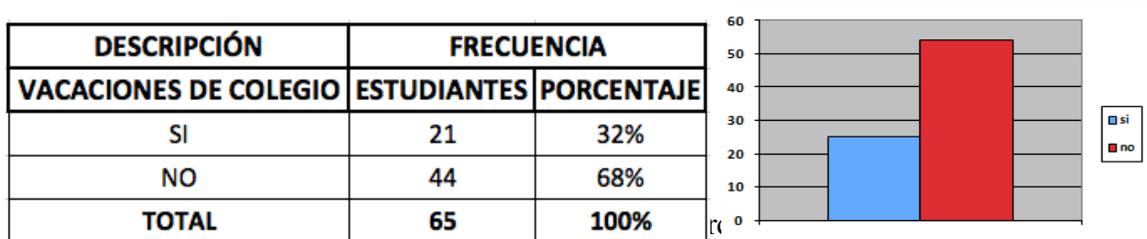


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

El interés de los estudiantes por participar en una experiencia de intercambio es sumamente grande, vemos que un 79% quiere aplicar a cualquier edad en un programa de intercambio, esto es lo que nos hace ser más competitivos, ya que la demanda es muy grande y aquí es donde debemos de aplicar las estrategias comerciales.

La importancia de la demanda es fundamental para crear nuevos programas o para ubicar a los estudiantes desde su etapa de colegio; se brindan varias alternativas que los clientes pueden escoger y aplicar desde los 15 a los 28 años, es por eso que el marketing es fundamental para llegar a la mente del consumidor y generar la acción. En nuestro caso la acción es en el momento que se decide a realizar la inscripción en cualquier alternativa selección.

Imagen#21: Interés De Los Estudiantes Por Viajar En Las Vacaciones Del Colegio.



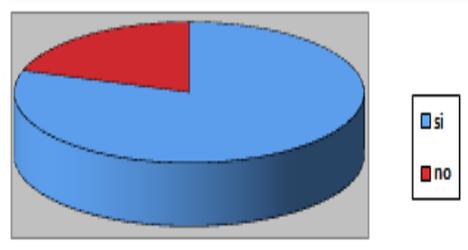
Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Observamos una participación de un 32% de los estudiantes de colegio que quieren tomar como opción el programa de campamentos de verano; el afán de este programa es porque no se desigulan de las materias pero pueden tener varias alternativas para viajar. El otro porcentaje de los que les interesa viajar al exterior quisiera hacerlo en otros programas.

Podemos incurrir para realizar grupos homogéneos para que viajen iguales en los campamentos.

Imagen#22: Intereses Por Viajar En El Programa De Campamentos De Verano.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
SI	17	81%
NO	4	19%
TOTAL	21	100%

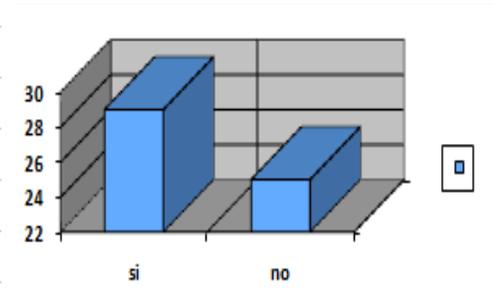


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

La mayoría que escogió un programa para viajar en las vacaciones del colegio, quieren escoger la opción de campamentos de verano, el resto tal vez vio alguna alternativa de la competencia, o el programa que quieren está fuera de la edad que ellos tienen, es por eso que se les puede mencionar los otras elecciones para que puedan participar después de cumplir 18 o ver las alternativas que brinda la competencia para hacer un análisis del entorno.

Imagen#23: Intereses Por Viajar En El Programa De Año Académico.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
SI	24	55%
NO	20	45%
TOTAL	44	100%

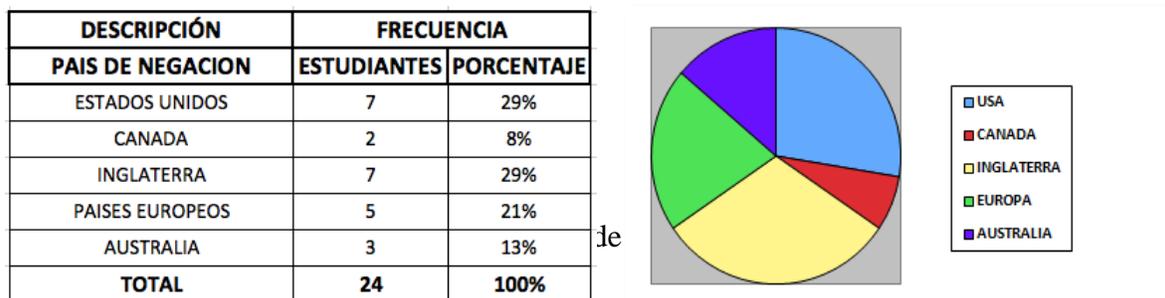


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

De los estudiantes encuestados un 29% de la muestra manifiesta que quisiera hacer sexto curso en el exterior, podemos deducir que les atrae porque es un programa muy bueno y tienen muchas ventajas, ya que los padres quieren que lleguen en familias anfitrionas y que

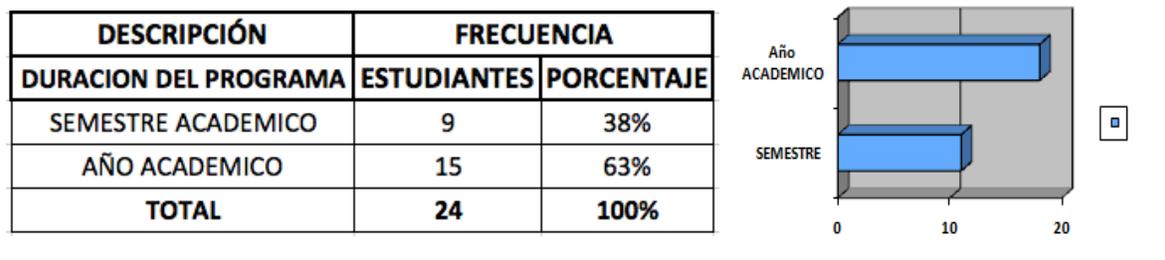
perfeccionen su nivel del idioma. Los estudiantes también escogen esta alternativa, porque han tenido muy buenos comentarios de los familiares, amigos, etc.

Imagen#24: Países de Interés Para Estudiar, De Los Estudiantes Que Demostraron El Interés Por Participar En El Programa De Año Académico.



Dentro de los programas que nosotros brindamos tenemos diferentes destinos; los estudiantes prefieren Inglaterra, después Estados Unidos, etc. Aquí asumimos una diversificación de destinos y lo bueno es que contamos con el programa de año académico en todos los países mencionados, así podemos cubrir la demanda generada y nos proyectamos a una mayor posición en el mercado.

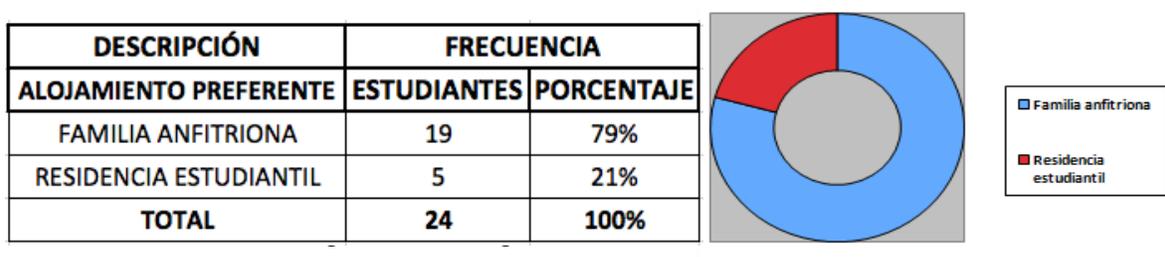
Imagen#25: Tiempo De Duración Del Programa, De Los Estudiantes Que Demostraron El Interés Por Participar En El Programa De Año Académico.



Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

La mayor parte de los encuestados prefieren realizar el programa en un año académico que equivale 10 meses, esto se da por las fechas de inicio de clases; los que prefieren los 6 meses, es para tener la oportunidad de viajar más tiempo, por hacer alguna actividad laboral.

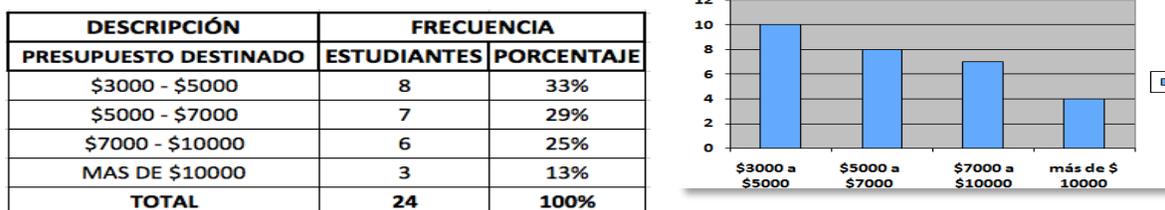
Imagen#26: Alojamiento Preferido, De Los Estudiantes Que Demostraron El Interés Por Participar En El Programa De Año Académico.



Los padres de los estudiantes quieren que sus hijos viajen y lleguen donde una familia, es por eso que la mayor parte de los que viajaron llegaron a un hogar anfitrión y ahora los nuevos interesados prefieren de igual manera llegar a este tipo de alojamiento.

Vemos claramente la preferencia por compartir con una familia en vez de una residencia estudiantil. También influye la edad de los participantes, ya que ellos son jóvenes entre 15 y 18 años.

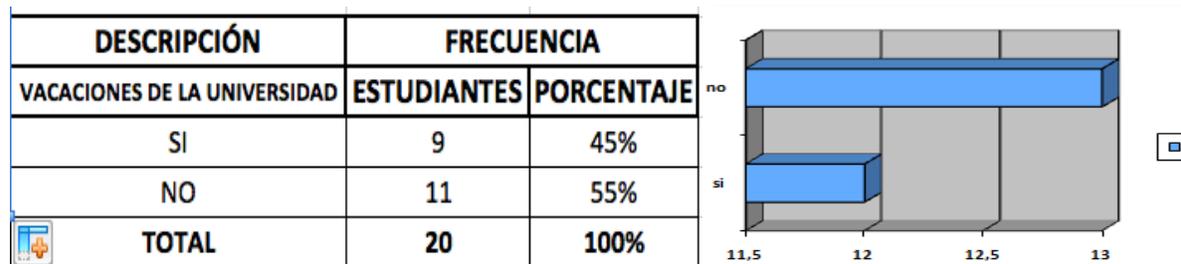
Imagen#27: Presupuesto Destinado De Los Estudiantes Que Demostraron El Interés Por Participar En El Programa De Año Académico.



Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

En el costo del programa la mayoría prefiere un programa económico y dentro del primer rango está el programa de Año académico a Estados Unidos, es por eso que podemos manifestar diferentes alternativas en respuesta al dinero que están dispuestos a gastar en su programa de intercambio, aquí también debemos citar los gastos extras como es el costo del ticket aéreo, gasto mensual del estudiante, costo de la visa y los impuestos.

Imagen#28: Interés Por Viajar Durante Las Vacaciones De La Universidad.



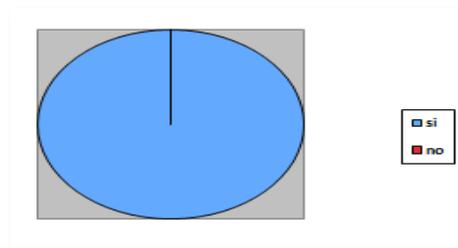
Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Notamos que un 11% en relación a la muestra quisiera participar en las vacaciones de la universidad, por lo que podemos deducir que la mayoría quiere continuar sus estudios.

Dentro de los programas en las vacaciones de la universidad pueden tomar varias alternativas, aquí la demanda puede subir notablemente ya que son programas específicamente diseñados para estudiantes universitarios y duran desde 8 a 12 semanas, que es el promedio de vacaciones que tienen los participantes.

Imagen#29: Interés En Programas De Trabajo.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	PROGRAMA DE TRABAJO	ESTUDIANTES
SI	9	100%
NO	0	0%
TOTAL	9	100%

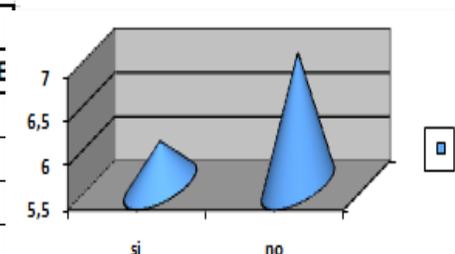


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Notablemente vemos que el 100% dentro del grupo de los que quisieran participar en un programa en las vacaciones de la universidad, quieren hacerlo mediante la opción de trabajo en hoteles, parques de diversiones y restaurants en los Estados Unidos; éste programa tiene muchas ventajas para los estudiantes y es uno de los más demandados, quizás ellos ya han oído de esta alternativa, ya sea por sus amigos y familiares.

Imagen#30: Interés Por Viajar Durante La Carrera Universitaria.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	DURANTE LA UNIVERSIDAD	ESTUDIANTES
SI	5	45%
NO	6	55%
TOTAL	11	100%

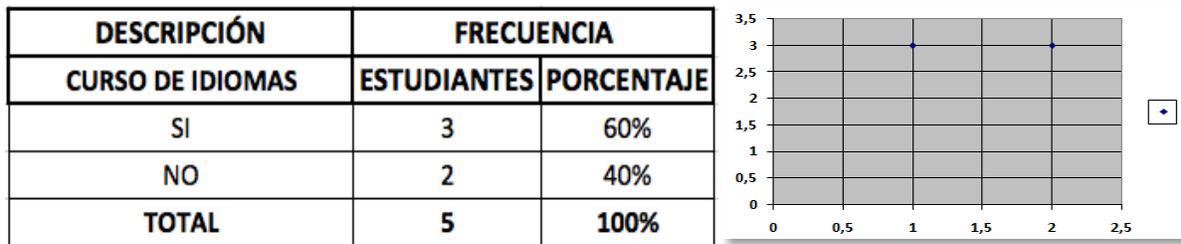


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

También podemos constatar que hay un número mínimo de estudiantes que quisieran realizar su programa de intercambio durante su carrera universitaria, en esta etapa ellos pueden realizar diferentes programas como cursos de idiomas, work and travel, etc.

Vemos que podemos influenciar mediante publicidad para enfocarnos en los beneficios de los programas y así los clientes lo tomarían como una necesidad.

Imagen#31: Interés En El Programa De Cursos De Idiomas.

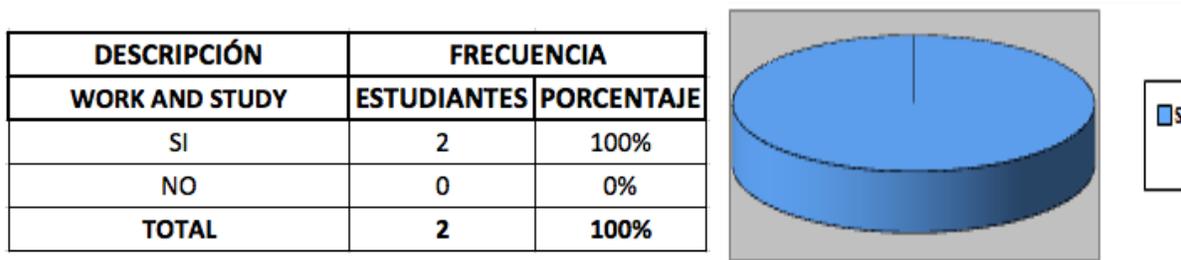


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Tomamos como referencia un programa de los que nosotros verificamos la aceptación, y dentro de este nivel, observamos claramente que es un porcentaje mínimo, pero representa un 60% de los estudiantes que quisieran realizar un programa durante su carrera universitaria.

Percibimos que el otro 40% quisiera realizar una pasantía en Inglaterra o Canadá, podemos ver que se enfocan en este programa, porque ya tienen una experiencia previa. Y así logramos hacer una base de datos de los interesados y los prospectos.

Imagen#32: Interés En El Programa De Estudio Y Trabajo.

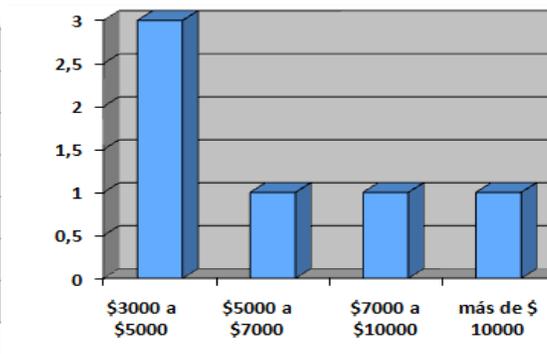


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Los estudiantes que no tomaron la opción de cursos de idiomas, quieren tener la experiencia de estudio y trabajo en el exterior.

Imagen#33: Presupuesto Destinado Para El Programa a Los Estudiantes Que Les Interesa Aplicar Al Intercambio Durante La Carrera Universitaria.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
\$3000 - \$5000	2	40%
\$5000 - \$7000	1	20%
\$7000 - \$10000	1	20%
MAS DE \$10000	1	20%
TOTAL	5	100%

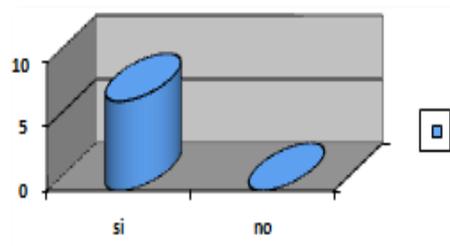


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Dos estudiantes están dispuestos a pagar entre tres mil y cinco mil dólares para su programa esto representa el 40% de la muestra.

Imagen#34: Interés Por Viajar Al Concluir La Carrera Universitaria.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
CULMINANDO LA UNIVERSIDAD		
SI	6	100%
NO	0	0%
TOTAL	6	100%



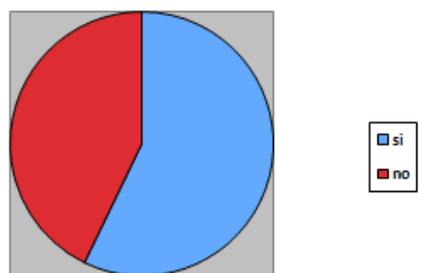
Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

En muy bajo porcentaje notamos que los estudiantes encuestados quisieran participar en un programa después de culminar sus estudios universitarios, aquí podemos aplicar una

estrategia para fomentar que los estudiantes participen más en estas experiencias culturales, así cuando hayan terminado sus estudios, tendrán una experiencia previa en el exterior para realizar su programa.

Imagen#35: Interés En El Programa De Cursos De Idiomas.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	CURSO DE IDIOMAS	ESTUDIANTES
SI	3	50%
NO	3	50%
TOTAL	6	100%

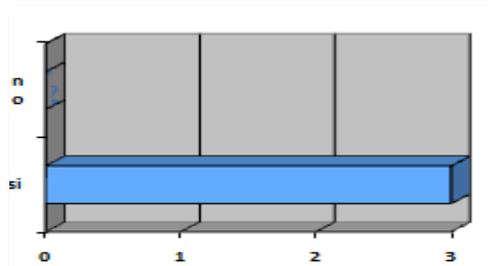


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

De la mayoría que quieren participar en un programa después de concluir el estudio universitario, vemos que desean perfeccionar su nivel del idioma en un programa de curso de idiomas en el exterior, aquí podemos aplicar una información para los estudiantes de universidad que quieran perfeccionar el idioma, tal vez para conseguirse un buen empleo, realizar un postgrado o para poner en práctica en su nueva empresa.

Imagen#36: Interés Para Realizar Un Postgrado O Maestría.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	POSGRADO EN EL EXTERIOR	ESTUDIANTES
SI	3	100%
NO	0	0%
TOTAL	3	100%

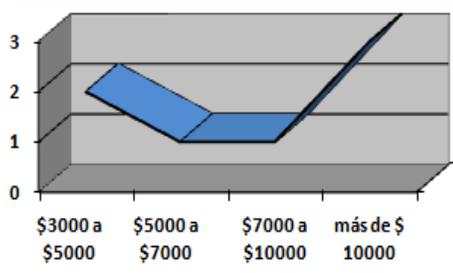


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

La mayor parte de interesados dentro del parámetro (postgrados o maestrías en el exterior) quisieran realizar su programa en Inglaterra, esto representa un 3% de todos los encuestados, lo que se considera un porcentaje mínimo.

Imagen#37: Presupuesto Destinado Para El Programa Para Los Estudiantes Que Desean Viajar Al Concluir La Carrera Universitaria.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
\$3000 - \$5000	2	33%
\$5000 - \$7000	1	17%
\$7000 - \$10000	1	17%
MAS DE \$10000	2	33%
TOTAL	6	100%

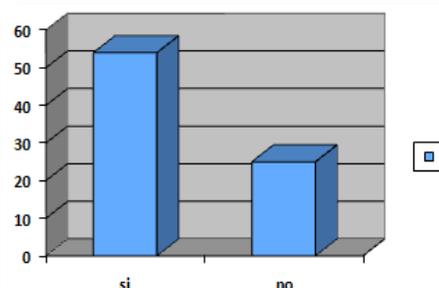


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Observamos que la mayoría podrían gastar más de 10000 dólares en su programa, esto se debe a que muchos quieren escoger una especialización o un postgrado en el exterior después de culminar sus estudios universitarios.

Imagen#38: Información De Apoyo De Los Padres Para Realizar la Experiencia Cultural.

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	
	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
SI	44	68%
NO	21	32%
TOTAL	65	100%

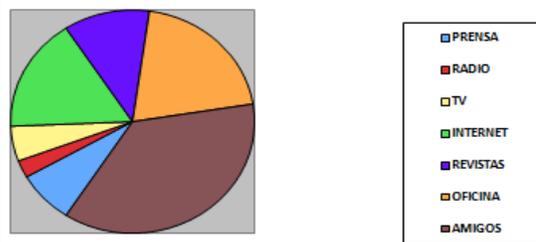


Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

Vemos claramente que la mayor parte de padres de familia apoyan que sus hijos viajen; el porcentaje minoritario lo tomaremos en cuenta para realizar una campaña para informar los beneficios de los programas de intercambio.

Imagen#39: Medios De Comunicación idóneos la publicidad.

DESCRIPCIÓN MEDIO DE COMUNICACION	FRECUENCIA	
	ESTUDIANTES	PORCENTAJE
PRENSA	5	8%
RADIO	2	3%
TELEVISION	3	5%
INTERNET	11	17%
REVISTAS	7	11%
OFICINA	13	20%
AMISTADES	24	37%
TOTAL	65	100%



Fuente: datos del investigador/ investigación de mercado.

La mayoría de estudiantes obtendría información de los programas mediante las amistades, como segunda opción se encuentra las visitas a las oficinas y después mediante el internet.

I.E ESTRATEGIAS DEL PROYECTO

Mediante la investigación de mercado realizada, se ha podido realizar diferentes estrategias de precios, marketing, distribución y servicio postventa.

I.E.1 PROPUESTA ESTRATÉGICA DE PRECIO

Dentro de la investigación realizada con dicho segmento de mercado, se observa una estrategia para la implementación de los precios.

- **Costos**

Se determinarán los costos que genera el programa en su primera instancia; se observa el gasto por el servicio de: entrevistas, inscripción, documentación, costo del mismo en el exterior, transferencias internacionales, Courier, seguro médico y de accidentes etc.

Se tomará en cuenta estos aspectos para saber la proyección y el gasto del programa. El costo será el punto límite en el cual se quisiera competir, pero el objetivo no es pelear por el precio, es por eso que se analizará las utilidades por comisiones que cada uno genera.

- **Utilidad**

La utilidad está en un punto de equilibrio entre el costo de cada programa y la máxima cantidad a pagar por el estudiante para cubrir las expectativas que tienen del programa. Entonces la utilidad percibida por la corporación estará dada por la comisión del proveedor

según cada programa identificado en el cuadro # 4, que va desde 15% hasta el 30% dependiendo de cada socio internacional.

Dentro de los presupuestos establecidos se debe tomar en cuenta la utilidad, este es el factor que considera la ventaja competitiva. Cada programa genera diferente utilidad que vamos a detallar en la proyección de las ventas.

Según nuestra utilidad en las comisiones, sabremos el máximo que podemos descontar en cada opción de intercambio cultural, dependiendo de las modalidades que escoja cada interesado como: semanas del programa, opciones de alojamiento, número de horas en los cursos de idiomas, destinos y fechas de viaje.

- **Competencia.**

Este análisis observará diferentes variables del entorno, dentro de las empresas de intercambio competidoras en el austro. Aquí se analiza los precios y los servicios brindados, así como varios aspectos relacionados con lo que se les incluye en el programa.

Nuestra estrategia será tomar en cuenta el precio de los programas de la competencia para abaratar el precio de los programas de ORDEX restando el porcentaje de nuestras comisiones o negociando con los proveedores, para recibir descuentos o bonos por un determinado número de participantes que vayan al mismo destino y en la misma modalidad.

I.E.2 PROPUESTA ESTRATÉGICA DE MARKETING

El vínculo con el mercado es la promoción que se genera, esto obliga a obtener la información detallada de los medios de comunicación más factibles para nuestro target destinado.

Desde el inicio de la campaña de marketing, se seleccionará los canales de comunicación que los interesados van a recibir, este dato está demostrado mediante la encuesta realizada previamente a los estudiantes.

La estrategia de mercadeo está establecida en varios pilares de la comunicación, entre ellos se observan:

- La primera propuesta de la comunicación es la fuente que puede generar el interés y el deseo: los estudiantes.
- El segundo pilar se cimienta en la fuente que genera y establece parámetros de calidad, credibilidad y seguridad personal.
- Y la tercera parte son los convivientes y el ambiente que rodea a los participantes: colegios/universidades, amigos, comunidad, barrios, etc.

Tomando en cuenta estos pilares fundamentales la comunicación estará enfocada para el sector de interés y las estrategias comunicacionales serán diseñadas en función con la cooperación de nuestros pilares establecidos por el sector de las empresas de intercambio.

Se plantearán diferentes planes estratégicos en virtud de los recursos de la corporación que son:

- Ferias y reuniones informativas en diferentes institutos educativos: donde se afianzará la confianza de los padres y sus hijos, brindará el soporte necesario y se manifestará el vínculo para generar el interés de visitarnos, ya sea en el portal web o en las oficinas.
- Otra estrategia que se establecerá será en redes sociales de internet como: facebook, twitter, blackberry messenger etc. por el alcance que tiene hacia el mercado objetivo, las páginas darán el aporte para hacer un grupo de seguidores, enviar información permanente y lanzar anuncios para los programas en cada temporada.
- Material POP, como revistas, volantes, bolígrafos, etc., esto facilita a los estudiantes para recordar la marca y buscar información oportuna en el momento que necesiten.
- Y estrategia publicitaria mediante las referencias personales, por su credibilidad y soporte que genera en las personas interesadas en algún viaje al exterior.

- **Imagen Publicitaria**

Se centrarán los esfuerzos de mercadeo identificado con las ventajas que se demostrarán a la hora de la selección. Para atraer y enfocar más a los clientes, la comunicación entrelazará variables apropiadas para el mercado meta como:

- La ubicación y atmósfera de un lugar de entrega de servicio, que consiste en las características visibles y palpables del medio.

- Las características de diseño corporativo, imagen, atracciones, artes, banners, juego en el uso de colores y elementos gráficos.
- La apariencia y comportamiento de los colaboradores de la corporación, esto influye como una tarea dominante en el uso de los conocimientos y la preparación previa del personal.
- El diseño del sitio web, ya que los clientes acceden a un medio de fácil ubicación por el factor tiempo; esto hace que se identifique con la imagen corporativa y la cantidad de información que pueden encontrar.(ANEXO # 4).



I.E.3 PROPUESTA ESTRATÉGICA DE LA DISTRIBUCIÓN

- **Audiencia Meta**

Dentro de la audiencia estarán involucrados los posibles participantes, personas entre 15 y 30 años que deseen incluirse en los programas de estudio y trabajo en el exterior, convirtiéndose en el punto de partida donde se iniciará la comunicación.

- **Logros De Comunicación.**

La comunicación de la corporación se basa en parámetros fundamentales que son el determinante para la obtención de los clientes:

- Enfocarse en la trayectoria de la corporación, los logros alcanzados y las menciones de los estudiantes que han logrado en el exterior, así se dará a conocer la importancia de participar en uno los programas mediante los beneficios resultantes del mismo.
- Las alternativas y sugerencias para cada participante de acuerdo con su edad, conocimientos del idioma, destinos, climas, oportunidades y diversiones, alternativas de vuelos, precios etc. Se entregará al estudiante la mejor opción posible tomando en cuenta todos los aspectos referentes para su participación exitosa.
- Y por último comunicar el ambiente de trabajo de la corporación, tanto su personal con sus responsabilidades para ayudarles en el momento que más lo necesitan.

- **Proceso Y Énfasis En La Comunicación.**

La clave está en la elección del medio más idóneo, que es donde interviene una combinación de medios BTL y ATL, como una estrategia dirigida.

Lo que más se enfocará son las presentaciones y ferias en los colegios y universidades, aquí se proyectará una imagen nacional y de prestigio, también se invitarán a ex participantes de Quito y Guayaquil para que den su testimonio en el programa que ellos han realizado.

Los medios de comunicación más frecuentes son la radio y el periódico en donde se proporcionará información de algún programa nuevo por temporadas.

Mediante auspicios se dará a conocer la marca y se colaborará con empresas o proyectos de ámbito educativo y cultural.

- **Momento De La Comunicación**

La selección de la temporada de cada programa se enfoca con las fechas límites de aplicación e inscripción, es por eso que se pondrá una fecha límite en la campaña de publicidad, con mucho tiempo de anticipación para lograr éxitos posteriores.

- **Objetivos Comunicacionales**

- Informar y enfocarse a los sectores más idóneos.
- Crear imágenes memorables con nuestra marca.
- Obtener respuesta del mercado.
- Familiarizar a los participantes con nuestro producto.
- No desperdiciar espacios en cada programa.

1.E.4 PROPUESTA ESTRATÉGICA DE POSTVENTA Y SERVICIO

El servicio al cliente es indispensable para la promoción posterior, este aspecto tomará en cuenta los productos mediante un seguimiento oportuno de cada estudiante, es un vínculo estrecho para que las próximas promociones sigan participando en los programas.

Cada estudiante realizará una asesoría al momento del viaje, en el programa y después cuando regresa al Ecuador, se le ayudará con diferentes aspectos como:

- Orientación antes de la salida del estudiante.
- Coordinación con los vuelos para que lo recojan en el aeropuerto.
- Coordinación con la escuela de idiomas para su primer día de clases/ trabajo.
- Cambios de familia, trabajo, escuela, etc.
- Convalidación de notas a los participantes que necesiten el pase de año.
- Transferencias por conceptos de alojamiento, alimentación o clases extras.
- Envíos a sus domicilios en el exterior.
- Consejería permanente a los padres, amigos, etc.
- Asesoramiento gratuito para obtención de visas, cartas de invitación para sus familiares.

En esta estrategia tomamos en cuenta:

- Indagación para ver si los participantes tienen familiares que deseen viajar con la corporación, mediante la inscripción que los estudiantes llenan al momento de participar en su programa y en la evaluación que realizan los participantes al momento que regresan de su programa de intercambio.
- Envío de información de programas innovadores.
- Reconocimientos en fechas importantes.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DE LA EMPRESA: ORDEX INTERCAMBIO CULTURAL

II.A ORDEX INTERCAMBIO CULTURAL

Se ha seleccionado la corporación ORDEX para nuestro proyecto por la novedad en los programas de intercambio por parte de los estudiantes, por sus años de trayectoria, por facilitarnos la información y por el conocimiento de la misma.

II.A.1 HISTORIA

ORDEX, es una Corporación legalmente constituida en el Ecuador, reconocida por el Ministerio de Educación y Cultura, que promueve el intercambio cultural a través de oportunidades de estudio y/o pasantías laborales en el exterior; mediante sus actividades ofrece becas para ciertos programas culturales fuera del país.

El contacto inicial para funcionar como corporación fue realizado en el año 1992; cuenta la actual directora de programas que formaba parte del personal de la Embajada Norteamericana y tenía como interés, proporcionar programas de intercambio cultural a participantes ecuatorianos. Ante la implementación de la empresa ORDEX y gracias a los resultados de los estudios económicos, financieros y legales realizados en años anteriores, llegamos a la conclusión que para aprovechar al máximo los recursos adquiridos en nuestra

matriz y sucursales, debemos promocionar nuestra imagen corporativa enfocándonos a las oportunidades de estudio y trabajo en el Ecuador hacia los estudiantes interesados en los programas de la corporación, también es necesario demostrar los logros alcanzados mediante los años de experiencia adquiridos y la integración del COICEC (Confederación De Organizaciones De Intercambio Cultural Del Ecuador).

La corporación cuenta con varios programas y destinos en los que pueden escoger los clientes potenciales, programas de estudio y de trabajo o modalidades que combinan las dos opciones para que el participante se pueda pagar su programa de intercambio, el mismo que puede durar entre 2 hasta 52 semanas en destinos como: Estados Unidos, Canadá, Brasil, Argentina, Inglaterra, Francia, Alemania, Sudáfrica, Malta, Austria, Portugal, Italia, países escandinavos, Australia y Nueva Zelanda.

ORDEX es una organización líder en innovación de programas en el campo de la educación internacional, cuenta con una oficina matriz en Quito, una en Guayaquil y representaciones en Ambato, Machala e Ibarra y sus colaboradores entienden lo que es vivir y estudiar en el extranjero, porque muchos han sido ex – participantes de programas de intercambio.

Los socios internacionales son organizaciones que combinan décadas de experiencia en el campo de la educación internacional. Todos los programas de intercambio en USA son afiliados al CSIET ([Council on Standardsfor International Educational Travel](http://www.csiet.org))- www.csiet.org, que es la organización gubernamental de EEUU encargada de supervisar estándares internacionales en los diferentes programas.

Como corporación reconocida mediante la confederación de organizaciones de intercambio cultural en el Ecuador, ORDEX tiene exclusividad con la mayoría de los socios internacionales y son los principales agentes en Ecuador para ofrecer los programas nivel internacional en más de 25 destinos.

Las organizaciones internacionales pueden brindar descuentos adicionales al costo de los programas o promociones especiales como un servicio exclusivo para participantes de ORDEX, por el poder de negociación que tienen entre ellos.

En base a la actual demanda del servicio, en los programas de ORDEX, se ha visto de gran oportunidad, cubrir el mercado con nuevas sucursales de la corporación, y vemos un mercado objetivo dentro de la provincia del Azuay, específicamente en la ciudad de Cuenca.

Es por eso que nuestro proyecto va a demostrar la factibilidad en este sector del Ecuador mediante el tema: Proyecto De Factibilidad Para La Implementación Del Servicio De Colocación En Programas De Estudio Y Trabajo En El Exterior Por Parte De La Empresa ORDEX En La Ciudad De Cuenca; demostrando así la importancia de tener sucursales en el país, viendo un equilibrio en el margen de participación de mercado y los costos generados por implementar nuevas oficinas.

II.A.2 MISIÓN

Lograr que sus participantes se conviertan en ciudadanos del mundo, aportando positivamente al desarrollo del país.

II.A.3 VISIÓN

Ser la principal agencia de intercambio cultural del Ecuador con el apoyo de nuestros socios a nivel mundial, lo que nos permite ofrecer una gama de programas de estudio y trabajo al exterior, que seguro se convertirán en experiencias inolvidables, con la garantía y respaldo de una institución seria y de reconocido prestigio.

II.A.4 ORGANIGRAMAS Y MANDOS JERÁRQUICOS.

Imagen #40: Organigrama Corporación ORDEX (Quito Y Guayaquil)



Fuente: Información ORDEX intercambio cultural.

Imagen #41: Organigrama Del Proyecto.



Fuente: Información ORDEX intercambio cultural.

II.A.5 ESPECIFICACIÓN DE LAS FUNCIONES EN ORDEX

- **Director General**

El director general se encarga básicamente de:

- Contacto y comercialización con los proveedores y organizaciones internacionales para el proceso del servicio de ubicación.
- Verificación de los procesos de cada estudiante.

- Presenta informes mensuales de las nuevas normativas de las embajadas y programas de interés de los estudiantes.
- Tiene la responsabilidad financiera del departamento, puesto que el director general tienen toda la facultad para el uso y manejo financiero de la empresa.

- **Asistentes de ventas**

El asistente de ventas se encarga básicamente de:

- Dar atención a los clientes dentro de las instalaciones de ORDEX.
- Tener relación comercial con los proveedores, las mismas que pueden ser por internet o por teléfono.
- Se encargan del manejo operativo de la oficina.
- Coordina la recepción y revisión de los informes de ventas, de acuerdo a los cronogramas establecidos.

- **Los asistentes de marketing**

El asistente de marketing se encarga básicamente de:

- Coordinar la publicidad y las promociones.
- Tener relación comercial con los proveedores, las mismas que pueden ser por internet o por teléfono.

- Coordina la recepción y revisión de los informes de ventas, de acuerdo a los cronogramas establecidos.

- **El contador**

El contador se encarga básicamente de:

- Responsabilizarse de cuadrar el manejo de la contabilidad de la Corporación.
- Aprobar roles de pagos y emitir egresos con la autorización del Director general.
- Analizar errores y éxitos financieros dentro del proceso de cada pago de los estudiantes.
- Verifica información sobre el cambio de la moneda con otras divisas.
- Presenta un reporte de los ingresos mensuales tanto en programas culminados como en proceso.

- **El mensajero**

El mensajero se encarga básicamente de:

- Recepción e ingresos de sobres y carpetas de diferentes destinos.
- Entrega y recepción de documentos en las embajadas.
- Organiza el despacho de aplicaciones físicas tanto para los estudiantes, como para los agentes en cada provincia.

II.A.6 SALARIOS

En el siguiente cuadro mostramos la distribución de los salarios:

Cuadro #9: Salarios De Los Colaboradores De ORDEX Intercambio Cultural 2011.

SUELDOS Y SALARIOS CORPORACION ORDEX INTERCAMBIO CULTURAL								
Nombre	Salario Mensual	salarios anual	IESS	Decimo 3ro	Decimo 4to.	Vacaciones	Fondos de Reserva	Total Anual
			aporte patronal					
Gerente General	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00	\$ 1.683,00	\$ 1.500,00	\$ 264,00	\$ 750,00	\$ 1.500,00	\$ 23.697,00
Asistente de Programas	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 500,00	\$ 264,00	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 8.075,00
Asistente de Programas	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 500,00	\$ 264,00	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 8.075,00
Asistente de Programas	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 500,00	\$ 264,00	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 8.075,00
Gerente de Sucursal	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 785,40	\$ 700,00	\$ 264,00	\$ 350,00	\$ 700,00	\$ 11.199,40
Contador	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 448,80	\$ 400,00	\$ 264,00	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 6.512,80
Secretaria	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 392,70	\$ 350,00	\$ 264,00	\$ 175,00	\$ 350,00	\$ 5.731,70
Vendedor	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 392,70	\$ 350,00	\$ 264,00	\$ 175,00	\$ 350,00	\$ 5.731,70
Vendedor	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 392,70	\$ 350,00	\$ 264,00	\$ 175,00	\$ 350,00	\$ 5.731,70
Mensajero	\$ 300,00	\$ 3.600,00	\$ 336,60	\$ 300,00	\$ 264,00	\$ 150,00	\$ 300,00	\$ 4.950,60
TOTAL	\$ 5.450,00	\$ 65.400,00	\$ 6.114,90	\$ 5.450,00	\$ 2.640,00	\$ 2.725,00	\$ 5.450,00	\$ 87.779,90

Fuente: información proporcionada por corporación ORDEX. Enero 2011.

II.A.7 PROGRAMAS QUE BRINDA LA CORPORACION ORDEX.

II.A.7.A Programas De Estudio.

- **1) AÑO ACADÉMICO**

ANEXO # 6

Este programa brinda la oportunidad de estudiar en un colegio público o privado en el extranjero, conocer una nueva cultura, y compartir experiencias inolvidables con una familia anfitriona.

Beneficios

- Practicar el idioma las 24 horas.
- Lograr inmersión cultural.
- Hacer amistades para toda la vida.
- Ganar experiencias de vida para un futuro exitoso.

Requisitos

- 15 a 18 ½ años máximo hasta el mes de Agosto. (*Canadá hasta antes de cumplir los 18 años*)
- Nivel intermedio del idioma oficial del país de su elección.
- Evaluaciones, psicométricas y culturales.
- Promedio de aprovechamiento mínimo 14 equivalente a C.
- Compromiso de conservar un buen rendimiento y observar las reglas del programa.
- Asistir obligatoriamente a los talleres de crecimiento personal y orientación intercultural.

Destinos

- Estados Unidos, Francia, Alemania, Austria, Bélgica, Canadá, China, Argentina, Inglaterra, Italia, Noruega, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Nueva Zelanda, Australia.

• 2) CURSOS DE IDIOMAS

ANEXO # 7

Este programa permite estudiar el idioma en una escuela privada de idiomas que cuenta con 15 a 40 años de experiencia.

Las técnicas de enseñanza de nuestras Escuelas Internacionales cuentan con los mejores profesionales, además de estar a la vanguardia de los métodos de enseñanza.

Los profesores utilizan una amplia gama de materiales para potenciar las capacidades orales, de lectura, escritura y comprensión.

También el estudiante se beneficia de un aprendizaje eficaz al hacer uso de las instalaciones informáticas y recursos multimedia, lo que permite pulir aptitudes en vocabulario y pronunciación.

Durante el curso, su progreso será supervisado con regularidad, en las reuniones con un profesor, quién identificará las áreas para mejorar, y luego de una evaluación autorizará el siguiente nivel.

Al final del curso se recibe un Certificado que detalla el nivel de conocimientos del idioma escogido.

Beneficios

- Descuentos exclusivos para nuestros participantes.

- Inmersión total, clases 24/7; la mejor forma de aprender un idioma es practicarlo las 24 horas del día, 7 días a la semana.
- Enseñanza personalizada con la última tecnología y con un número limitado de estudiantes por aula.
- Estadía en residencias seleccionadas cuidadosamente.
- Exámenes de suficiencia y asesoramiento para ingreso a Universidades.
- Prestigiosos grupos educativos, líderes en lograr el éxito académico desde hace 70 años.
- Excitantes actividades de grupo.
- Amistades alrededor del mundo.
- Diplomas reconocidos.

Requisitos:

- De 17 años en adelante
- Compromiso de conservar un buen rendimiento y observar las reglas del programa.

Destinos:

- **Alemania:** Berlín, Frankfurt, Munich, Wiesbaden, Colonia.
- **Australia:** Sídney, Brisbane, Gold Coast, Melbourne, Perth.
- **Canadá (Inglés y Francés):** Ottawa, Montreal, Toronto, Vancouver.
- **China:** Shangai, Beijin.
- **Estados Unidos:** Nueva York, Washington DC, Filadelfia, Chicago, Seattle, Sacramento, San Francisco, San Diego, Los Angeles, Boston, Fort Lauderdale.
- **Francia:** St. Malo, París, Arcachon, Montpellier, La Ciotat, Vichy.
- **Italia:** Roma, Milán, Florencia, Siracusa, Lignano.

- **Malta:** Sliema.
- **Nueva Zelanda:** Auckland, Christchurch.
- **Reino Unido:** Brighton, Londres, Oxford, Cambridge, Hastings, Bournemouth, Torbay, Edimburgo.
- **Sudáfrica:** Ciudad del Cabo, Durban.
- **Portugal:** Lisboa.

- **3) CAMPAMENTOS DE VERANO**

ANEXO # 8

En el programa de campamentos de verano, se estudia en reconocidas escuelas de idiomas y se realiza actividades de distracción durante la semana.

Permite experimentar diferentes e interesantes culturas durante algunas semanas en una atmósfera cosmopolita. Se puede combinar clases del idioma del país que se visita con experiencias increíbles como pasar una semana de campamento en el Club Chelsea de Inglaterra, uno de los más famosos del mundo, con jugadores estrella como John Terry y Frank Lampard.

Beneficios

- Alojamientos cuidadosamente seleccionados.
- Monitoreo constante por parte de nuestros tutores.
- Aprendizaje y prácticas del idioma.
- Hacer buen uso de las vacaciones.
- Gozar de actividades turísticas y recreativas.
- Conocer amigos de todas partes.

Requisitos:

- Estudiantes entre 13 a 17 años
- Nivel del inglés intermedio
- Interés por participar y cumplir las reglas del programa.

Destinos:

Inglaterra, Francia, Estados Unidos, Canadá.

• 4) UBICACIÓN UNIVERSITARIA EN EL EXTERIOR**ANEXO # 9**

Luego de un análisis de aptitudes, cualidades, personalidad, motivaciones y presupuesto se revelarán alternativas en EE.UU, Canadá, Australia, Inglaterra o Nueva Zelanda. Cada Universidad o Instituto Superior tiene requisitos de idioma, costos de educación, vivienda, servicios adicionales y fechas específicas para aplicar; por esto es importante que se llene la solicitud de nuestros servicios con suficiente anticipación y para contar con el asesoramiento de ORDEX durante este proceso.

Carreras

La Corporación ubica estudiantes principalmente en carreras a nivel de licenciaturas y masterados en una amplia gama de especializaciones. Además ofrece cursos preparatorios en las siguientes modalidades:

- Carreras cortas de 6 meses a 3 años.
- Preparatoria para MBA (Master in Business Administration).
- Foundation Program, preparación para ingreso a universidades.

- Preparación para TOEFL, GMAT, GRE, IELTS, Cambridge.
- Cursos vocacionales.

Beneficios

- Ahorro de tiempo y dinero. ORDEX se encarga de coordinar y establecer contactos con los centros educativos de interés.
- Asesoramiento individualizado, para determinar objetivos académicos.
- Las aplicaciones se pueden presentar durante todo el año.
- Admisión garantizada a las Instituciones asociadas, sujeta al cumplimiento de los requisitos.

Requisitos

- Suficiencia en el idioma del país de destino.
- 18 años o más.
- Presupuesto estimado para un año académico.

Destinos:

- Estados Unidos, Argentina, Inglaterra, Australia.

II.A.7.b Programas De Trabajo.

• 5) CAMP COUNSELORS

ANEXO # 10

Este programa permite al estudiante ser un guía o tutor de un campamento vacacional en los Estados Unidos. Si le gusta viajar y hacer amigos de muchos países, mientras practica su inglés y trabaja con niños y adolescentes de diferentes edades, el programa Camp Counselor (Asesor de campamento) lo ayudará a lograrlo.

Puede ser un embajador de tu país, y generar un cambio positivo en el mundo, y en la vida de niños y jóvenes participantes.

Beneficios

- Alojamiento, alimentación y lavandería sin costo.
- Convivencia con personas de diferentes culturas y lugares.
- Aprender a ser independiente, haciendo amigos para toda la vida.
- Perfeccionar el idioma inglés y mejorar habilidades de liderazgo.
- Ambiente seguro y positivo.
- Practicar destrezas propias.
- Oportunidad para compartir experiencias con los campistas.

Requisitos

- 18 - 30 años.
- Nivel Intermedio de Inglés.

- Madurez, trabajo en equipo y ganas de compartir con grupos de jóvenes.
- Capacidad de adaptación, flexibilidad y cortesía.

Destinos

- Estados Unidos

• 6) WORK AND TRAVEL

ANEXO # 11

Está dirigido a jóvenes universitarios dinámicos entre 18 y 28 años que deseen conocer el ambiente laboral de Estados Unidos mientras practican inglés en un trabajo temporal remunerado.

ORDEX provee el soporte necesario para la obtención de una visa J-1, la misma que permite viajar por un periodo de hasta 30 días al finalizar el programa.

Beneficios

- Diversidad de empleadores.
- Experiencia laboral internacional.
- No se interrumpe los estudios universitarios.
- Práctica constante del idioma inglés.
- Amigos de todo el mundo.
- Inmersión Cultural, evidenciando la cultura y costumbres de otro país.
- Administración de un presupuesto propio.
- Adquisición de nuevas habilidades, ganando madurez, independencia, y capacidad de

decisión.

Requisitos

- Estudiantes Universitarios 18 - 28 años.
- Modalidad presencial a tiempo completo.
- Nivel intermedio de Inglés.
- Madurez, adaptabilidad, flexibilidad e independencia.

Destino:

- Estados Unidos

• 7) AU PAIR

ANEXO # 12

Este programa está diseñado para jóvenes que quieran llegar con una familia anfitriona y responsabilizarse del cuidado de los niños dentro de esa familia.

Como un miembro de la familia, ellos comparten sus vivencias y actividades en un ambiente sano, seguro y además, cuentan con la oportunidad de asistir a una escuela para reforzar el nivel de idioma. En sus vacaciones pueden viajar a diferentes lugares dentro y fuera del país.

Los Au-Pair cuidan a niños de entre 0 a 15 años, de acuerdo a su elección, y colaboran hasta 45 horas por semana. Las actividades a realizar son:

- Llevar y traer a los niños de la escuela.
- Ayudarles en sus tareas.
- Mantener ordenadas sus cosas.

- Colaborar con la preparación de alimentos

Los Au- Pair son responsables del cuidado de los niños, no de las tareas generales de la casa. Nuestro programa en Estados Unidos ofrece un seminario internacional de capacitación durante una semana.

Beneficios

- Actividad remunerada.
- Conocer amigos de todo el mundo.
- Total inmersión cultural al compartir con una familia anfitriona seleccionada.
- Perfeccionamiento del idioma del país anfitrión en un centro educativo.
- Seguro médico completo.
- 2 semanas de vacaciones pagadas.
- Auto propio.
- Alojamiento y alimentación.
- Boleto aéreo sin costo.
- 5 días de Orientación Internacional (Nueva York o San Francisco).
- Posibilidad de extender la visa por un año adicional.
- Salidas durante todo el año.

Requisitos

- Edad 18 - 26 años.
- Nivel intermedio del idioma del país anfitrión.
- Licencia de manejo.

- 200 horas de experiencia en el cuidado de niños.
- Título de Bachiller.
- No fumador.
- Madurez, responsabilidad y flexibilidad.

Destinos

- EE.UU, Canadá, Alemania, Francia, Suiza, Holanda.

• 8) WORK AND STUDY

ANEXO # 13

Este programa permite perfeccionar el idioma inglés dentro de un ambiente laboral internacional. El realizar labores rutinarias en un lugar donde se habla otro idioma, hace que el aprendizaje del mismo sea rápido y efectivo. Este programa está acreditado por el Consejo Nacional de Post-Educación del Reino Unido y Canadá.

Fases del Programa

1. Curso de inglés: Orientado al ambiente laboral con temas sobre:

- Habilidades para buscar y aplicar a un empleo.
- Recomendaciones para una entrevista de trabajo.
- Trabajo en equipo
- Atención al cliente
- Cultura británica

2. Experiencia laboral. Existen dos opciones:

- Trabajo en posiciones no administrativas asignadas por los empleadores dentro de hoteles, resorts, casinos, parques de diversiones ubicados en cualquier lugar del Reino Unido, incluyendo Escocia, Gales e Irlanda del Norte. No se requiere entrenamiento previo.
- Pasantías no remuneradas en posiciones afines a la carrera del aplicante (sujeto a disponibilidad).

Beneficios

- Diversidad de empleadores.
- Experiencia laboral internacional.
- Práctica del idioma inglés.
- Amigos de todo el mundo.
- Inmersión Cultural.
- Administración de un presupuesto propio.
- Adquisición de nuevas habilidades.
- Soporte permanente. Asistencia antes, durante y después del viaje.
- Servicio de Calidad; ORDEX es una organización seria, que cuenta con más de 10 años de experiencia en Programas de Intercambio Cultural.

Requisitos

- Edad mínima 18 años.

- Nivel de Inglés intermedio – avanzado.
- Madurez, flexibilidad e independencia.

Destinos

- Inglaterra, Canadá.

• 9) PASANTIAS EN EL EXTERIOR

ANEXO # 14

Una pasantía profesional es una excelente inversión en el futuro porque da una dimensión internacional al currículo del estudiante, donde podrá conocer los métodos de trabajo en otros países y los podrá aplicar a su regreso.

Detalles del programa;

Una pasantía es una herramienta para ganar experiencia en el campo laboral y cultural. Después de terminar la universidad es importante agregarle práctica a la teoría recibida.

Opciones

En Inglaterra el programa permite al participante combinar un curso de lengua inglesa con un trabajo remunerado a medio tiempo. En Estados Unidos la pasantía es a tiempo completo, mientras que en Australia también se puede combinar un curso de idiomas con trabajo remunerado en diversas industrias.

El 90% de las ubicaciones son en áreas de hotelería y turismo, lo que hace de este programa una opción óptima para estudiantes con carreras afines. También existen oportunidades para estudiantes de otras especialidades.

Requisitos

- Egresados, profesionales o recién graduados con experiencia laboral.
- 21 - 30 años. Participantes con ubicación propia hasta 35 años.
- Fluidez en idioma Inglés. Terminología de su área (preferencia TOEFL).
- Madurez, independencia, honestidad y flexibilidad.

Beneficios

- Revitaliza su espíritu emprendedor.
- Amplia su visión del mundo.
- Obtiene un certificado internacional.
- Conoce nuevos amigos y futuros contactos.
- Dominio del Idioma Inglés en su área. Tiene la oportunidad de practicar el idioma y de aprender vocabulario técnico relacionado con su especialidad.
- El programa garantiza un salario por hora.

Destinos

- Estados Unidos: Boston, New York, Houston, Los Ángeles, San Diego.

II.B OBJETIVOS DE COMERCIALIZACIÓN

ORDEX Intercambio Cultural cree en el concepto de responsabilidad social como mecanismo de reinversión para hacer de nuestras sociedades, más justas y con igualdad de oportunidades en acceso de educación y tecnologías.

II.B. RENTABILIDAD

- Incrementar los índices de rentabilidad, investigando los nichos de mercado existentes con estrategias comerciales de precio y distribución.
- Socializar nuestra capacidad de negociación con los proveedores en el exterior mediante un incremento masivo de estudiantes hacia un programa de intercambio cultural.

II.B.2 MERCADO

- Manejar una cadena de comunicación en imagen publicitaria en las ciudades importantes de Ecuador (Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato, Machala, Loja).
- Comercializar todos los programas que brinda ORDEX intercambio cultural.
- Ser referencia nacional, de calidad, selección y seguridad de programas de intercambio cultural del Ecuador.

II.B.3 CALIDAD

- Satisfacer las necesidades del mercado, ofertando servicios complementarios y programas innovadores.
- Establecer parámetros de calidad y seguridad personal en los programas de ORDEX.
- Constante capacitación en trámites para los procesos de los programas y visas de todos los destinos.
- Implementación del sistema de control de satisfacción de los participantes que regresan de su intercambio cultural en el exterior.

II.C ANALISIS FODA ORDEX

Mediante el análisis FODA, se podrá obtener diferentes estrategias con un análisis cruzado, enfocándose en los siguientes puntos:

- Establecer comunicación permanente con los estudiantes.
- Motivar a los interesados para que seleccionen servicios adicionales que se brindan la corporación y el servicio post venta.
- Fomentar a participar en otras alternativas de viaje al exterior a los estudiantes que carezcan de un requisito indispensable de algún programa.

Imagen #42: Análisis De Las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades Y Amenazas De ORDEX

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de programas de intercambio. • Asesoría en convalidación de notas para los estudiantes que necesiten pase de año. • Comunicación permanente con el participante. • Asesoramiento exclusivo para el trámite de visas, preparación para el viaje y devolución de impuestos. • Alto poder de negociación con los proveedores. • Contamos con oficinas en Quito y Guayaquil y con representantes en varias ciudades. 	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de proveedores (alternativas de organizaciones en el exterior) • Participación de los clientes en varios programas. • Descuentos con agencias de viajes. • Asesoría y respaldo de oficiales consulares. • Fechas de viaje idóneas para los interesados. • Podemos participar en cualquier feria nacional con nuestras alternativas en el exterior.
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poco conocimiento de nuevos programas por parte de los interesados. • Desconocimiento de los medios de comunicación idóneos para llegar a los prospectos. • No contamos con organizaciones propias en el exterior. • No presentamos programas de voluntariado. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nivel del idioma inadecuado del estudiante para participar en su programa de intercambio. • Existencia de programas de voluntariado en el exterior. • Cambio de fechas de entrada y salida de clases. • Incrementos en el honorario de salida de divisas. • Poca predisposición de los padres para enviar a sus hijos de intercambio. • Fechas límites para la entrega de aplicaciones y para inscripción en los programas de intercambio en el exterior.

Fuente: investigación de mercado Corporación ORDEX

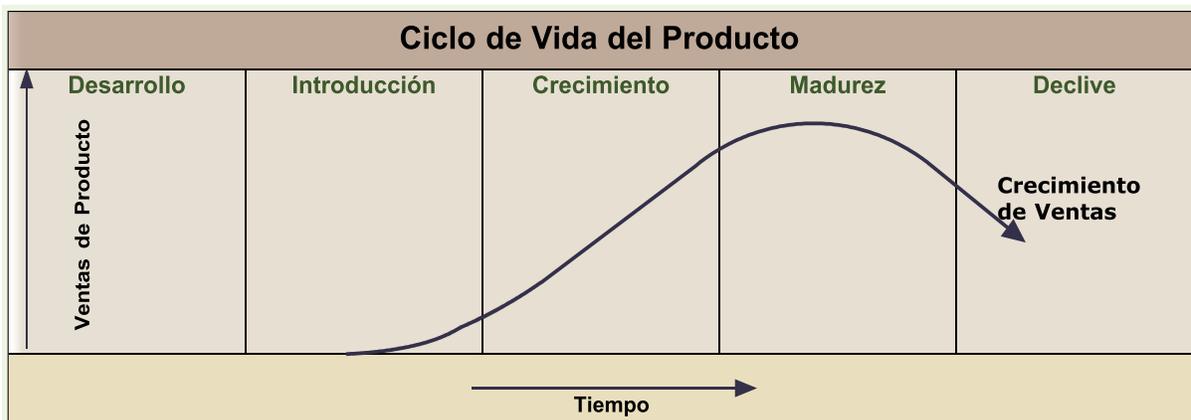
II.D ANÁLISIS DEL SERVICIO

Mediante el análisis del servicio observaremos información externa que sirve para la corporación en el proceso de viaje de cada interesado y para diseñar una estrategia publicitaria exitosa. A continuación detallaremos un análisis de esquemas de marketing involucrados en nuestro servicio.

II.D.1 CICLO DE VIDA DEL SERVICIO

El análisis del ciclo de vida presente de la corporación ORDEX demuestra el nivel actual de los programas mencionados dentro del mercado de las oportunidades de intercambios cultural en el Ecuador; demostrando que se ubica en una etapa de crecimiento dentro de la demanda primaria. En la mayoría de programas evidenciamos su auge en el mercado de la ciudad, esto hace que se presente beneficioso al mercado de Cuenca.

Imagen #42 Ciclo De Vida De Los Programas De ORDEX.



Fuente: www.e-economic.es/programa/glosario/definicion-cvp

II.D.2 MATRIZ BOSTON CONSULTING GROUP

La participación de mercado de los programas promocionados por la corporación es alta, se constató que hay un número elevado de interesados en nuestros programas.

La expectativa de crecimiento se verá influenciada por los análisis y presupuestos de años anteriores, aquí se constata que cada año se incrementará el número de inscritos para las temporadas de cada programa en el exterior.

Imagen #43: Matriz Boston Consulting Group Con Los Programas De ORDEX.



Fuente: investigación de mercado ORDEX

Dentro de la matriz se enfoca todos los programas que tiene la corporación en Quito y Guayaquil, aquí se observa que los programas de Work and travel y Camp Counselor están ubicados en el primer cuadrante, lo que les da una prioridad frente a los otros debido a su alta participación dentro del mercado así como su tendencia a un alto crecimiento.

Los otros programas tienen menos participantes, como se contempla en la misma imagen, hay una diversificación de los programas en los demás cuadrantes tanto por la participación del mercado como por su crecimiento, mostrando una pauta para tomar estrategias de comunicación en la difusión de los programas y las alternativas para diferentes grupos de interés.

Estos datos fueron obtenidos basados en un análisis de presupuestos de años anteriores en dichas ciudades, en conjunto con una proyección anual detallada, lo que ayudará a su implementación en la ciudad de Cuenca.

II.D.3 MATRIZ DE ANSOFF

La compañía concentra sus esfuerzos en el desarrollo de nuevos programas en nuevos mercados. Esta es una de las opciones resultantes de la matriz de Ansoff, pero a diferencia de las anteriores, la estrategia de crecimiento no es intensiva, la participación aumenta, pero esto también involucra que diferentes clientes intervengan en programas clásicos de intercambio cultural como lo son los de año académico y cursos de idiomas en varios destinos.

Imagen #44: Matriz De Ansoff Producto/ Mercado



Fuente: investigación de mercado ORDEX

El objetivo de nuestro desarrollo es la comunicación mediante campañas publicitarias para lograr que el mercado tenga una información que le permita tomar una decisión oportuna en sus programas de intercambio.

Representan varias influencias en la diversificación, se analizan aspectos y sobre todo los esfuerzos que están concentrados en todos los programas.

II.D.4 MARKETING Y VENTAS

Mediante la comunicación en el proceso de servicio, se analizan diferentes parámetros como son: marketing directo, medios masivos, gestión de ventas, atención al cliente, proceso de ventas, y servicio post venta.

II.D.4.a Marketing directo

Se realizarán políticas y estrategias en donde los participantes toman un gran papel, son ellos los que calificarán nuestro servicio y recomendarán a más personas interesadas, es aquí donde se generará una red de participantes potenciales, ellos identificarán nuestra marca con un nombre de prestigio, porque ya tuvieron una referencia pertinente.

En el marketing directo interviene la calificación y segmentación de los grupos para que cumplan con sus propósitos de información dentro del medio donde se encuentran, esto provoca una reacción muy realista de las alternativas de los intercambios, se utilizará para esto la estrategia de captación de nuevos interesados a través de referidos de clientes satisfechos.

Las labores de marketing directo en la corporación son:

- Anuncios online.
- Entrega de solicitudes a los colegios interesados.
- Planificación de visitas a cada colegio.
- Visita a los colegios, presentación de videos, charlas informativas.
- Colocación de un banner y entrega de volantes.
- Participación de las denominadas “semanas del estudiante” en diferentes colegios y universidades.

II.D.4.b Medios Masivos

Nos referimos directamente a la difusión en diferentes medios: periódico y radio.

Imagen #45: Publicidad Del Programa Camp Counselor En El Periódico 2011

Ordex
INTERCAMBIO CULTURAL

Trabaja, gana y diviértete en EE UU "CAMP COUNSELORS"
enseña tus habilidades que te gusta en un campamento de verano

requisitos:

- 18 - 30 años.
- Nivel Intermedio de Inglés.

habilidades:

- acuáticas
- deportes
- aventura
- manualidades
- artes

valor \$530 alojamiento y alimentación gratis duración 10 semanas.

ayuda a un grupo de jóvenes y diviértete en tu verano una experiencia inolvidable.

Fuente: departamento de diseño ORDEX.

II.D.4.c Gestión de Ventas

- Seguimiento mediante mails y llamadas telefónicas.
- Bonos de participación y sorteos.

II.D.4.d Atención al Cliente

- Información de las promociones y descuentos en diversas temporadas.
- Asesoramiento en la selección del programa.
- Información de procesos de visas.
- Soporte y ayuda para trámites, visas, y cambios de cada programa.

II.D.4.e Procesos de ventas

Los procesos de venta dentro de ORDEX, involucran una cadena muy interactiva entre los participantes y la corporación, en esta etapa se difundirá las expectativas y los intereses de los programas; es por eso que la corporación proporciona todo el énfasis al personal que recluta y proporciona información a los diferentes centros, ofrece charlas informativas, conferencias, etc. y una continua preparación con los agentes para explicarle todos los beneficios de los programas, destinos, fechas de viaje, proceso de visas e inscripción de los programas que ofrece.

Después de este proceso se recibirán las inscripciones online o en las oficinas, se procesará la información en la base de datos que pasa a los archivos en la matriz en Quito y se realizará una cotización con todos los incrementos adicionales al programa como son: el código del SEVIS (Sistema de Información de Estudiantes y Visitantes de Intercambio), seguro médico, de accidentes y los envíos de Courier. El total será revisado y tomarán la decisión los representantes o el propio participante.

II.D.4.f Servicio postventa

El servicio se complementará con una etapa donde el cliente se afianzará en la marca. Se ejecutan procesos postventa, donde se revisa el comportamiento de los participantes, después se analizará su rendimiento en el programa mediante una encuesta y se encontrarán las ventajas para ellos.

Dentro de las actividades post venta están:

- Entregar bonos para utilizar en otros programas.
- Llamadas en los cumpleaños.

- Entrega de información de nuevos programas para ex participantes.
- Exámenes para experiencias donde ponen a prueba lo aprendido y son testimonio para futuros aspirantes.
- Visitas a los padres de familia.

II.D.5 INFRAESTRUCTURA

II.D.5.a Oficinas

Las instalaciones son muy adecuadas para la comodidad de los clientes; dependiendo del servicio se toman en cuenta ciertos aspectos fundamentales para la ubicación de las oficinas como: sitios de acceso, distancias de los clientes, transportes, tráfico, parqueadero, sitios de la competencia, etc.

II.D.5.b Propósito del entorno del servicio

Se representa mediante la imagen de la compañía, tomando en cuenta el posicionamiento del mercado y se observará la factibilidad de las oficinas en Cuenca, de igual manera se deberá demostrar cumplir el objetivo de los estudiantes y ser comparado con las metas a corto o mediano plazo de la corporación.

El servicio es un factor muy determinante para la empresa, la experiencia hace que futuros participantes escojan los programas y se genere un lazo de familiaridad entre el estudiante y la corporación.

El entorno dentro de las oficinas estará diseñado para que la gente se encuentre familiarizada con un viaje al exterior, donde encontraremos: fotos, folletos, trípticos con varias imágenes de los programas en el exterior.

II.D.5.c Sistemas redes

Se presenta toda la infraestructura del sistema con el cual tienen conexión los coordinadores internacionales y la matriz en Quito.

Este proceso es muy eficiente ya que debemos tener una muy buena comunicación con nuestros proveedores internacionales para no tener inconvenientes en el proceso de inscripción de cada estudiante, su respectiva entrevista y aceptación en el programa.

Se utilizan aplicaciones muy serviciales como: Onlead, Outlook, Skype, Messenger, entre otros, lo que permite un sistema de comunicación apropiado para las oficinas.

También se realizarán las aportaciones en cuentas bancarias de la Corporación, se recibirán todas las tarjetas de crédito, lo que brindará una cobertura a nivel nacional y brindará un servicio agregado para comodidad de los clientes.

II.D.6 GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

II.D.6.a Personal

El personal será sumamente calificado, tendrá un entrenamiento mensual, charlas informativas y seminarios en Quito. Esta calificación representa la imagen, ya que el personal es el que transmite la información a todos los interesados.

Dentro de los requerimientos para seleccionar al personal se destacará el conocimiento mínimo de 3 lenguas con un dominio del idioma inglés. Esto ayudará a trabajar de una manera efectiva con los contactos internacionales.

II.D.6.b Desarrollo tecnológico

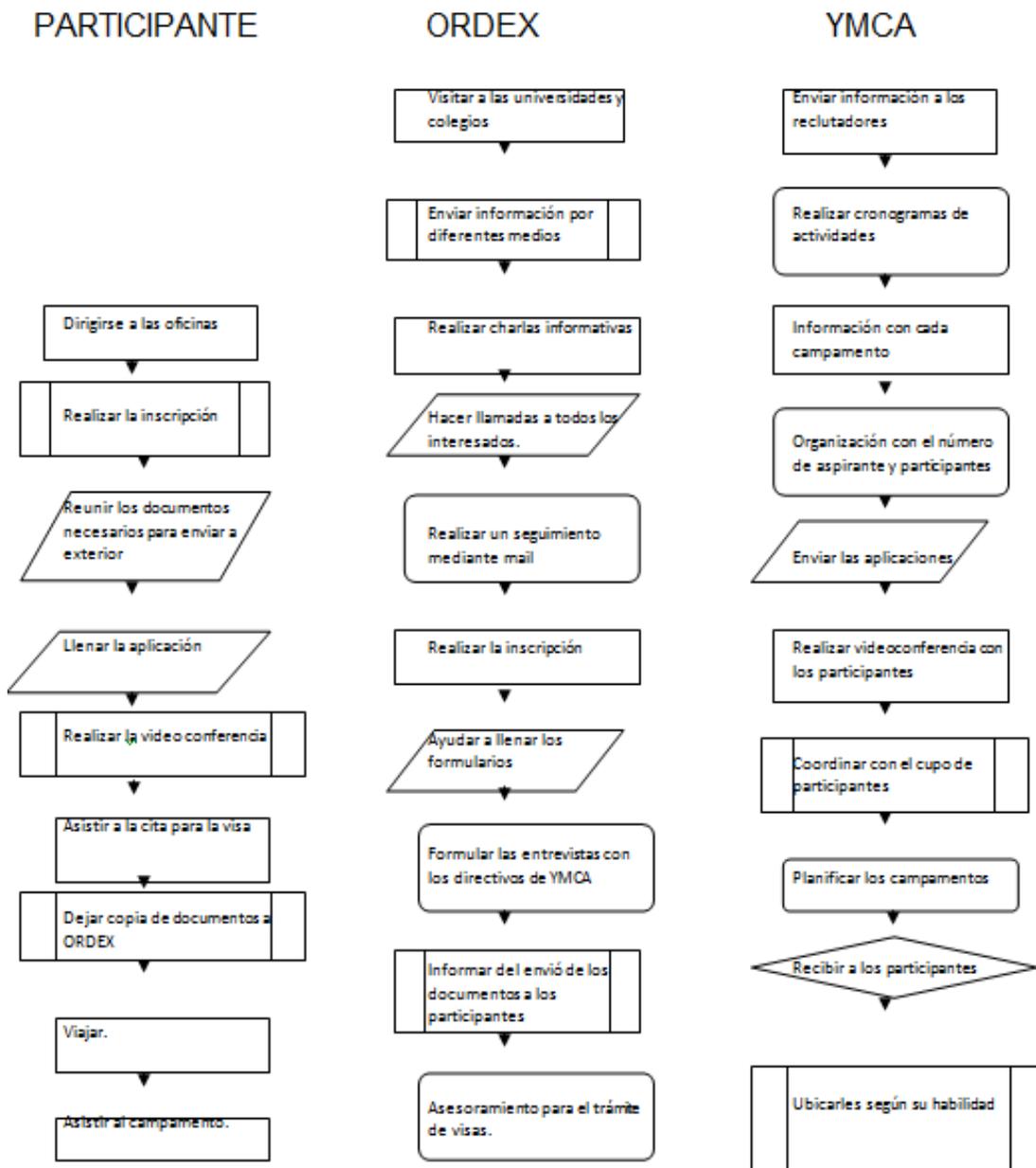
La corporación hace uso de varias herramientas tecnológicas que optimiza su trabajo y permite ofrecer un mejor y más eficiente servicio a los clientes.

Las aplicaciones se llenarán online y se realizarán videoconferencias con los directivos de los programas para la selección de los participantes idóneos. Son las etapas en las cuales los participantes demostrarán su compromiso con el trabajo adquirido, su nivel del idioma y sobre todo la disponibilidad y el compromiso para su programa.

Un desarrollo tecnológico muy importante es que ahora los participantes pueden hacer hasta un 80% de su proceso mediante internet, esto facilita mucho la comunicación y la distribución adecuada del servicio.

II.E CADENA DE VALOR DEL PROCESO EN LA CORPORACIÓN ORDEX

Imagen #46: Secuencia Del Proceso De Aplicación A Los Programas De ORDEX



Fuente: investigación de mercado Corporación ORDEX

Debemos mencionar que los procesos de la competencia se dejan a criterio de los participantes para que realicen la entrevista con la organización en el exterior y elaboren los formularios. Al contrario de esto, la corporación ORDEX brinda todo este servicio. Aquí

los participantes tienen una ayuda fundamental que es un gran determinante para la ventaja competitiva.

II.F ANÁLISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER

II.F.1 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES O CLIENTES

El poder de negociación con los clientes en la corporación se va a localizar mediante referencias de otros estudiantes que participaron en programas anteriores. El volumen de los compradores va a ser dentro del porcentaje de participación generado, lo que vamos a tratar es de tener la mejor selección de los candidatos a los programas.

El costo de los clientes no deseados (clientes que por su nivel bajo del idioma del país anfitrión o con probabilidades altas de negación de visas tienen insistencia por participar en el programa inadecuado) va nivelado bajo el peso de tener una mala imagen frente a los clientes.

Ofrecemos programas sustitutivos para estudiantes que no apliquen el proyecto por varios motivos.

II.F.2 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES O VENDEDORES

La amenaza que se nos presenta está ostentada por nuestros proveedores u organizaciones internacionales, nosotros vamos a evidenciar el rendimiento de los estudiantes que viajaron

a varios destinos en diferentes escuelas u organización, esto nos servirá mucho para proyectar y promocionar los destinos, y poder tener muy buenos resultados.

Tenemos exclusividad con varias organizaciones en el exterior.

La diferenciación de la programas frente a la competencia se enfoca en dos partes, la primera es la asesoría que ORDEX ofrece a los participantes, la segunda es el canal de comunicación que tenemos con las organizaciones en el exterior.

Nos proyectamos para que los clientes escojan a ORDEX porque presentamos el mismo costo de programa, inclusive si el estudiante decidiera aplicar directamente con la organización. Nuestros proveedores respetan nuestro trabajo por el rendimiento económico que obtienen laborando con nosotros.

II.F.3 AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES

La presencia de nuevas organizaciones en la ciudad de Cuenca no representa un problema crucial para ORDEX, ya que los años de experiencia y la integración con el COICEC (Confederación de Organizaciones de Intercambio Cultural del Ecuador) ha hecho que los estudiantes nos seleccionen por la calidad y seguridad.

Los costos de cada programa para una nueva organización serían elevados para solventar los gastos de introducción en el mercado.

II.F.4 AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTIVOS

Los programas sustitutivos representarían nuevas alternativas para los estudiantes, puesto que los clientes analizarán precios, seguridad, calidad, transparencia y resultados.

En el área de los intercambios culturales, se observa varias alternativas, pero la rentabilidad será el punto a tomar en cuenta para la promoción de cada programa en el exterior.

Nosotros tenemos baja propensión que los clientes que viajaron con nosotros, quieran tomar otras alternativas a futuro en diferentes organizaciones de intercambio cultural, ya que la evaluación que realizaron al momento de regresar de su programa refleja el grado de satisfacción en la calidad de servicio que brinda ORDEX, y no van a arriesgar con otras organizaciones de intercambio.

II.F.5 RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES

El resultado del análisis de las fuerzas de Porter indica que nuestros competidores tratarán de seguir las estrategias de ORDEX, así como se rescatará lo provechoso de sus servicios.

La corporación observa en el estudio de mercado realizado previamente, que la rentabilidad generada en función a la participación de mercado, genera interés en los directivos para seguir trabajando con nuestros proveedores y clientes de la corporación.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO.

III. ANÁLISIS FINANCIERO

Este capítulo detalla de manera cuantitativa la proyección financiera que alcanzará el proyecto de la corporación ORDEX. Se realizará a continuación, todos los cuadros de cálculos necesarios para llegar a un flujo de caja proyectado, donde se puede demostrar la rentabilidad que generará el servicio, con relación al mercado en el cual nos dirigimos en la etapa inicial. También demostraremos una proyección enfocada en el análisis de mercado realizado con anterioridad y con la información de la corporación en las ciudades de Quito y Guayaquil.

Por los ingresos que recibe la corporación ORDEX no solamente se encuentra la comisión que acoge por cada programa, también consta el valor de la inscripción, registro y procesos continuos. Los colaboradores están conscientes que cada acción que ejecutan o dejan de realizar representa un costo adicional para la empresa.

Nuestro análisis financiero se lleva a cabo tomando en cuenta el tipo de servicio de programas de estudio y trabajo en el exterior y considerando su entorno, su mercado y sobre todo elementos cualitativos.

III.A PRINCIPALES ANÁLISIS DEL PROYECTO

A continuación detallaremos todos los análisis financieros a tratar para llegar a nuestras conclusiones del proyecto, también tenemos que mencionar que hemos realizado una proyección de 5 años por la clase de servicio que ofrecemos, en donde vemos el horizonte financiero para identificar nuestro flujo de efectivo.

- Presupuesto De Ventas.
- Presupuesto De Gastos Administrativos.
- Presupuesto De Gastos Operativos.
- Toma De Decisiones Financieras.
- Balance General.
- Presupuesto De Compras.
- Presupuesto De Utilidad.
- Estado De Pérdidas Y Ganancias.
- Flujo De Caja Proyectado.
- Punto De Equilibrio.

III.A.1 PRESUPUESTO DE VENTAS

Hemos desarrollado el presupuesto de ventas generado para la proyección hasta el año 2014, tomando en cuenta el costo promedio de los programas de intercambio cultural y nuestra proyección de estudiantes según la participación de mercado actual.

En el cuadro # 10 analizaremos la proyección de los costos de los programas, contemplando la inflación de los países más relevantes donde se realiza las opciones de intercambio cultural. (Anexo#15).

Cuadro # 10: Proyección Del Costo De Los Programas De ORDEX Intercambio Cultural.

PROYECCIÓN DEL COSTO DE LOS PROGRAMAS DE INTERCAMBIO ORDEX					
	EN DÒLARES NORTEAMERICANOS				
ORDEX:	2010	2011	2012	2013	2014
AÑO ACADÉMICO	\$6.150,14	\$6.341,00	\$6.531,86	\$6.728,47	\$6.931,00
CURSOS DE IDIOMAS (6)	\$7.167,56	\$7.390,00	\$7.612,44	\$7.841,57	\$8.077,60
CURSOS DE IDIOMAS (10)	\$13.553,38	\$13.974,00	\$14.394,62	\$14.827,90	\$15.274,22
WORK AND TRAVEL	\$1.407,32	\$1.451,00	\$1.494,68	\$1.539,66	\$1.586,01
WORK AND STUDY	\$9.637,90	\$9.937,00	\$10.236,10	\$10.544,21	\$10.861,59
CAMP COUNSELORS	\$674,08	\$695,00	\$715,92	\$737,47	\$759,67
AU PAIR	\$1.158,06	\$1.194,00	\$1.229,94	\$1.266,96	\$1.305,10
CAMPAMENTOS DE VERANO	\$2.822,41	\$2.910,00	\$2.997,59	\$3.087,82	\$3.180,76
UBICACIÓN UNIVERSITARIA EN EL EXT.	\$7.436,22	\$7.667,00	\$7.897,78	\$8.135,50	\$8.380,38
MAESTRÍAS Y POSTGRADOS	\$12.673,68	\$ 13.067	\$13.460,32	\$13.865,47	\$14.282,82

TOTALES	\$50.007,07	\$51.559,00	\$53.110,93	\$54.709,56	\$56.356,32
----------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Fuente: datos del investigador. Enero 2011

La inflación promedio de los principales países donde se realizan los programas de intercambio es del 3,01%, es por eso, que cada año incrementamos el porcentaje del valor de cada programa, en referencia de nuestros socios internacionales que aumentan aproximadamente ese valor de la inflación según el destino.

Para determinar las ventas anuales, tenemos que considerar el número de participantes que aplicarán cada año; para realizar el cuadro #11, hemos tomado la información del cuadro # 6, y para hacer la proyección hemos incrementado un 10% en el número de los estudiantes de cada promoción con resultado del estudio de mercado realizado previamente.

Cuadro # 11: Proyección Del Número De Participantes De ORDEX Intercambio Cultural.

PROYECCIÓN DEL NÚMERO DE ESTUDIANTES DE ORDEX CUENCA					
	EN NÚMERO DE ESTUDIANTES				
ORDEX:	2010	2011	2012	2013	2014
AÑO ACADÉMICO	11	12	13	15	16
CURSOS DE IDIOMAS (6)	6	7	8	8	9
CURSOS DE IDIOMAS (10)	6	7	8	8	9
WORK AND TRAVEL	17	19	21	23	25

WORK AND STUDY	6	7	8	8	9
CAMP COUNSELORS	3	3	3	4	4
AU PAIR	3	3	3	4	4
CAMPAMENTOS DE VERANO	2	2	2	2	3
UBICACIÓN UNIVERSITARIA EN EL EXT.	1	1	1	1	1
MAESTRÌAS Y POSTGRADOS	1	1	1	1	1

TOTAL ESTUDIANTES:	55	62	68	75	83
---------------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Fuente: datos del investigador. Enero 2011

El presupuesto de ventas de la corporación ORDEX determinada en el cuadro # 12 es resultado de la multiplicación del costo de cada programa de intercambio por el número de estudiantes que viajan anualmente en cada opción y destino seleccionado. Detallamos ésta proyección en la siguiente información.

Cuadro #12: Presupuesto De Ventas Corporación ORDEX.

CUANTIFICACIÓN DE LAS VENTAS TOTALES DE LOS PROGRAMAS.					
ORDEX:	EN DÓLARES NORTEAMERICANOS				
	2010	2011	2012	2013	2014
AÑO ACADÉMICO	\$67.651,49	\$76.092,00	\$84.914,23	\$100.927,10	\$110.896,00
CURSOS DE IDIOMAS (6)	\$43.005,37	\$51.730,00	\$60.899,51	\$62.732,59	\$72.698,44
CURSOS DE IDIOMAS (10)	\$81.320,30	\$97.818,00	\$115.156,94	\$118.623,16	\$137.467,94
WORK AND TRAVEL	\$23.924,52	\$27.569,00	\$31.388,18	\$35.412,29	\$39.650,22
WORK AND STUDY	\$57.827,38	\$69.559,00	\$81.888,83	\$84.353,68	\$97.754,32
CAMP COUNSELORS	\$2.022,24	\$2.085,00	\$2.147,76	\$2.949,87	\$3.038,67
AU PAIR	\$3.474,18	\$3.582,00	\$3.689,82	\$5.067,84	\$5.220,38
CAMPAMENTOS DE V.	\$5.644,82	\$5.820,00	\$5.995,18	\$6.175,64	\$9.542,29

UBICACIÓN UNIVERSITARIA EN EL EXT.	\$7.436,22	\$7.667,00	\$7.897,78	\$8.135,50	\$8.380,38
MAESTRÍAS Y POSTGRADOS	\$12.673,68	\$13.067,00	\$13.460,32	\$13.865,47	\$14.282,82
TOTALES	\$304.980,21	\$354.989,00	\$407.438,54	\$438.243,15	\$498.931,46

Fuente: datos del investigador. Enero 2011

En la proyección de las ventas, se considera el margen o la ponderación de la comisión generada por cada programa, es bueno mencionar el número de participantes que se tiene anualmente, también se toma en cuenta el margen de ganancia de cada programa. Es por eso, que se considera esta ponderación para tener un estimado real del valor neto en cada programa que brinda la corporación.

Las ventas se obtuvieron mediante el costo estimado de cada programa, multiplicado por el número de aspirantes interesados en participar.

III.A.2 PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

Este presupuesto, contempla los rubros que ORDEX deberá cubrir, para poder realizar sus procesos. Los rubros están calculados, con un incremento proporcionado igual a la inflación anual del país.

Cuadro #13: Gastos Administrativos.

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
GASTOS ADMINISTRACION	2010	2011	2012	2013	2014
Arriendo oficina	\$2.900,10	\$3.000,00	\$3.099,90	\$3.203,13	\$3.309,79
Energía eléctrica	\$348,01	\$360,00	\$371,99	\$384,38	\$397,17
Agua potable	\$69,60	\$72,00	\$74,40	\$76,88	\$79,43
Internet	\$348,01	\$360,00	\$371,99	\$384,38	\$397,17
Teléfono y celular	\$324,81	\$336,00	\$347,19	\$358,75	\$370,70
Útiles de oficina	\$174,01	\$180,00	\$185,99	\$192,19	\$198,59
Mantenimiento local	\$116,00	\$120,00	\$124,00	\$128,13	\$132,39
Courier y envíos	\$348,01	\$360,00	\$371,99	\$384,38	\$397,17
Capacitaciones	\$348,01	\$360,00	\$371,99	\$384,38	\$397,17
Artículos de limpieza	\$92,80	\$96,00	\$99,20	\$102,50	\$105,91
Mantenimiento equipos	\$58,00	\$60,00	\$62,00	\$64,06	\$66,20
TOTAL GASTOS SERVICIO	\$5.127,38	\$5.304,00	\$5.480,62	\$5.663,13	\$5.851,71

Fuente: datos del investigador. Enero 2011

En los costos administrativos mencionamos los pagos anuales de arriendo de las oficinas y las necesidades básicas, internet y mantenimiento de los equipos.

III.A.3 PRESUPUESTO DE GASTOS OPERATIVOS.

A continuación, detallaremos los costos establecidos por los salarios y las remuneraciones de los colaboradores de la corporación ORDEX, tomando en cuenta factores legales que los ampara. Se ha proyectado un crecimiento anual de un 5% por políticas internas de ORDEX en el caso de todos los directivos y asistentes que trabajan en la corporación, y en los cálculos establecidos están presentes las comisiones que reciben por cada participante inscrito, que representará el total de los costos en el informe del estado de resultados.

En las oficinas de ORDEX Cuenca hemos analizado que para la introducción tendremos 2 colaboradores que trabajarán en las instalaciones, el gerente de oficina y la asistente de los programas, cuyos sueldos serán de 500 y 300 dólares respectivamente como lo detallamos a continuación.

Cuadro #14: Gastos Operativos.

GASTOS OPERATIVOS					
GASTOS ADMINISTRACION	2010	2011	2012	2013	2014
Sueldos	\$9.120,00	\$9.600,00	\$10.080,00	\$10.584,00	\$11.113,20
Aporte Patronal 21.5%	\$1.960,80	\$2.064,00	\$2.167,20	\$2.275,56	\$2.389,34
Fondos de Reserva	\$760,00	\$800,00	\$840,00	\$882,00	\$926,10
Décimo Tercer Sueldo	\$760,00	\$800,00	\$840,00	\$882,00	\$926,10
Décimo Cuarto Sueldo	\$501,60	\$528,00	\$554,40	\$582,12	\$611,23
Vacaciones	\$380,00	\$400,00	\$420,00	\$441,00	\$463,05
TOTAL GASTOS SERVICIO	\$13.482,40	\$14.192,00	\$14.901,60	\$15.646,68	\$16.429,01

Fuente: datos del investigador. Enero 2011

En los gastos administrativos está detallado los sueldos de los colaboradores y los aportes legales como el aporte al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social), décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo y las vacaciones.

III.B TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS.

Los Estados Financieros nos muestran la situación actual y la trayectoria histórica de la corporación ORDEX, de esta manera podemos anticiparnos, iniciando acciones estratégicas y analizando la factibilidad del proyecto.

Los Indicadores Financieros obtenidos en el análisis de la matriz de ORDEX y mediante nuestra investigación de mercado nos sirven para preparar Estados Financieros Proyectados, y tratar de ser lo más semejantes a la realidad.

A continuación presentamos el balance general proyectado de ORDEX.

III.B.1 BALANCE GENERAL.

Cuadro #15: Balance General.

CORPORACION ORDEX INTERCAMBIO CULTURAL					
BALANCE GENERAL					
(En U.S. Dólares)					
	2010	2011	2013	2014	2015
		proyectado	proyectado	proyectado	proyectado
ACTIVO	\$ 56.184,40	\$ 67.836,16	\$ 79.218,99	\$ 86.862,47	\$ 100.376,82
DISPONIBLE					
Caja y Bancos	\$ 46.374,40	\$ 57.235,66	\$ 67.758,46	\$ 74.465,91	\$ 86.961,14
Inversiones C. Plazo	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Cuentas por Cobrar Clientes	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Provisión cuentas incobrables	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Otras cuentas por cobrar	\$ 1.650,00	\$ 1.815,00	\$ 1.996,50	\$ 2.196,15	\$ 2.415,77
Gastos e impuestos anticipados	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Inventarios Inscripciones	\$ 3.000,00	\$ 3.300,00	\$ 3.630,00	\$ 3.993,00	\$ 4.392,30
Total Activos Corrientes	\$ 51.024,40	\$ 62.350,66	\$ 73.384,96	\$ 80.655,06	\$ 93.769,20

Equipo de computación	\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$ 3.646,52
Depredación acumulada equipos de computación	\$ 990,00	\$ 1.039,50	\$ 1.091,48	\$ 1.146,05	\$ 1.203,35
Muebles y enseres	\$ 2.000,00	\$ 2.100,00	\$ 2.205,00	\$ 2.315,25	\$ 2.431,01
Depredación acumulada muebles y enseres	\$ 200,00	\$ 210,00	\$ 220,50	\$ 231,53	\$ 243,10
Equipos de Oficina	\$ 1.500,00	\$ 1.650,00	\$ 1.815,00	\$ 1.996,50	\$ 2.196,15
Depredación acumulada equipos de oficina	\$ 150,00	\$ 165,00	\$ 181,50	\$ 199,65	\$ 219,62
Total Activo Fijo	\$ 5.160,00	\$ 5.485,50	\$ 5.834,03	\$ 6.207,40	\$ 6.607,61
PASIVO	\$ 9.602,66	\$ 12.257,12	\$ 14.107,00	\$ 15.435,82	\$ 17.661,49
PASIVO CORRIENTE					
Impuesto al valor agregado por pagar	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Impuesto a la renta por pagar	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Participación de colaboradores	\$ 6.102,66	\$ 7.478,65	\$ 8.928,00	\$ 9.786,12	\$ 11.496,38
Sueldos por pagar	\$ 0,00	\$ 760,00	\$ 800,00	\$ 840,00	\$ 882,00
Décimo cuarto sueldo	\$ 0,00	\$ 41,80	\$ 44,00	\$ 46,20	\$ 48,51
Décimo tercer sueldo	\$ 0,00	\$ 63,33	\$ 33,33	\$ 35,00	\$ 36,75
Fondos de Reserva	\$ 0,00	\$ 63,33	\$ 66,67	\$ 70,00	\$ 73,50
Instituciones Bancarias	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Porción Corriente Deuda Bancaria	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Emisión Deuda - Papel Comercial	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Cuentas por pagar Proveedores	\$ 1.500,00	\$ 1.650,00	\$ 1.815,00	\$ 1.996,50	\$ 2.196,15
Compañías Relacionadas	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Total Pasivos Corrientes	\$ 7.602,66	\$ 10.057,12	\$ 11.687,00	\$ 12.773,82	\$ 14.733,29
Obligaciones largo plazo compañías relacionadas
Instituciones Bancarias Largo Plazo	\$ 2.000,00	\$ 2.200,00	\$ 2.420,00	\$ 2.662,00	\$ 2.928,20
Emisión de Obligaciones Largo Plazo	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Total Pasivo Exigible	\$ 2.000,00	\$ 2.200,00	\$ 2.420,00	\$ 2.662,00	\$ 2.928,20
PATRIMONIO	\$ 46.581,74	\$ 55.579,04	\$ 65.111,99	\$ 71.426,65	\$ 82.715,33
Capital Social	\$ 10.000,00	\$ 11.000,00	\$ 12.100,00	\$ 13.310,00	\$ 14.641,00
Reserva Legal y facultativa	\$ 2.000,00	\$ 2.200,00	\$ 2.420,00	\$ 2.662,00	\$ 2.928,20
Utilidades retenidas	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Utilidad del ejercicio	\$ 34.581,74	\$ 42.379,04	\$ 50.591,99	\$ 55.454,65	\$ 65.146,13
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 56.184,40	\$ 67.836,16	\$ 79.218,99	\$ 86.862,47	\$ 100.376,82

Fuente: datos del investigador. Enero 2011

Dentro de los activos podemos evidenciar la presentación financiera de nuestros recursos obtenido por el ente económico como resultado de eventos suscitados en la corporación, de los cuales ORDEX espera beneficios futuros dentro del nuevo proyecto.

En el pasivo tenemos la representación financiera de una obligación presente de la corporación como resultado de eventos pasados, en virtud de la cual se reconoce que en el futuro se deberán transferir recursos o proveer de servicios a otros entes.

Nuestro patrimonio constituye el valor residual de los activos del ente económico después de deducir todos sus pasivos.

III.B.2 PRESUPUESTO DE COMPRAS

Para llegar a concluir la información mediante el cuadro de pérdidas y ganancias, debemos tener claro el panorama de las compras que realiza la corporación mediante los proveedores. (cuadro # 16) donde se indica las compras o la proyección de los pagos de los programas de intercambio cultural a nuestro socios internacionales, que obtienen mediante el costo del programa que paga cada estudiante (cuadro # 12) menos la utilidad que percibe la corporación que indica el cuadro # 4.

Cuadro #16: Proyección De Los Pagos A Nuestros Proveedores.

PROYECCIÓN DE PAGOS DE LOS PROGRAMAS A NUESTROS PROVEEDORES (COMPRAS)					
	2010	2011	2012	2013	2014
		proyectado	proyectado	proyectado	proyectado

AÑO ACADÉMICO	\$ 52.768,17	\$ 59.351,76	\$ 66.233,10	\$ 78.723,14	\$ 86.498,88
CURSOS DE IDIOMAS	\$ 35.264,40	\$ 42.418,60	\$ 49.937,60	\$ 51.440,72	\$ 59.612,72
CURSOS DE IDIOMAS	\$ 66.682,64	\$ 80.210,76	\$ 94.428,69	\$ 97.270,99	\$ 112.723,71
WORK AND TRAVEL	\$ 18.182,64	\$ 20.952,44	\$ 23.855,01	\$ 26.913,34	\$ 30.134,17
WORK AND STUDY	\$ 45.105,35	\$ 54.256,02	\$ 63.873,29	\$ 65.795,87	\$ 76.248,37
CAMP COUNSELORS	\$ 1.516,68	\$ 1.563,75	\$ 1.610,82	\$ 2.212,41	\$ 2.279,00
AU PAIR	\$ 2.744,60	\$ 2.829,78	\$ 2.914,96	\$ 4.003,60	\$ 4.124,10
CAMPAMENTOS DE VERANO	\$ 4.233,61	\$ 4.365,00	\$ 4.496,39	\$ 4.631,73	\$ 7.156,71
UBICACIÓN UNIVERSITARIA	\$ 5.948,98	\$ 6.133,60	\$ 6.318,22	\$ 6.508,40	\$ 6.704,30
MAESTRÍAS Y POSTGRADOS	\$ 10.138,95	\$ 10.453,60	\$ 10.768,25	\$ 11.092,38	\$ 11.426,26
TOTAL	\$ 242.586,02	\$ 282.535,31	\$ 324.436,33	\$ 348.592,57	\$ 396.908,23

Fuente: datos del investigador. Enero 2011

III.B.3 PRESUPUESTO DE UTILIDAD

La utilidad viene a ser la información más requerida en la finalidad de nuestro análisis, descontando el costo de los gastos obtendremos la utilidad neta para saber con exactitud la viabilidad del proyecto.

En el cuadro #17 tenemos información de la utilidad que recibe ORDEX por los programas de intercambio, multiplicado por el número de estudiantes que van a aplicar en la ciudad de Cuenca.

Cuadro #17: Proyección De La Utilidad En Los Programas De ORDEX.

PROYECCIÓN DE LAS COMISIONES SEGÚN CADA PROGRAMA (UTILIDAD)					
	2010	2011	2012	2013	2014
		proyectado	proyectado	proyectado	proyectado
AÑO ACADÉMICO	\$ 14.883,33	\$ 16.740,24	\$ 18.681,13	\$ 22.203,96	\$ 24.397,12
CURSOS DE IDIOMAS	\$ 7.740,97	\$ 9.311,40	\$ 10.961,91	\$ 11.291,87	\$ 13.085,72
CURSOS DE IDIOMAS	\$ 14.637,65	\$ 17.607,24	\$ 20.728,25	\$ 21.352,17	\$ 24.744,23
WORK AND TRAVEL	\$ 5.741,89	\$ 6.616,56	\$ 7.533,16	\$ 8.498,95	\$ 9.516,05
WORK AND STUDY	\$ 12.722,02	\$ 15.302,98	\$ 18.015,54	\$ 18.557,81	\$ 21.505,95

CAMP COUNSELORS	\$ 505,56	\$ 521,25	\$ 536,94	\$ 737,47	\$ 759,67
AU PAIR	\$ 729,58	\$ 752,22	\$ 774,86	\$ 1.064,25	\$ 1.096,28
CAMPAMENTOS DE VERANO	\$ 1.411,20	\$ 1.455,00	\$ 1.498,80	\$ 1.543,91	\$ 2.385,57
UBICACIÓN UNIVERSITARIA	\$ 1.487,24	\$ 1.533,40	\$ 1.579,56	\$ 1.627,10	\$ 1.676,08
MAESTRÍAS Y POSTGRADOS	\$ 2.534,74	\$ 2.613,40	\$ 2.692,06	\$ 2.773,09	\$ 2.856,56
TOTAL	\$ 62.394,18	\$ 72.453,69	\$ 83.002,21	\$ 89.650,58	\$ 102.023,23

Fuente: datos del investigador. Enero 2011

III.B.4 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

En el cuadro #18 presentamos información de los ingresos de la corporación, gastos de la operación, utilidad, participación de colaboradores, pago de impuestos y la utilidad neta del ejercicio.

Cuadro #18: Estado de Pérdidas y Ganancias.

CORPORACION ORDEX INTERCAMBIO CULTURAL					
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS DEL EJERCICIO					
(En U.S. Dólares)					
INGRESOS / SERVICIOS	2010	2011	2013	2014	2015
		proyectado	proyectado	proyectado	proyectado
INGRESOS OPERACIONALES					
VENTAS NETAS	\$ 304.980,21	\$ 354.989,00	\$ 407.438,54	\$ 438.243,15	\$ 498.931,46
OTROS INGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESO OPERACIÓN	\$ 304.980,21	\$ 354.989,00	\$ 407.438,54	\$ 438.243,15	\$ 498.931,46
INVENTARIO INICIAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COMPRAS	\$ 242.586,02	\$ 282.535,31	\$ 324.436,33	\$ 348.592,57	\$ 396.908,23
COMPRAS TOTALES	\$ 242.586,02	\$ 282.535,31	\$ 324.436,33	\$ 348.592,57	\$ 396.908,23
INVENTARIO FINAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COSTO DE VENTAS	\$ 242.586,02	\$ 282.535,31	\$ 324.436,33	\$ 348.592,57	\$ 396.908,23

UTILIDAD EN OPERACIÓN	\$ 62.394,18	\$ 72.453,69	\$ 83.002,21	\$ 89.650,58	\$ 102.023,23
SUELDOS	\$9.120,00	\$9.600,00	\$10.080,00	\$10.584,00	\$11.113,20
APORTES AL IESS	\$1.960,80	\$2.064,00	\$2.167,20	\$2.275,56	\$2.389,34
FONDOS DE RESERVA	\$760,00	\$800,00	\$840,00	\$882,00	\$926,10
DÉCIMO TERCERO	\$760,00	\$800,00	\$840,00	\$882,00	\$926,10
DÉCIMO CUARTO	\$501,60	\$528,00	\$554,40	\$582,12	\$611,23
VACACIONES	\$380,00	\$400,00	\$420,00	\$441,00	\$463,05
GASTOS DE VENTAS	\$ 13.482,40	\$ 14.192,00	\$ 14.901,60	\$ 15.646,68	\$ 16.429,02
ARRIENDO OFICINA	\$2.900,10	\$3.000,00	\$3.099,90	\$3.203,13	\$3.309,79
ENERGÍA ELÉCTRICA	\$348,01	\$360,00	\$371,99	\$384,38	\$397,17
AGUA POTABLE	\$69,60	\$72,00	\$74,40	\$76,88	\$79,43
INTERNET	\$348,01	\$360,00	\$371,99	\$384,38	\$397,17
TELÉFONO Y CELULAR	\$324,81	\$336,00	\$347,19	\$358,75	\$370,70
ÚTILES DE OFICINA	\$174,01	\$180,00	\$185,99	\$192,19	\$198,59
MANTENIMIENTO LOCAL	\$116,00	\$120,00	\$124,00	\$128,13	\$132,39
COURIER Y ENVÍOS	\$348,01	\$360,00	\$371,99	\$384,38	\$397,17
CAPACITACIONES	\$348,01	\$360,00	\$371,99	\$384,38	\$397,17
ARTÍCULOS DE LIMPIEZA	\$92,80	\$96,00	\$99,20	\$102,50	\$105,91
MANTENIMIENTO EQUIPOS	\$58,00	\$60,00	\$62,00	\$64,06	\$66,20
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 5.127,38	\$ 5.304,00	\$ 5.480,62	\$ 5.663,13	\$ 5.851,71
MANTENIMIENTO DE CUENTAS BANCOS	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
COMISIONES TARJETAS DE CRÉDITO	\$ 2.550,00	\$ 2.550,00	\$ 2.550,00	\$ 2.550,00	\$ 2.550,00
TRANSFERENCIAS	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
GASTOS FINANCIEROS	\$ 3.100,00				
TOTAL GASTOS OPERACIONES	\$ 21.709,78	\$ 22.596,00	\$ 23.482,22	\$ 24.409,81	\$ 25.380,73
UTILIDAD BRUTA	\$ 40.684,40	\$ 49.857,69	\$ 59.519,99	\$ 65.240,77	\$ 76.642,50
INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 40.684,40	\$ 49.857,69	\$ 59.519,99	\$ 65.240,77	\$ 76.642,50
PARTICIPACIÓN DE EMPLEADOS	\$ 6.102,66	\$ 7.478,65	\$ 8.928,00	\$ 9.786,12	\$ 11.496,38
IMPUESTO A LA RENTA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD NETA	\$ 34.581,74	\$ 42.379,04	\$ 50.591,99	\$ 55.454,65	\$ 65.146,13

Fuente: datos del investigador. Enero 2011

Tanto el balance generado como el estado de resultados, nos muestran información comparando en cifras en forma vertical.

En el cuadro anterior vemos como resultado la utilidad neta, lo que muestra una tendencia a incrementarse en un 18,4% como pronóstico de que en el año 2011 se tendrá una mayor participación de estudiantes y se mantendrán los costos fijos anualmente, demostrando una mayor utilidad por cada periodo.

III.B.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Con esos datos en el cuadro #19 tenemos que analizar el flujo de caja para poder diagnosticar una tasa interna de retorno y el valor actual neto mediante los flujos de efectivo, descontando la inversión inicial de \$40000 en préstamo a las instituciones financieras y \$10000 con fondos propios.

Cuadro #19 Flujo de Caja Proyectado.

CORPORACION ORDEX INTERCAMBIO CULTURAL						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
(En U.S. Dólares)						
		2010	2011	2012	2013	2014
			proyectado	proyectado	proyectado	proyectado
UTILIDAD NETA		\$ 34.581,74	\$ 42.379,04	\$ 50.591,99	\$ 55.454,65	\$ 65.146,13
Gastos de capital	10.000					
Formación de capital	10.000					
(inversión - caja banco)						
Flujo económico	(10.000)	0	0	0	0	0

Préstamos	-40.000	0	0	0	0	0
Mantenimiento cuentas	0	170	176	181	187	194
Intereses préstamo		2.033	4.066	6.099	8.132	10.165
Pagos capital préstamo		2.667	5.333	8.000	10.667	13.333
Dev. Impuesto a la renta		0	0	0	0	0
Flujo financiero	(50.000)	4.870	9.575	14.280	18.986	23.691
(+) Aportes de capital	0	0	0	0	0	0
(-) Dividendos		0	0	0	0	0
Saldo final flujo de caja	-50.000	27.045	27.471	28.312	25.802	28.121

VALOR ACTUAL NETO	\$ 43.854,17
TASA INTERNA DE RETORNO	46,54%
TASA DE DESCUENTO ANUAL	14,00%

Fuente: datos del investigador. Enero 2011

Sin lugar a dudas, el principal indicador para nuestro proyecto es el efectivo disponible, este vital elemento refleja su trascendencia en el proceso del negocio, de los empleados, de las familias, de los proveedores y clientes.

En el flujo de caja vemos una inversión inicial de \$50.000 dólares, de los cuales el 80% corresponde a préstamos con instituciones financieras, donde cada año se descuenta el valor de los intereses y del capital en una amortización detallada en la columna de intereses préstamo y pagos capital préstamo.

Después evidenciamos el costo de mantener las cuentas bancarias para llegar finalmente al flujo de caja proyectado para nuestro análisis.

Dentro de los indicadores de gran explicación financiera tenemos: VAN (Valor Actual

Neto) y el TIR (Tasa Interna de Retorno). Ambos conceptos se basan en lo mismo, y es la estimación de los flujos de caja que tenga la empresa (simplificando, ingresos menos gastos netos).

Para analizar esos indicadores, debemos tener la inversión inicial de \$50000 y nos generará flujos de caja positivos a lo largo 5 años en la que está realizada nuestra proyección. Habrá un punto en el que recuperemos la inversión pero, si en lugar de invertir el dinero en un proyecto empresarial lo hubiéramos invertido en un producto financiero, también tendríamos un retorno de dicha inversión. Es por eso, que vemos nuestra TIR debe ser mayor a la tasa pasiva del las instituciones financieras para que sea viable el proyecto, considerando la variable riesgo en el negocio.

En nuestro caso tenemos una TIR del 46,5 por ciento y un VAN de \$43854,17 esto nos indica que nuestro proyecto está por buen camino y es rentable, ya que ese porcentaje es alto dentro del tipo de servicio que brindamos y el riesgo que tenemos es mínimo.

III.B.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

Analizamos el punto de equilibrio, ya que es una herramienta financiera para determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además mostrará la magnitud de las utilidades o pérdidas de la corporación cuando las ventas excedan o caigan por debajo de este punto, de tal forma que éste viene a ser un punto de referencia a partir del cual, un incremento en los volúmenes de venta de programas generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas,

por tal razón, se deberán analizar algunos aspectos importantes: costos y ventas.

Cuadro #20 Punto De Equilibrio En Las Ventas De Los Programas

PUNTO DE EQUILIBRIO				
VENTAS DE LOS PROGRAMAS				
PROGRAMAS	ESTUDIANTES		PROGRAMA	VENTAS
ORDEX:	PROYECTADO	P. DE EQUI.	VALOR	TOTALES
AÑO ACADÉMICO	12	4	\$ 6.341,00	\$ 25.588,52
CURSOS DE IDIOMAS (6)	7	2	\$ 7.390,00	\$ 18.036,30
CURSOS DE IDIOMAS (10)	7	2	\$ 13.974,00	\$ 30.323,58
WORK AND TRAVEL	19	6	\$ 1.451,00	\$ 8.546,39
WORK AND STUDY	7	2	\$ 9.937,00	\$ 21.563,29
CAMP COUNSELORS	3	1	\$ 695,00	\$ 646,35
AU PAIR	3	1	\$ 1.194,00	\$ 1.110,42
CAMPAMENTOS DE VERANO	2	1	\$ 2.910,00	\$ 1.804,20
UBICACIÓN UNIVERSITARIA	1	0	\$ 7.667,00	\$ 2.760,12
MAESTRÍAS Y POSTGRADOS	1	0	\$ 13.067,00	\$ 4.060,77
TOTALES	62	19		\$ 110.439,90

Fuente: datos del investigador. Enero 2011

En el cuadro #20 vemos que nuestra proyección de las personas interesadas en participar estaba determinada por 62 estudiantes en el año 2011, pero según nuestro punto de equilibrio sólo necesitamos 19 estudiantes; 4 para el programa de año académico, 4 para cursos de idiomas, 6 para work and travel, 2 para work and study, 1 para camp counselor, 1 para aupair, y 1 para campamentos de verano para cubrir los costos generados. A partir del próximo estudiante, se verificará la utilidad.

Para la determinación del punto de equilibrio tenemos nuestros costos fijos detallados a

continuación, para saber el valor exacto que debemos cubrir para llegar a tener una utilidad de cero.

En el siguiente cuadro presentamos el balance de pérdida y ganancias en donde la utilidad de la operación esta nivelada con los costos de operación dando como resultado ni pérdida ni ganancia del proyecto.

Cuadro #21 Punto De Equilibrio En El Balance De Pérdidas Y Ganancias.

PUNTO DE EQUILIBRIO	
BALANCE DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	
	2011
INGRESOS OPERACIONALES	
TOTAL INGRESO OPERACIÓN	\$ 110.439,90
COSTO DE VENTAS	\$ 87.843,90
UTILIDAD EN OPERACIÓN	\$ 22.596,00
GASTOS DE VENTAS	\$ 14.192,00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 5.304,00
GASTOS FINANCIEROS	\$ 3.100,00
TOTAL GASTOS OPERACIONES	\$ 22.596,00
UTILIDAD BRUTA	\$ 0,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 0,00
PARTICIPACIÓN DE EMPLEADOS	\$ 0,00
IMPUESTO A LA RENTA	\$ -
UTILIDAD NETA	\$ 0,00

Fuente: datos del investigador. Enero 2011

Nuestro objetivo económico es la mayor participación de estudiantes, pero mediante el punto de equilibrio podemos saber con exactitud cuánto deben ser las ventas, en este caso

\$110439 dólares, así la utilidad en operación va a ser \$22596 igual que el gasto de operaciones, dando como resultado la utilidad neta de \$0,00.

Nuestra participación de mercado demuestra que tenemos 62 estudiantes interesados, pero sólo se necesita 19 que representa el 31% para cubrir los costos fijos y llegar a nuestro punto de equilibrio.

Si tenemos más estudiantes, dependiendo del número será nuestra utilidad que genera el proyecto.

CONCLUSIONES

El futuro del interés de la mayoría de los estudiantes es tener una experiencia de estudio y trabajo en el exterior. Y hoy en día que el mundo está globalizado, muchas personas quieren tener esta experiencia de vivir fuera del país por un periodo específico y conocer aspectos de la cultura que como turista no se puede evidenciar.

Los intercambios culturales, son programas sistematizados, por medio de los cuales las personas pueden viajar, estudiar, y trabajar durante un periodo de tiempo, en un país anfitrión, logrando apreciar, aprender, valorar y comparar formas diferentes de convivencia social, comunitaria, familiar y estudiantil; ofreciendo la oportunidad de comprender y manejar un idioma extranjero en un nivel óptimo, representando una herramienta y un capital para los jóvenes dentro de su futuro.

La calidad de los programas está determinada por los estudiantes que viajan y son ellos quienes dan crédito de su experiencia adquirida, para que nuevos estudiantes viajen por medio de la corporación, brindándoles confianza y seguridad personal para que puedan realizar esta opción de intercambio en el exterior.

Por medio de la información de los programas de intercambio, pudimos distinguir que dentro de la corporación hay alternativas en el exterior que no tienen una participación de

mercado deseada, y demuestra muy poca participación de estudiantes en estos tipos de programas, es por eso que debemos delegar responsabilidad, para que estos procesos lo realicen directamente desde la matriz de la corporación.

Con la experiencia adquirida en los años de funcionamiento de ORDEX, se aprovechará estos conocimientos para capacitar al personal que trabajará en las oficinas en Cuenca, siendo ellos capaces de tomar las decisiones en varios aspectos, teniendo la práctica necesaria para seleccionar los estudiantes en diferentes destinos dependiendo de los requisitos necesarios para la inscripción en el programa y procesos de visas para cada país.

El análisis de mercado nos indica un nivel de aceptación importante por parte de los clientes, correspondiente al 12% para solicitar nuestros servicios de programas de intercambio cultural en el exterior.

A través del análisis financiero del proyecto se ha logrado determinar la factibilidad para poner en marcha el negocio.

El proyecto es capaz de generar una rentabilidad atractiva para los inversionistas como oportunidad de negocio, considerando un bajo nivel de riesgo e incertidumbre; de acuerdo a lo mencionado, tener pérdidas en esta inversión se daría en el remoto caso de tener una tasa de descuento de 46,5% la cual está fuera de las tasas promedio exigidas por el mercado, generando un VAN a esta tasa igual a cero.

Después de revisar los beneficios de los programas de intercambio y la aceptación del mercado, se puede concluir que el proyecto es totalmente viable y presenta una oportunidad de negocio para la Corporación ORDEX Intercambio Cultural ya que se pudo analizar indicadores financieros, teniendo una favorable respuesta de las utilidades percibida, de la tasa interna de retorno y el valor actual neto de los flujos del caja anual del proyecto teniendo en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

Realizamos una proyección de 5 años, la misma que demuestra la sustentabilidad del proyecto a largo plazo.

Los aspectos tecnológicos han dado muchos beneficios a este proyecto a la hora de mejorar los procesos con los proveedores. La corporación ORDEX está estructurada nacionalmente al ser una de las empresas de intercambio más reconocidas en el país.

Los conocimientos adquiridos en las aulas de clase fueron necesarios para realizar el trabajo de factibilidad, aplicando cada uno de ellos en la ejecución de la misma; desafortunadamente existieron ciertos vacíos en cuanto al marco teórico se refiere, pero éste obstáculo fue superado a través de investigaciones realizadas a lo largo del proceso de elaboración de este proyecto.

RECOMENDACIONES

Evidenciando que los programas de intercambio son una alternativa de enriquecimiento personal y profesional que brinda la opción de estudio en el exterior, es necesario que dentro de nuestro medio educativo, se inicie una apertura a oportunidades de viajes e intercambios culturales, tanto nacional como internacional, de manera que un estudiante participante, pueda distinguir, valorar y apreciar su cultura, y darle un valor agregado a su perfil profesional.

La Corporación debe formular procedimientos enfocados a incentivar su actividad social, otorgando programas de becas para intercambios culturales a instituciones educativas de sectores de escasos recursos, y personas con características merecedoras de estas oportunidades, además representaría una ventaja competitiva ante la competencia, ya que le va a brindar a la corporación una imagen solidaria, poniendo en evidencia los valores que promulga.

Para que una empresa tenga éxito en su medio es necesario contar con la aceptación de sus clientes; pero para alcanzar su aceptación es relevante satisfacer de manera eficiente, efectiva y económica sus necesidades; por lo que ORDEX, debe orientar sus actividades, sus proyectos y su trabajo hacia la optimización del servicio, para que los aplicantes se encuentren conformes y satisfechos.

Varios tópicos dentro del proceso de aceptación al programa de intercambio podrían simplificarse mediante el correcto direccionamiento del personal que colabora en la corporación. Además mediante la nueva era tecnológica, se puede aprovechar de la mejor manera estos recursos para disminuir el tiempo de anticipación que los estudiantes necesitan antes de su viaje.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- ECO, Humberto. Como se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura, Quito Greccemncia Grupo Editorial, 2009.
- VÁSQUEZ, Víctor Hugo; Organización Aplicada; Gráficas Vásquez; Quito D.M.; Segunda Edición; Octubre 2002.
- HERNANDEZ SAMPIERI Roberto.; Metodología de la investigación, Mc Graw Hill, Colombia 2006.
- SUBIA, Jaime: Módulo de Indicadores de Gestión para el Sector Público, Universidad Tecnológica América, Quito, 2010.
- ALBUJA, José Nicolás / ROCA, Sonia: Manual para la Elaboración de monografías, Universidad del Pacífico, Quito, 2009.

INTERNET

- Mercado Cambiario (moneda extranjera / dólar) <http://www.picaval.com.ec>. Octubre 2011.
- Council On Standards For International Education Travel. <http://www.csiet.org>. Enero 2011.
- Confederación De Organizaciones De Intercambio Cultural Del Ecuador. <http://www.coicec.org>. Diciembre 2010.
- Instituto Ecuatoriano De Créditos Educativos Y Becas. www.iece.fin.ec Diciembre 2010.

- ORDEX Intercambio Cultural / programas en el exterior. <http://www.ordex.org>, Enero 2011.
- Ciclo De Vida Del Producto <http://www.economic.es/programas/glosario/definicion-cvp>, Diciembre 2010.
- Indices De Analisis financieros www.safi-software.com.ec/pdf/SAFITOOL-ANALISIS%20FINANCIERO.pdf, Diciembre 2010.
- Listados De Países De Los Que Necesitan Visas Los Ecuatorianos / Ministerio De Relaciones Exteriores. http://www.mmrre.gob.ec/servicios/list_visas.asp. Octubre 2010.
- Matriz Boston Consulting Group. http://es.wikipedia.org/wiki/Matriz_BCG. Febrero 2011
- Matriz De Ansoff. http://es.wikipedia.org/wiki/Matriz_de_Ansoff. Febrero 2011
- Análisis De Las Fuerzas De Porter http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas. Febrero 2011.

ANEXOS

ANEXO # 1: Encuesta Para La Investigación De Mercado.

ENCUESTA PARA ESTUDIANTES DE COLEGIO

SEXO:

EDAD:

AÑO DE ESTUDIO:

1. **¿Has viajado alguna vez al exterior?** Si: no: ir a la pregunta 6.

A qué país(es):.....

Por cuánto tiempo:

¿Cuál fue el motivo de tu viaje?:.....

2. **¿te han negado alguna visa?** Si: no:

¿A qué país?:..... Motivos:.....

3. **¿Tienes vigente alguna visa?** Si: no:

¿A qué país?:.....duración de la visa:.....

4. **¿Has tenido visas anteriores?** Si: no:

¿A qué país?:.....duración de la visa:.....

5. **¿Has participado en algún programa de intercambio?** Si: no:

País:..... duración:

¿En qué programa?:.....

Cual fue la organización de intercambio:.....

Cuál es tu nivel del idioma:

Ingles: básico intermedio avanzado

Francés: básico intermedio avanzado

Alemán: básico intermedio avanzado

Italiano: básico intermedio avanzado

6. **¿quisieras viajar en algún programa de intercambio al exterior?** si: no:

¿Por qué?:.....

(Si respondiste que no, ahí termina nuestra encuesta, muchas gracias)

A) EN LAS VACACIONES DEL COLEGIO :

si: no: ir a la sección B.

¿Te gustaría ir a un campamento de verano?

(Comparte con estudiantes de otros países, realiza excursiones, compras, visitas a lugares turísticos, estudia ingles y alójate con una familia anfitriona)

SI:

NO:

B) ESTUDIAR EL ULTIMO AÑO DEL COLEGIO O REPETIRLO EN OTRO PAIS (INTERCAMBIO):

si: no: ir a la sección C.

¿A qué país quisieras viajar para estudiar?

USA: Canadá: Argentina: Inglaterra: Francia: Alemania:
Nueva Zelanda: Italia: Australia: OTROS:.....

C) EN LAS VACACIONES DE LA UNIVERSIDAD :

si: no: ir a la sección D.

¿Te gustaría ir a un programa de trabajo en Estados Unidos por 10 semanas?

SI:

NO:

D) DURANTE TU CARRERA UNIVERSITARIA :

si: no: ir a la pregunta E.

¿Te gustaría ir a un curso de Idiomas en el exterior?

SI:

NO:

¿Te gustaría ir a un programa estudio y trabajo en Inglaterra?

SI:

NO:

¿Te gustaría hacer el curso de graduación en el exterior?

SI:

NO:

¿Cuanto gastarías en tu programa:

Entre \$3000 a \$5000 entre \$5000 a \$7000 entre \$7000 a \$10000 más de \$10000

E) DESPUES DE TERMINAR UNA CARRERA UNIVERSITARIA:

si: no:

¿Te gustaría ir a un curso de Idiomas en el exterior?

SI:

NO:

¿Te gustaría ir a un programa estudio y trabajo en Inglaterra o Canadá?

SI:

NO:

¿Te gustaría hacer un posgrado o maestría en Inglaterra, Australia o Argentina?

SI:

NO:

¿Cuanto gastarías en tu programa:

Entre \$3000 a \$5000 entre \$5000 a \$7000 entre \$7000 a \$10000 más de \$10000

7. ¿Crees que tuvieras el apoyo económico y psicológico de tus padres para tu programa?

Si : no: no se:

¿Porque?.....

8. ¿Cuál es el medio de comunicación que usted acudiría para buscar información de programas de intercambio?

Prensa: radio: tv: internet: revistas: visita a las oficinas:

Referencias de amigos:

ANEXO # 2: Cuadro De Tabulación De Resultados.

MATRIZ DE INFORMACIÓN PARA LOS RESULTADOS		
A	Caracterización del perfil del estudiante	
		Identificación De Las Edades De Los Encuestados.
		Identificación Del Sexo De Los Encuestados.
B	Información del historial de viaje	
	1	Información De Viajes Hacia El Exterior.
	2	Países Que Han Viajado Los Estudiantes Encuestados.
	3	Tiempo De Duración Del Viaje De Los Estudiantes.
	4	Motivo Del Viaje De Los Estudiantes.
	5	Información De Visas Negadas De Los Estudiantes.
	6	Información De Los Países De Las Visas Negadas.
	7	Detalle Del Motivo De Negación De Las Visas De Los Encuestados.
	8	Información De Estudiantes Que Poseen Visas Vigentes.
	9	Detalle De Los Países De La Visa De los Estudiantes.
	10	Duración De Las Visas De Los Estudiantes.
	11	Información De Visas Anteriores De Los Encuestados.
	12	Detalle De Los Países De Las Visas Previas.
	13	Información Participar Previa En Algún Programas De Intercambio Cultural.
	14	Países En El Que Participo En El Programa.
	15	Información De Participación Previa De Programas De Intercambio En El Exterior.
	16	Detalles De La Organización Que Realizó El Programa.
	17	Nivel De Idioma Actual De Los Estudiantes.
C	Interés En Una Alternativa De Estudio Y Trabajo En El Exterior.	
	1	Deseo De Participar En Un Programa De Intercambio Cultural.
	2	Interés De Los Estudiantes Por Viajar En Las Vacaciones Del Colegio

			2a	Intereses Por Viajar En El Programa De Campamentos De Verano.
			2b	Intereses Por Viajar En El Programa De Año Académico.
			2c	País De Intereses Para Estudiar, De Los Estudiantes Que Demostraron El Interés Por Participar En El Programa De Año Académico.
			2d	Tiempo De Duración Del Programa, De Los Estudiantes Que Demostraron El Interés Por Participar En El Programa De Año Académico.
			2e	Alojamiento preferido, De Los Estudiantes Que Demostraron El Interés Por Participar En El Programa De Año Académico.
			2f	presupuesto destinado De Los Estudiantes Que Demostraron El Interés Por Participar En El Programa De Año Académico.
		Interés Por Viajar Durante Las Vacaciones De La Universidad.		
			3a	Interés En Programas De Trabajo.
		Interés Por Viajar Durante La Carrera Universitaria.		
			4a	Interés En El Programa De Cursos De Idiomas.
			4b	Interés En El Programa De Estudio Y Trabajo.
			4c	Presupuesto Destinado Para El Programa a Los Estudiantes Que Les Interesa Aplicar Al Intercambio Durante La Carrera Universitaria.
		Interés Por Viajar Al Concluir La Carrera Universitaria.		
			5a	Interés En El Programa De Cursos De Idiomas.
			5b	Interés Para Realizar Un Postgrado O Maestría.
			5c	Presupuesto Destinado Para El Programa Para Los Estudiantes Que Desean Viajar Al Concluir La Carrera Universitaria.
D	Información De Apoyo De Los Padres Para Realizar la Experiencia Cultural.			
E	Medio De Comunicación idóneos la publicidad.			

ANEXO # 3: Listado De Países Que Requieren Visa Los Ciudadanos Ecuatorianos.



**Listado de países que requieren visa a los ciudadanos ecuatorianos
(Actualizado al 1 de febrero del 2010)**

A

Afganistán
Alemania
Angola
Antigua y Barbuda
Argelia
Australia
Austria

B

Bahrein
Bélgica
Belice
Botswana
Brunei Darussalam
Bulgaria
Burkina Faso
Burundi

C

Cambodia
Camerún
Canadá
Chad
China (Rep. Popular de)
Chipre
Congo
Congo (Rep. Democrática del)
Corea (Rep. Popular Democrática)
Costa Rica
Croacia
Cuba

D

Dinamarca
Djibouti

E

Egipto
El Salvador
Emiratos Árabes Unidos
Eritrea
Eslovaquia
Eslovenia
España
Estados Unidos de América
Estonia
Etiopía

F

Finlandia
Francia

G

Gabón
Gambia
Georgia
Ghana
Gran Bretaña (Reino Unido de)
Grecia
Guatemala
Guinea

H

Haití
Hungría

I

India
Indonesia
Irak
Irán (Rep. Islámica del)
Irlanda
Italia

J

Japón
Jordania

K

Kenya
Kuwait

L

Laos (Rep. Democrática Popular de)
Lesotho
Letonia
Líbano

Lituania
Luxemburgo

M

Macedonia (ex Rep. Yugoslava de)
Madagascar
Malawi
Malta
Marruecos
México
Mónaco

N

Namibia
Nicaragua
Níger
Nigeria
Noruega
Nueva Zelandia

P

Países Bajos
Pakistán
Palestina
Panamá
Polonia
Portugal

R

República Centro Africana
República Checa
Rumania
Rusia (Federación de)
Rwanda

S

Santo Tomé y Príncipe
Senegal
Siria (Rep. Árabe)
Somalia
Sudán
Suecia
Suiza

T

Tailandia
Tanzanía (República Unida de)
Túnez
Turkmenistán

U

Ucrania

Uganda

V

Vaticano

Venezuela (solo para pasajeros vía terrestre)

Viet Nam

Y

Yemen

Z

Zambia

Zimbawe

ANEXO # 4: Información Publicitaria De Las Organizaciones De Intercambio.

- EF
- PEACE
- AYP

- AFS (American Field Service)
- EXPLORER
- IDIOMAS
- ROTARY



EF (Education First)

Fuente: www.ef.com.ec

AYF

En 1951 el Departamento de Estado de los Estados Unidos solicitó a la Dra. Rachel Andresen de Ann Arbor, Michigan, que buscara familias anfitrionas para 75 adolescentes alemanes. Desde entonces miles de familias alrededor del mundo han abierto sus puertas a estudiantes de YFU (Juventud para el entendimiento, Intercambio Internacional), contribuyendo así a la creación de un mundo más cordial y amistoso.

- YFU es una organización internacional sin fines de lucro, de programas de intercambio para estudiantes de enseñanza secundaria y primeros años de universidad.
- YFU promueve el entendimiento internacional y la paz mundial a través de programas de intercambio.
- YFU es un miembro fundador del "Council on Standards for International Educational Travel" (Consejo de Normas de Viajes Educativos Internacionales) el cual es un organismo que supervisa y evalúa el funcionamiento y desempeño de todas las organizaciones de intercambio juvenil.
- El Centro Internacional de YFU está localizado en Washington, D.C., Estados Unidos.
- YFU tiene oficinas nacionales en más de 50 países miembros.
- YFU cuenta con una participación anual de más de 7.000 estudiantes y sus familias anfitrionas que no reciben pago alguno.
- YFU otorga orientación intercultural y asesoría a todos los participantes de sus programas, tanto estudiantes como padres de familia.

Fuente: www.yfu.org.ec

AFS (American Field Service)

Fuente: www.afs.org

ROTARY

Fuente: www.rotary.org/en/StudentsAndYouth.

PEACE

WELCOME TO P.E.A.C.E.!

40 Water Street, Suite 700, New Philadelphia, PA 17959
phone: 800.377.2232/fax: 570.277.0607



The Fall Newsletter is Here! Go to our [Newsletter](#) page to view it now!



Sign our
GuestBook

View our
GuestBook









*A U.S. State Department Designated Program
Supervised by the Bureau of Educational And Cultural Affairs
A State Department Designated Organization*

Web Hosting powered by Network Solutions®

Fuente: www.peace-inc.org

GRUPO IDIOMAS





Find us on
Facebook



CURSOS AGENCIA DE VIAJES WORK PROGRAMS CREDENCIALES INTERAX

Inicio > Work Programs > WAT USA

Work & Travel USA

Vive la aventura de trabajar y viajar!

WORK AND TRAVEL (WAT USA) es el programa ideal para Universitarios entre 18 y 26 años que quieren vivir la oportunidad de viajar y trabajar en Estados Unidos de manera regular. Es un programa Departamento de Estado de los Estados Unidos que **permite** así poder gozar de viajar y trabajar legalmente durante sus vacaciones.

El Programa
Empresas tales como Restaurantes, Hoteles, Parques, Resorts, y otras empresas similares quieren incluir en su staff a jóvenes de diferentes países con actitud amigable y aventurera, al servicio de sus clientes, que con mucha práctica mejorarán su nivel de inglés.

Programa por tan solo USD \$750.00

[Contáctenos](#)

El programa incluye	El programa no incluye
Examen de inglés computarizado	Bolétos aéreos, ni terrestres en general
Seguro médico y accidentes (por 4 meses)	Impuesto y tasas de embarque, gastos de traslado, alojamiento y alimentación en Ecuador y USA



Viernes 29 de enero de 2010

Fuente: www.idiomas.com.ec
XPLORER

Xplorer
Experiencia

Intercambio de Colegio
Cuidado de Niños, Au Pair
Trabajo de Vacaciones Universitarias
Cursos de Inglés y Francés
Pasantías y Entrenamiento Laboral
Programs in Ecuador
Campamentos Vacacionales

Atrévete a viajar!
Intercambio de Colegio:
Las inscripciones ya están abiertas para jóvenes entre 15 y 18 años. Aprovecha la oportunidad para disfrutar de un año maravilloso en el extranjero, vivir con una familia anfitriona, aprender un nuevo idioma y asistir a un colegio. Tenemos 20 países en los 5 continentes a tu elección.

Work and Travel Universitario
Súper promoción
Hasta el 31 de Dic.
La mejor oportunidad para universitarios que en

Cada año cientos de jóvenes de todo el mundo viven y estudian en el extranjero con Xplorer. Ofrecemos la oportunidad de adquirir experiencia internacional, perfeccionar un segundo idioma y fortalecer la confianza en sí mismos al vivir un período en el extranjero.

En el año 2007 Xplorer fue acreedor al premio "President's" a la mejor

Este verano... VIVE LA MEJOR EXPERIENCIA DE TU VIDA!
Compartir tus vivencias con amigos en el mundo.
Trabaja en hoteles, restaurantes, bares, clubes, etc.
Cuidar a los niños, hacer clases, etc.
Trabaja en un campo de deportes, etc.

Fuente: www.xplorer.com.ec

ORDEX

INICIO | QUIENES SOMOS | CONTACTENOS | PROGRAMS IN ECUADOR

Ordex
INTERCAMBIO CULTURAL
La mejor inversión en tu futuro!!!

PROGRAMAS DE ESTUDIO | PROGRAMAS DE TRABAJO | GALERÍA | SERVICIOS | DESTINOS | ENLACES

DESCARGA NUESTRO BROCHURE

¡Ordex Cumple 12 años!

Celebramos 12 años de vida, la experiencia adquirida garantiza a nuestros participantes la mejor inversión en su futuro. En este aniversario estrenamos nueva sede en Quito y nueva página Web.

Noticias

ORDEX informa que:

Esta afiliado a COICEC
Confederación de Organizaciones de Intercambio Cultural del Ecuador, entidad legalmente constituida, que garantiza prestigio, calidad y experiencia en programas de Intercambio cultural a nivel nacional e internacional.

Fuente: www.ordex.org

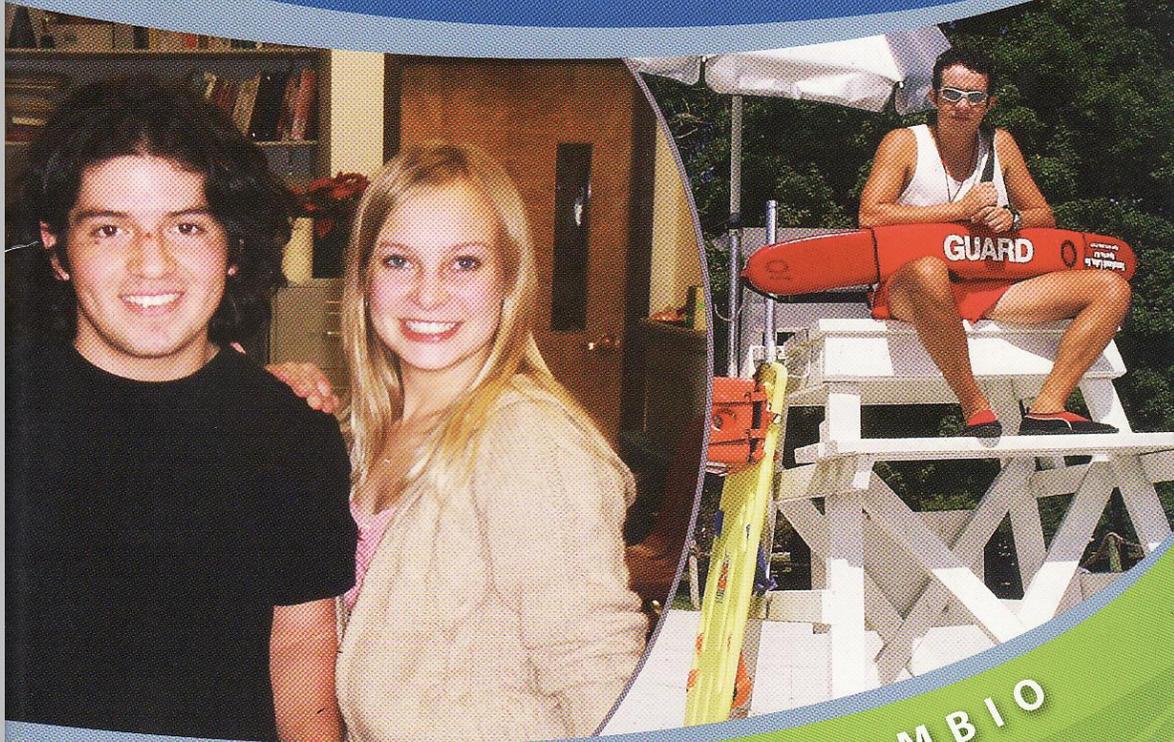
ANEXO # 5: Información Publicitaria De Los Programas De ORDEX.



Ordex

INTERCAMBIO CULTURAL

La mejor inversión en tu futuro!!!



PROGRAMAS DE INTERCAMBIO

Año Académico
Cursos de Idiomas
Campamentos de verano
Ubicación en Universidades del Exterior
Pasantías / Entrenamiento Internacional

Work and Travel
Camp Counselors
Au pair
Work Experience UK
Opus (Paid Work and Study)

CANADA - ESTADOS UNIDOS - REINO UNIDO - FRANCIA - ALEMANIA - ITALIA - NUEVA ZELANDA - AUSTRALIA - IRLANDA



Índice Y GUIA DE DISPONIBILIDADES

páginas

PROGRAMAS DE ESTUDIO

A	Cursos de Idiomas	4
B	Año Académico	8
C	Campamentos de verano	12
D	Ubicación en Universidades del Exterior	16

PROGRAMAS DE TRABAJO

E	Work and Travel	18
F	Au pair	22
G	Camp Counselors	26
H	Work Experience UK	30
I	Opus (Paid Work and Study)	33
J	Pasantías y Entrenamiento Práctico Internacional	34

	Formulario de Aplicación	37
	Términos y Condiciones de Participación	38
	Sobre Nuestros Destinos	39



ANEXO # 6 Hoja Informativa Del Programa Año Académico.

Año ACADÉMICO



El año que cambiará tu vida!!!

El año académico es una experiencia de vida que enriquece tu personalidad y te permite descubrir nuevas metas para el futuro. Este programa te brinda la oportunidad de estudiar en un colegio público o privado en el extranjero, conocer una nueva cultura, y compartir experiencias inolvidables con una familia anfitriona.

>> Año / Semestre Académico



LOS COLEGIOS

Pueden ser públicos o privados, varían en tamaño e infraestructura. Generalmente están ubicados en ciudades pequeñas.

Puedes tomar de cinco a siete materias por día, las obligatorias son el idioma e historia del país anfitrión además de las asignaturas de tu especialización. Las optativas pueden ser teatro, computación, fotografía, arte, entre otras. Un consejero te guiará en este proceso.

También puedes formar parte de los clubes de deportes o ciencias, cada colegio tiene sus propias regulaciones sobre la participación de estudiantes de intercambio.

Tu nivel académico será determinado por las autoridades educativas tomando en cuenta: edad, tipo de estudios y nivel de idioma del país de origen. Todos los estudiantes están obligados a mantener un promedio de notas mínimo de C (14/20).

Al elegir un colegio público te alojarás con una familia anfitriona. Los colegios privados son en su mayoría internados.

Opciones:

Año académico

Duración: 10 meses

Semestre Académico

Duración: 5 meses

8



Para mayor información visita www.ordex.org

"EL PRINCIPAL BENEFICIO DEL PROGRAMA ES QUE PUEDES REGALARTE LA OPORTUNIDAD DE VISITAR Y CONOCER OTRA CULTURA, Y SABER COMO REACCIONAS!"

Gabriela Miño
AÑO ACADÉMICO 2003



OPCIONES DE ALOJAMIENTO

FAMILIAS ANFITRIONAS

Las familias anfitrionas son voluntarias, no reciben ningún pago por acoger a estudiantes de intercambio. Son cuidadosamente seleccionadas y te harán sentir en casa, les interesa conocer sobre tu cultura y tradiciones. Tienen diverso origen y pueden vivir en un departamento o casa; en la ciudad o en el campo, pueden tener hijos pequeños o de tu edad, a veces son parejas jóvenes que aún no tienen niños, o parejas adultas cuyos hijos ya han salido del hogar.



La familia anfitriona te proveerá vivienda, comida, guía, y la experiencia de la vida diaria en el país que elijas.

RESIDENCIAS

Durante tu estadía bajo esta modalidad, desarrollarás amistades para toda la vida con tus compañeros de internado. Tendrás acceso a servicios como: equipos con tecnología de punta, cafetería, impresionantes facilidades deportivas, áreas sociales y recreacionales. Las residencias ofrecen dormitorios separados para hombres y mujeres y cada habitación puede ser doble o triple. Los colegios hacen el esfuerzo de situar estudiantes de distintas regiones del mundo para propiciar un verdadero intercambio cultural.

Cada habitación tiene acceso telefónico individual, además de conexión a internet.

1 DÍA en el internado



7:45 AM. - 8:15 AM DESAYUNO

8:30 P.M. - 4:30 P.M. CLASES

4:30 PM - 6:00 PM ACTIVIDADES EXTRA CURRICULARES.

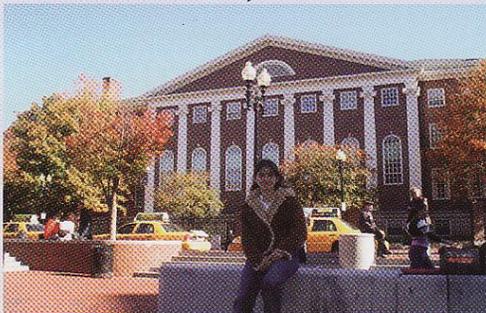
6:00 P.M. - 6:45 P.M. CENA

7:00 P.M. - 8:00 P.M. ACTIVIDADES RECREATIVAS E HIGIENE PERSONAL

8:30 P.M. - 10:00 P.M. ESTUDIO EN EL SALÓN BAJO SUPERVISIÓN DE TUTORES CINCO VECES A LA SEMANA.

11:PM HORA DE DORMIR.

>> Año / Semestre Académico



BENEFICIOS

- Practicar el idioma las **24 HORAS**
- Logras inmersión **CULTURAL**
- Hacer **AMISTADES PARA TODA LA VIDA**
- Ganar experiencias de vida para **UN FUTURO EXITOSO.**

Para mayor información visita www.ordex.org



DESDE USD 4500

REQUISITOS

- 15 a 18 ½ años máximo hasta el mes de Agosto. (Canadá hasta antes de cumplir los 18 años)
- Nivel intermedio del idioma oficial del país de su elección.
- Evaluaciones, psicométricas y culturales
- Promedio de aprovechamiento mínimo 14 equivalente a C.
- Compromiso de conservar un buen rendimiento y observar las reglas del programa
- Asistir obligatoriamente a los talleres de crecimiento personal y orientación intercultural.

FECHAS DE INICIO

Año académico: Finales de Agosto o primera semana de Septiembre.

Semestre Académico: Primera semana de Enero

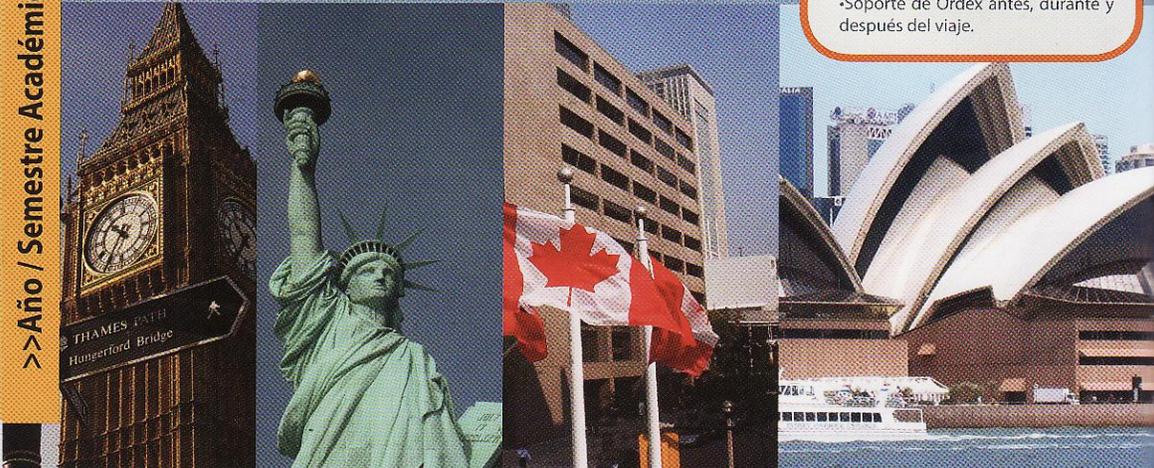
APLICACIONES HASTA MARZO 30

INCLUYE:

- Registro en un colegio secundario acreditado.
- Ubicación con una familia anfitriona seleccionada.
- Documentación para aplicar a la Visa de Estudiante.
- Seguro médico internacional
- Orientación antes de salir del país.
- Consejería y supervisión del representante del área durante todo el período de permanencia en el exterior.
- Actividades de integración entre familias y estudiantes.
- Convalidación de notas en el Ministerio de Educación y Cultura (para estudiantes que necesiten aprobar el año)
- Sesiones de evaluación y recomendación psicológica a cargo de un profesional en el área.
- Soporte de Ordex antes, durante y después del viaje.

>> Año / Semestre Académico

DESTINOS



Alemania
Argentina
Australia
Austria
Bélgica
Canadá
China
Estados Unidos
Francia

Inglaterra
Italia
Noruega
Sudáfrica
Suecia
Suiza

NO INCLUYE:

- Ticket aéreo
- Dinero para gastos personales. Se recomienda una cantidad mensual de 200 a 250 USD / EU.
- Material de estudios, uniformes y gastos que no cubra el colegio
- Costo de pasaporte y visa
- Impuestos de Salida del país.
- Actividades extracurriculares

10



Para mayor información visita www.ordex.org

ANEXO # 7 Hoja Informativa Del Programa Cursos De Idiomas.

Cursos de IDIOMAS



Aprende otro idioma y alcanza el éxito!!!

Los Cursos de Idiomas en el Extranjero que ofrece Ordex tienen el respaldo de prestigiosas Escuelas Internacionales ubicadas en los lugares más atractivos del mundo. Nuestros estudiantes podrán escoger entre una amplia gama de opciones, de acuerdo con sus intereses y motivaciones.

>> Cursos de Idiomas



Nuestras ESCUELAS

No importa el nivel de idioma que tengas, en Ordex encontrarás el curso que se ajuste a tus necesidades.

Las técnicas de enseñanza de nuestras Escuelas Internacionales cuentan con los mejores profesionales, además de estar a la vanguardia de los métodos de enseñanza.

Los profesores utilizan una amplia gama de materiales para potenciar tus capacidades orales, de lectura, escritura y comprensión.

También podrás beneficiarte de un

aprendizaje eficaz al hacer uso de las instalaciones informáticas y recursos multimedia, lo que te permitirá pulir aptitudes en vocabulario y pronunciación.

Durante el curso tu progreso será supervisado con regularidad, en las reuniones con tu profesor se identificarán las áreas para mejorar, y luego de una evaluación estarás listo para el siguiente nivel.

Al final del curso recibirás un Certificado que detalle tu nivel de conocimientos del idioma escogido.

"Lo más valioso es que los profesores incluyen módulos de nuestro interés, que me han ayudado a mejorar mis destrezas de conversación"

Andrea Vizcaino
CURSO DE IDIOMA 2004



OPCIONES DE ALOJAMIENTO

Familia anfitriona

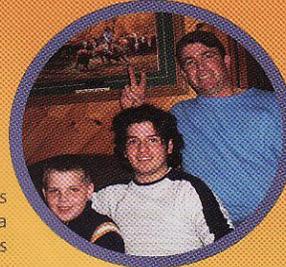
Es la manera ideal de sumergirse en la nueva cultura, compartir el día a día con tus anfitriones te beneficiará mucho porque podrás conversar de situaciones cotidianas de manera relajada. Las familias son cuidadosamente seleccionadas para ofrecerte un lugar seguro y acogedor.

Residencias Estudiantiles

Las residencias ofrecen instalaciones en donde puedes hacer uso de una cocina y áreas sociales donde también podrás practicar el idioma con tus compañeros de estudios después del día de clases. Las residencias están dentro de un Campus Universitario o en el centro de las ciudades.

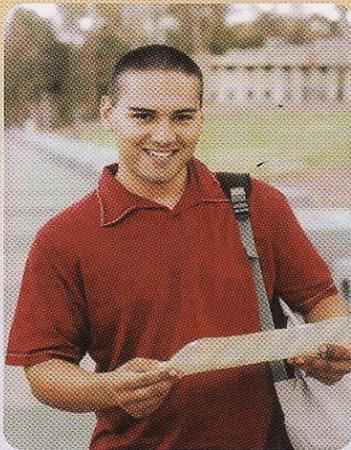
Otras opciones

En algunos destinos están disponibles apartamentos compartidos para pequeños grupos de estudiantes internacionales. Generalmente están situados cerca de las Escuelas y son ideales para personas con alto grado de independencia y flexibilidad.



Idiomas DISPONIBLES:

INGLÉS, FRANCÉS, ALEMÁN, ITALIANO, MANDARÍN, PORTUGUÉS.



BENEFICIOS

- **Descuentos exclusivos** para nuestros participantes
- **Inmersión total, clases 24/7.** La mejor forma de aprender un idioma es practicarlo las 24 horas del día, 7 días a la semana.
- **Enseñanza Personalizada** con la última tecnología y con un número limitado de estudiantes por aula.
- **Estadía** en residencias seleccionadas cuidadosamente.
- **Exámenes de suficiencia y asesoramiento** para ingreso a Universidades.
- **Prestigiosos grupos educativos,** líderes en lograr el éxito académico desde hace 70 años.
- **Excitantes actividades de grupo**
- **Amistades alrededor del mundo**
- **Diplomas reconocidos**



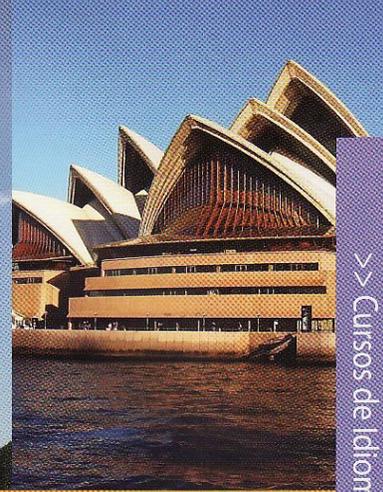
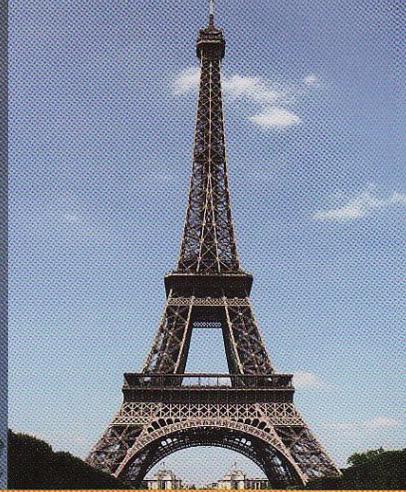
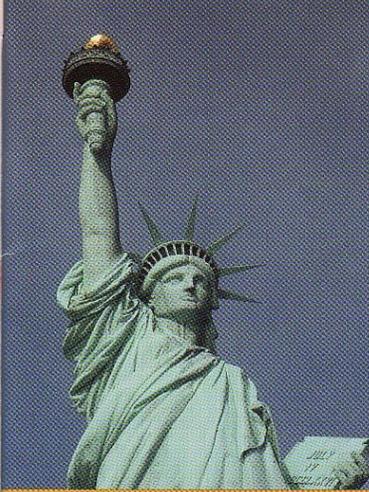
Para mayor información visita www.ordex.org



"Las Pizarras interactivas están revolucionando la enseñanza lingüística. Los estudiantes aprenden más y más rápido"

Vic Richardson, Embassy Global Academic Director

DESTINOS



>> Cursos de Idiomas

ALEMANIA: Berlín, Frankfurt, Munich, Wiesbaden, Colonia.

AUSTRALIA: Sidney, Brisbane, Gold Coast, Melbourne, Perth

CANADA (Inglés y Francés): Ottawa, Montreal, Toronto, Vancouver

CHINA: Shangai, Beijing

ESTADOS UNIDOS: Nueva York, Washington DC, Filadelfia, Chicago, Seattle, Sacramento, San Francisco, San Diego, Los Angeles, Boston, Fort Lauderdale

FRANCIA: St. Malo, Paris, Arrachon, Montpellier, La Ciotat, Vichy

ITALIA: Roma, Milan, Florencia, Siracusa, Lignano

MALTA: Sliema

NUEVA ZELANDA: Auckland, Christchurch

REINO UNIDO: Brighton, Londres, Oxford, Cambridge, Hastings, Bournemouth, Torbay, Edimburgo.

SUDAFRICA: Ciudad del Cabo, Durban.

PORTUGAL: Lisboa

INCLUYE:

- 20, 24 o 30 horas de clases a la semana
- Paquete informativo y de bienvenida.
- Acceso gratuito al centro informático, multimedia e internet.
- Certificado de participación.
- Transferencia de Aeropuerto
- Varias opciones de alojamiento.
- Seguro médico internacional.
- Soporte de un coordinador en el destino.
- Asistencia permanente de Ordex.
- Documentación para aplicación a la Visa.

DESDE USD 850

NO INCLUYE:

- Ticket aéreo.
- Costos de pasaporte, visado, e impuestos.
- Dinero para gastos personales.

Para mayor información visita www.ordex.org



7

ANEXO # 8: Hoja Informativa Del Programa Campamentos De Verano.

Campamentos de VERANO



Diviértete mientras aprendes!!!

Serán las mejores vacaciones de tu vida! Conocerás lugares maravillosos llenos de magia, podrás realizar excursiones, visitar centros turísticos, parques de diversiones, zoológicos, playas, ciudades de gran tradición y monumentos

>>Campamentos de Verano



Nuestro PROGRAMA

Te permite experimentar diferentes y interesantes culturas durante algunas semanas en una atmósfera cosmopolita. Puedes combinar clases del idioma del país que visites con experiencias increíbles como pasar una semana de campamento en el Club Chelsea de Inglaterra, uno de los más famosos del mundo, con jugadores estrella como John Terry y Frank Lampard.

Te esperamos para vivir esta emocionante aventura!!!

En todos los destinos, contaremos con un coordinador, quien estará a cargo del bienestar de los participantes y organizará el cronograma de

actividades.

Podrás participar en emocionantes excursiones, actividades comunitarias y visitarás los sitios más atractivos de la zona.

DURACIÓN DEL PROGRAMA:

3 a 5 semanas

APLICACIÓN

Mínimo un mes antes de iniciar el programa.

"Yo la pasé muy bien, pude mejorar mi inglés muchísimo, conocimos lugares fantásticos, hicimos un grupo de amigos super unido, quisiera irme todos los años"



Diana Nevarez
Campamento de verano 2007

OPCIONES DE ALOJAMIENTO

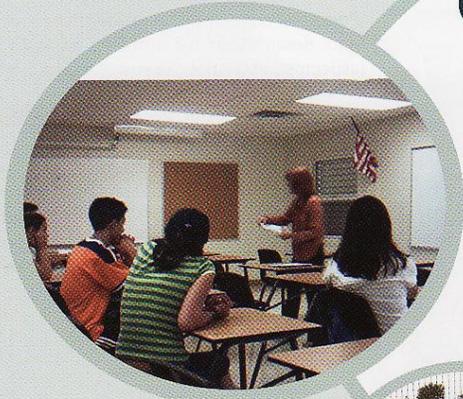
FECHAS DE SALIDA:
Verano o Invierno

Campus

Generalmente se alojarán en el campus de las universidades más cercanas durante la temporada de vacaciones. En estas facilidades pueden desarrollar actividades recreativas, deportivas.

Los dormitorios pueden ser compartidos o individuales. En caso de viajar en grupo de amigos se podrán alojar en la misma habitación.

Todos los dormitorios estarán debidamente monitoreados por adultos que se encargarán de la seguridad de los estudiantes durante el período del programa.



Familias ANFITRIONAS

Te reciben con gran cariño y generosidad, quieren aprender sobre tu cultura y compartir las tradiciones. Las familias anfitrionas pueden tener hijos pequeños o jóvenes de tu edad.

A veces son parejas que aún no tienen hijos, parejas adultas cuyos hijos han salido del hogar, o padres solos con al menos un hijo viviendo en casa.

Lo importante es que están dispuestas a vivir contigo y ser un soporte en tu período lejos de casa.



>> Campamentos de Verano

Para mayor información visita www.ordex.org



REQUISITOS

Entre 9 - 22 años

Flexibilidad y capacidad de adaptación

>> Campamentos de Verano

Serás una estrella del Chelsea!!!



Podrás ser parte de un curso intensivo de fútbol, aquí desarrollarás tus destrezas en todos los aspectos futbolísticos, el entrenamiento estará a cargo de instructores del Chelsea. Los estudiantes son divididos en pequeños grupos de 12 a 14.

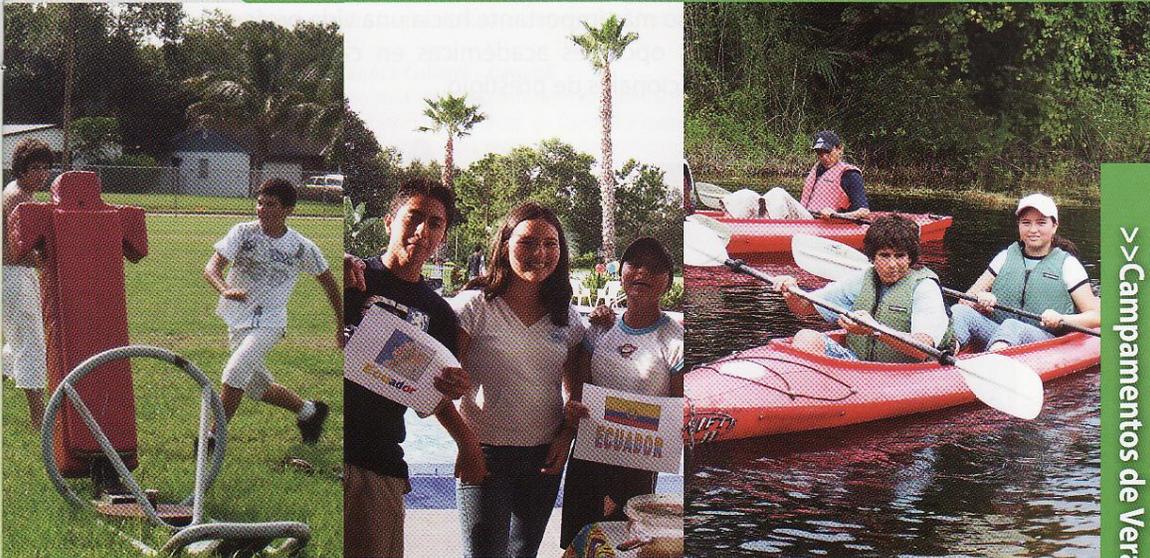
El alojamiento será con familias anfitrionas en la ciudad de Harrow, y en el tiempo libre es posible descubrir la fantástica ciudad de Londres.

Modalidades

DESTINOS	EDADES (AÑOS)	DURACION (SEMANAS)	INICIO	ACTIVIDADES	EXCURSIONES
ESTADOS UNIDOS Filadelfia - Florida, Chicago - California Indiana Nueva Orleans Hawai.	14 - 22	2 - 7	Finales de Junio o hatsa Julio 15	Excursiones a parques de diversiones, reservas naturales, ciudades, deportes, talleres de arte, juegos de mesa.	Washington DC, Philadelphia, New York, Disney World, Busch Gardens, Universal Studios, Lago Michigan, Six Flags, Sacramento, San Francisco, Nueva Orleans Hawai.
Canadá (Vancouver para niños y adolescentes)	10 - 17	2 - 6	Finales de Junio	• 15 horas de clases de inglés a la semana, ma- terial didáctico y certificado de estudios. • Clases opcionales como: arte, música, baile, deportes y enseñanza de nuevas destrezas. • Excursiones tres días a la semana • Actividades deportivas y de recreación. • Transporte diario desde y hasta el centro	Excursiones a: Museo de Ciencias, La Isla de Granville, Puente Colgan- te de Capilano (230 pies de altura), La Montaña Grouse, el Acuario de Vancouver, parque Stanley, la Ciu- dad de Whisler y Victoria.
Francia	12 - 17	2 - 8	Finales de Junio	Excursiones a: Museo de Ciencias, La Isla de Granville, Puente Colgan- te de Capilano (230 pies de altura), La Montaña Grouse, el Acuario de Vancouver, parque Stanley, la Ciu- dad de Whisler y Victoria	Saint Malo, Arcachon, Montpellier
INGLATERRA Guildford - Brighton Bournemouth - Bristol, Southampton Salisbury Londres	13 - 19	2 - 6	Finales de Junio	• 20 horas de clases de inglés a la semana • Certificado de estudios • Excursiones dos días por semana • Actividades deportivas: fútbol, tenis de mesa, basketball, aeróbicos, etc.	City tour Londres, Castillo de Windsor, paseo en barco por el río Támesis, visita a Winchester, paseo por New Forest en bicicleta.
Italia Lignano,	14 - 16	2 - 4	Finales de Junio	• 20 lecciones de italiano por semana • Deportes Tennis, Fútbol, natación, basketball, y actividades de tiempo libre	Venecia, Verona, Trieste, Aquileia

BENEFICIOS

- Alojamiento cuidadosamente seleccionado
- Monitoreo constante por parte de tutores
- Aprendizaje y práctica del idioma
- Hacer buen uso de las vacaciones
- Gozar de actividades turísticas y recreativas
- Conocer amigos de todas partes



>> Campamentos de Verano

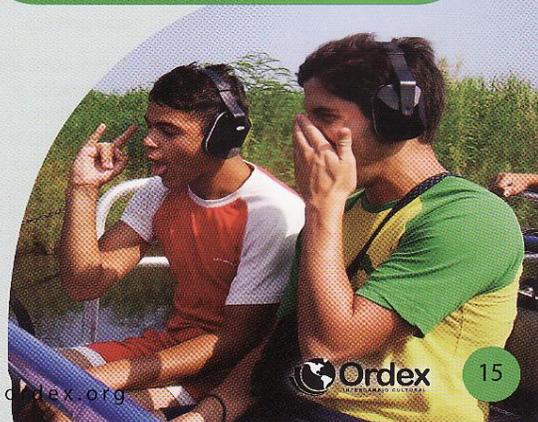
DESDE USD 1450

INCLUYE:

- Alojamiento y alimentación
- Traslado desde / hasta aeropuerto
- 15 - 20 lecciones de inglés a la semana y material didáctico
- Excursiones y visitas a lugares turísticos
- Actividades deportivas y de tiempo libre (fútbol, tenis de mesa, basketball, aeróbicos, videos, etc)
- Actividades extras: juegos, fiestas, compras, tours, deportes, etc
- Uso del centro informático, laboratorio y multimedia
- Orientación antes de la salida
- Seguro médico internacional
- Certificado de participación
- Servicio permanente de un coordinador

NO INCLUYE:

- Ticket aéreo
- Costos de pasaporte, visado, e impuestos
- Dinero para gastos del estudiante



Para mayor información visita www.ordex.org

Ordex
INTERNATIONAL

15

ANEXO # 9: Hoja Informativa Del Programa Ubicación Universitaria.

Ubicación en

UNIVERSIDADES DEL EXTERIOR



La puerta hacia el éxito!!!

Estudiar en el exterior es el paso más importante hacia una vida profesional exitosa. ORDEX te ofrece excelentes opciones académicas en carreras universitarias y masterados en centros internacionales de prestigio.



>>Ubicación en Universidades del Exterior

Nuestro PROGRAMA

Luego de un análisis de aptitudes, cualidades, personalidad, motivaciones y presupuesto se revelarán alternativas en EE.UU, Canadá, Australia, Inglaterra o Nueva Zelanda. Cada Universidad o Instituto Superior tiene requisitos de idioma, costos de educación, vivienda, servicios adicionales y fechas específicas para aplicar. Por esto es importante que llenes la solicitud de nuestros servicios con suficiente anticipación y cuentes con el asesoramiento de Ordex durante este proceso.

Carreras

Ordex ubica estudiantes principalmente en carreras a nivel de licenciaturas y masterados en una amplia gama de especializaciones. Además ofrece cursos preparatorios en las siguientes modalidades:

- Carreras cortas de 6 meses a 3 años
- Preparatoria para MBA (Master in Business Administration)
- Foundation Program, preparación para ingreso a universidades
- Preparación para TOEFL, GMAT, GRE, IELTS, Cambridge
- Cursos vocacionales

Requisitos

Suficiencia en el idioma del país de destino
18 años o más
Presupuesto estimado para un año académico

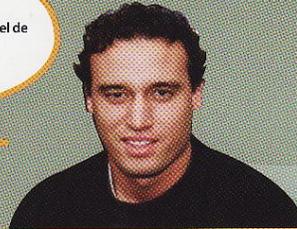
16



Para mayor información visita www.ordex.org

"Elegí ECU por sus instalaciones y tecnología. Es una universidad muy completa. Otra razón importante fue el nivel de vida en Perth. Es cómodo vivir aquí".

Francisco Luna - PERU
Masterado en Comunicación Profesional
ECU - Australia



LAS UNIVERSIDADES

El servicio de Ubicación Universitaria de Ordex se extiende a todo tipo de centros educativos a nivel mundial, y en casi todas las áreas de estudios. Ordex garantiza la admisión, bajo convenios exclusivos, en las siguientes Universidades:



Seneca College – Canadá

Con más de 2.000 estudiantes internacionales provenientes de 75 países, es el centro educativo más grande de Canadá y cuenta con 7 campus alrededor de Toronto. Ofrece a sus estudiantes programas de licenciatura y post grado en artes, ciencias, información, negocios, ingenierías y tecnología.



Arizona Western College – Estados Unidos

Ubicado en la histórica ciudad de Yuma, con una población estudiantil de más de 20 países. Ofrece programas pre grado y post grado en modalidad presencial y a distancia en más de 90 áreas de estudio, las más reconocidas son : artes, negocios y ciencias. Las actividades deportivas tienen gran apertura.



Sunderland University - Inglaterra

Ubicada al nor-este de Inglaterra, ofrece carreras universitarias, post grados y PHDs. En el año 2005 fue reconocida por el periódico "The Times" como la Universidad que brinda mejor experiencia y soporte al estudiante. Nace en 1901 como una institución técnica, hoy ofrece carreras en todas las áreas.



Sussex University - Inglaterra

Cuenta con una reconocida trayectoria multidisciplinaria, fue fundada en la década de los 60, está localizada en un área rural afamada por su belleza natural. Ofrece carreras en áreas de ingeniería, administración de negocios, economía, artes, estudios sociales, idiomas y relaciones internacionales.



ECU (Edith Cowan University) - Australia

Es la segunda universidad más grande de Australia, fundada en 1902, cuenta con alrededor de 23.000 estudiantes. Ofrece títulos de pre grado, masterado y doctorado. Se especializa en carreras orientadas hacia los servicios, ofrece programas en leyes, educación y especialmente artes, con énfasis en profesiones relacionadas con la comunicación y medios.

BENEFICIOS

- Ahorro de tiempo y dinero. Ordex se encarga de coordinar y establecer contactos con los centros educativos de interés.
- Asesoramiento individualizado, para determinar objetivos académicos
- Las aplicaciones se pueden presentar durante todo el año.
- Admisión garantizada a las Instituciones asociadas, sujeta al cumplimiento de los requisitos.

Para mayor información visita www.ordex.org

>> Ubicación en Universidades del Exterior

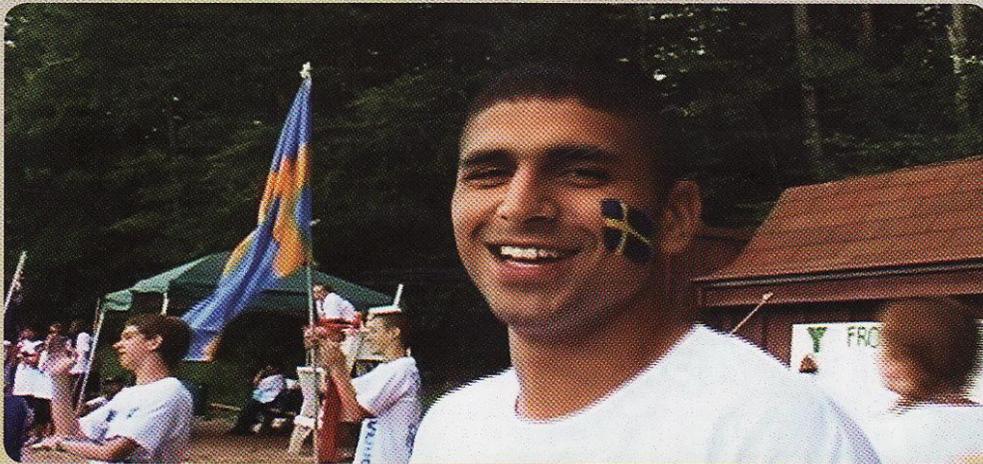


Camp COUNSELORS



Una experiencia inolvidable...!!!

Si te gusta viajar y hacer amigos de muchos países, mientras practicas tu inglés y trabajas con niños y adolescentes de diferentes edades, el programa Camp Counselor (Asesor de campamento) te ayudará a lograrlo. Puedes ser un embajador de tu país, y generar un cambio positivo en el mundo, y en la vida de niños y jóvenes participantes.



>> Camp Counselors

Nuestro PROGRAMA

Muchos hemos disfrutado la experiencia de un campamento durante el verano con amigos o familiares.

Sin embargo, el programa Camp Counselors en Estados Unidos lleva el concepto de "acampar" a otro nivel.

Es un programa basado en valores que tienen un impacto positivo y global, motiva la integración intercultural.

El programa nace en 1959 como de intercambio cultural y es reconocido por el gobierno de los Estados Unidos.

Conocerás a líderes y tutores de diferentes partes del mundo, añadiendo el componente internacional, que permi-

te que seas parte de un grupo de alrededor de 3000 personas de más de 80 países.

Los participantes ingresan al país bajo una visa J-1 como visitante durante las vacaciones de verano.

Tu trabajo consistirá en asistir a los campistas en actividades de apoyo en cafetería, mantenimiento, distribución de alimentos, generar conversaciones, organizar actividades, compartir tus habilidades, y contarles sobre tu propio país.

Deberás mostrar paciencia, integridad, sentido del humor y autocontrol.

Fechas DE SALIDA:

15 Mayo - 20 Junio

Duración:

10 semanas
+ 30 días de turismo

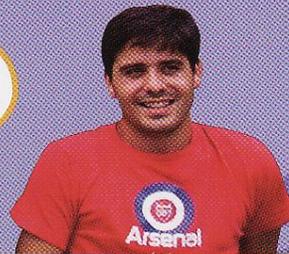
26



Para mayor información visita www.ordex.org

"Los niños pueden cambiar al mundo, nosotros los hemos ayudado a aprender de nuevas culturas, creo haber generando una diferencia positiva en la vida de algunos".

Juan Alvarez
Camp Counselor 2006



SI PRACTICAS CUALQUIERA DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES ERES LA PERSONA IDEAL PARA ESTE PROGRAMA:



HABILIDADES ACUATICAS

Salvavidas.
Natación.
Kayak
Piragüismo
Remo
Esquí acuático
Navegación.
Windsurfing
Surfing
Scuba Diving
Snorkeling
Pesca
Rafting



DEPORTES

Arco
Tiro al Blanco
Tennis
Esgrima
Rugby
Gimnasia
Aeróbicos
Levantamiento de pesas
Volleyball
Fútbol
Fútbol Americano
Basketball
Artes Marciales
Golf
Patines de Ruedas
Patineta
Cricket
Hockey



AVENTURA

Excursionismo
Primitive Camping
Rock Climbing
Abseiling / Rappelling
Orienteering
Cocina en Exteriores
High Ropes
Low Ropes
Bike Tripping
Reparación de Bicicletas
Ciclismo de Montaña



MANUALIDADES

Elaboración de Joyas
Tejer
Elaboración de Velas
Arte Natural
Torno de Alfarero
Cerámica
Artesanías en Cuero
Trabajo en Madera
Sketching
Vidrio Tinturado
Escritura
Fotografía
Fotografía digital
Laboratorio fotográfico
Video
Radio



ARTES

Canto
Marionetas
Skits
Baile
Actuación
Dirección Teatral
Diseño de vestuario
Tumbling Circus
Guitarra
Piano
Percusión

HABILIDADES ESPECIALES

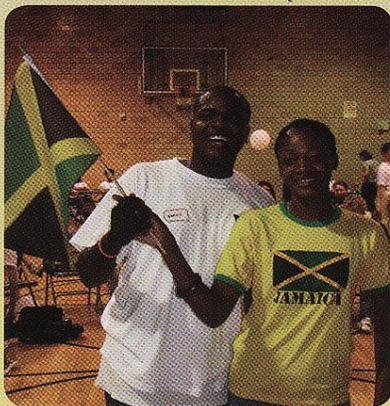
Primeros auxilios
juegos grupales
Silvicultura
Educación ambiental



CERTIFICACIONES

Licencia de Manejo
Navegación
Servicio Social
Enfermería
Consejero
Terapeuta
Entrenador Personal
Salvavidas
Teología
Educación Especial
Instructor Natación
Estudios Bienestar Social
Estudios Medio Ambiente

>> Camp Counselors



BENEFICIOS

- Alojamiento, alimentación y lavandería GRATIS.
- Convivencia con personas de diferentes culturas y lugares.
- Aprender a ser independiente, haciendo amigos para toda la vida.
- Perfeccionar el idioma inglés y mejorar tus habilidades de liderazgo.
- Ambiente seguro y positivo.
- Practicar tus propias destrezas.
- Oportunidad para compartir experiencias con los campistas.

Para mayor información visita www.ordex.org



REQUISITOS

18-30 años.
Nivel Intermedio de Inglés.
Madurez, trabajo en equipo y ganas de compartir con grupos de jóvenes.
Capacidad de adaptación, flexibilidad y cortesía.

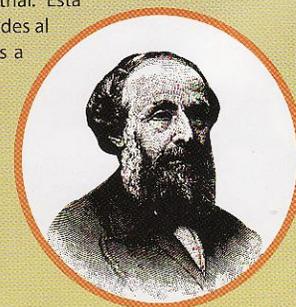
Tipo de Campamentos

CAMPAMENTO	CARACTERÍSTICAS
Residente	Están situados en áreas rurales fuera de la ciudad y del transporte. Los campistas y el personal se alojan en el campamento, experimentando un horario a tiempo completo de actividades durante el día, y durmiendo en cabinas o tiendas durante la noche.
Campamentos Diurnos	Estos campamentos están usualmente situados en asentamientos urbanos. Los campistas llegan cada mañana y regresan a sus casas en la tarde, en la mayoría de casos el personal internacional vive con familias anfitrionas y son capaces de experimentar la vida comunitaria en los Estados Unidos.
Campamentos al aire libre	Algunos campamentos tienen programas de paseo o ciclismo. El personal que trabaja en estas áreas llevará a grupos de niños lejos del campamento para escalar, remar, o simplemente acampar por varios días.
Campamentos Girl Scout	Son bien planificados, y sirven a chicas. El personal y los campistas viven en carpas, las condiciones de vida son generalmente rústicas.
Religiosos	Son operados por organizaciones de afiliación religiosa. Estos campamentos proveen un amplio rango de actividades al aire libre enmarcadas en la promoción de valores de positivos vida, de acuerdo con las tradiciones particulares de cada religión.

>> Camp Counselors

Los campamentos son operados por YMCA Internacional

YMCA (Young Men's Christian Association) fue fundada en Inglaterra en 1844 por George Williams en respuesta a las difíciles condiciones sociales generadas en las grandes ciudades al final de la revolución industrial. Esta organización desarrolla campamentos que sirven a sus comunidades al promover valores positivos además de experiencias inolvidables a sus participantes.



George Williams, Fundador YMCA

UN DIA EN EL CAMPAMENTO

Campamentos Residentes :

7:45 Levantarse
8:15 Izar la bandera
8:30 Desayuno
9:15 Ordenar la habitación
9:45 Actividades
12:00 Reunión del personal
12:30 Almuerzo
13:15 Descanso
14:45 Actividades
17:00 Se baja la bandera
17:30 Cena
18:15 Actividades optativas
19:45 Eventos especiales
21:00 Fogata del campamento
21:30 Regreso a la fogata
22:00 Se apagan las luces

Campamentos Diurnos:

7:00 Llegada del personal
8:00 Llegada de los campistas
8:15 Izar la bandera
8:30 Actividades
0:00 Natación
12:00 Almuerzo
3:00 Actividades
5:00 Salida de los campistas



>> Camp Counselors

DESDE USD 499

INCLUYE:

- Ubicación por tus destrezas y habilidades, tomando en cuenta tus preferencias por 10 semanas
- Pago mínimo de USD 1500 netos
- Documentación para la aplicación a la visa J-1
- Orientación antes, durante y después del viaje
- Seguro médico internacional
- Aplicación para tarjeta de Seguro Social
- Soporte de un coordinador Internacional
- Posibilidad de viajar al finalizar su programa
- Pago de Sevis

NO INCLUYE:

- Boleto aéreo internacional
- Transporte al lugar del destino final
- Dinero para gastos personales
- Costos de pasaporte, visado, impuestos
- Impuestos de salida del país

Para mayor información visita www.ordex.org



29

ANEXO # 11: Hoja Informativa Del Programa Work And Travel.

Work & TRAVEL



Viaja, trabaja y diviértete!!!

ORDEX te da la oportunidad única de ganar experiencia laboral en Estados Unidos y vivir la cultura americana, mientras conoces gente de todo el mundo, durante tus vacaciones de verano o invierno. Este programa lo puedes tomar sólo mientras eres estudiante universitario, **NO TE LO PIERDAS...**



>> Work and Travel

Nuestro PROGRAMA

Está dirigido a jóvenes dinámicos que deseen conocer el ambiente laboral de Estados Unidos mientras practican inglés en un trabajo temporal remunerado.

Ordex te provee el soporte necesario para la obtención de una visa J-1, la misma que te permite viajar por un período de hasta 30 días al finalizar tu programa.

Ordex te ofrece ubicaciones en hoteles, parques de diversiones, casinos, resorts, restaurantes, centros de convenciones, parques nacionales, museos, de acuerdo con la lista de disponibilidades de la temporada. Si las condiciones de tu ubicación lo permiten, puedes optar por un segundo trabajo en el tiempo libre.

Fechas DE SALIDA:

INVIERNO

Diciembre - Marzo

PRIMAVERA

Marzo - Mayo

VERANO

Junio - Septiembre

Duración:

10 -16 semanas
+ 30 días de turismo

18



Para mayor información visita www.ordex.org

"Mi experiencia fue excelente, conocí muchos lugares e hice amigos de todos lados. Cuando regresé tenía dinero ahorrado, con el que voy a viajar el próximo año"



Belén Avilés
Work and Travel 2006

OPCIONES DE UBICACION

1. FULL PLACEMENT

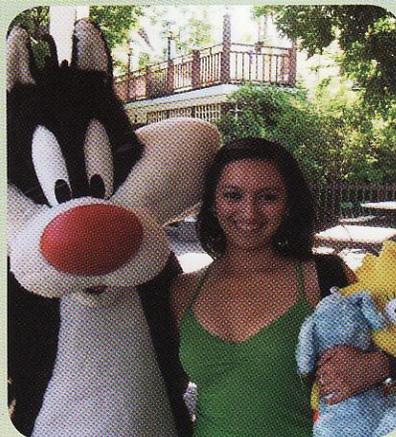
ORDEX conseguirá tu oferta de trabajo entre tres opciones que tu escojas, además te proveerá de toda la documentación y asesoramiento para el proceso de visa. Nuestros coordinadores te informarán sobre las plazas existentes.

También puedes ser seleccionado/a directamente por los representantes de los empleadores, en nuestros **JOB FAIRS**

Ordex organiza varios JOB FAIRS durante el año, insíbete YA para reservar tu cupo !!!

2. SELF-PLACED

Si ya tienes un empleador y tu oferta de trabajo aprobada, ORDEX hará el proceso necesario para proveerte de los documentos que te permitirán acceder a la Visa J-1.



>> Work and Travel



Más que una experiencia cultural...
...una experiencia de vida!!!

BENEFICIOS

- **Diversidad de empleadores.** Escoje el que más te guste.
- **Experiencia laboral internacional.** Mejora tu hoja de vida.
- **No interrumpes tus estudios universitarios.** Viajas durante tus vacaciones.
- **Practicas el idioma inglés.**
- **Amigos de todo el mundo.**
- **Inmersión Cultural.** Vive la cultura y costumbres de otro país.
- **Ganas dinero.** Administra tu propio presupuesto.
- **Adquiere nuevas habilidades.** Gana madurez, independencia, y capacidad de decisión.
- **Soporte permanente.** Asistencia antes, durante y después de tu viaje.
- **Servicio de Calidad.** Ordex es una organización seria, que cuenta con más de 10 años de experiencia en este programa.
- **Empleadores Premium (sujeto a cumplimiento de requisitos)**

Para mayor información visita www.ordex.org



19

REQUISITOS

- Estudiantes Universitarios 18 - 28 años
- Modalidad presencial a tiempo completo
- Nivel intermedio de Inglés
- Madurez, adaptabilidad, flexibilidad e independencia

Tipos de trabajos

EMPLEADORES

Casinos
Centros de convenciones
Hoteles de lujo
Parques acuáticos
Parques de diversiones
Resorts
Restaurantes
Ski resorts



POSICIONES

Anfitrión
Anfitriones
Asistente de campos de golf
Asistentes de bodega
Ayudantes de cocina
Bar tender
Botones.
Cajero
Creador de sandwiches
Despachador de comidas rápidas
Fotógrafos
Guías de museo guías turísticos
Control de calidad
Meseros
Operadores de juegos
Recepcionistas
Salvavidas
Seguridad
Vendedores



>> Work and Travel



"Nunca me voy a olvidar de lo bien que pasé las vacaciones en Estados Unidos como salvavidas, conocí tanta gente!!! No puedo esperar para volver a ir....."

Alberto Pereira
Work and Travel 2006



>> Work and Travel

DESDE USD 750

INCLUYE:

- Documentos para la obtención de la visa J-1
- Ubicación en un trabajo temporal
- Pago básico de por lo menos 6 USD por hora, trabajo entre 35 a 40 horas por semana
- Opciones de alojamiento proporcionadas por el empleador, los cuales pueden ser dormitorios o apartamentos compartidos dentro de sus instalaciones o fuera de ellas. Los costos de renta y mantenimiento serán deducidos de su cheque de pago
- Planes de comida con descuento, de acuerdo con la actividad del empleador
- Orientación antes de salir del país
- Seguro Médico / Aplicación para tarjeta de seguro social
- Soporte de un coordinador Internacional en los Estados Unidos
- Coordinación para obtener SEVIS y transferencias de aeropuerto

NO INCLUYE:

- Boleto aéreo internacional
- Transporte al lugar del destino final
- Dinero para gastos personales
- Costos de pasaporte, visado, impuestos y honorarios de SEVIS (Valor de registro estudiantil en Estados Unidos)
- Costos de vivienda y alimentación
- Impuestos de salida del país

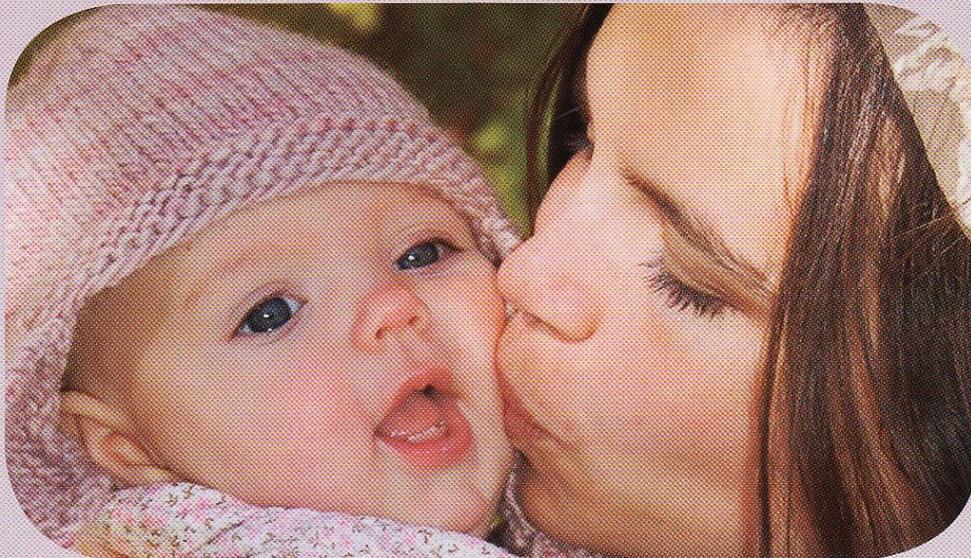
Para mayor información visita www.ordex.org



21

Una experiencia que cambiará tu vida!!!

Los Au Pairs comparten su vida y cultura con una familia anfitriona, aprenden y crecen en el transcurso de su estadía. También brindan a los hijos de sus anfitriones verdadero amor y la oportunidad de que todos se sientan parte de una gran comunidad. Este programa consiste en abrir corazones y hogares....



>>Au Pair

Nuestro PROGRAMA

Como un miembro de la familia, tú compartes sus vivencias y actividades en un ambiente sano, seguro y además, tienes la oportunidad de asistir a una escuela para reforzar el nivel de idioma. En tus vacaciones puedes viajar a diferentes lugares dentro y fuera del país.

Los Au-Pair cuidan a niños de entre 0 a 15 años, de acuerdo a tu elección, y colaboran hasta 45 horas por semana. Las actividades a realizar son:

- Llevar y traer a los niños de la escuela.
- Ayudarles en sus tareas.
- Mantener ordenadas sus cosas.
- Colaborar con la preparación de alimentos.

Los Au-Pair son responsables del cuidado de los niños, no de las tareas generales de la casa. Nuestro programa en Estados Unidos ofrece un seminario internacional de capacitación durante una semana.

Nunca olvidaré mi año como au pair, aprendí sobre la responsabilidad de tener un hijo. Hasta ahora tengo una hermosa amistad con la familia que me acogió.

María Victoria Ribadeneira
AuPair 2003



UBICACION

Familias

Son especialmente escogidas por nuestros socios internacionales, ellos desean ofrecer un lugar seguro, confortable y acogedor.

También esperan contar con una persona como tú, que garantice la seguridad de sus hijos. Ellos serán un soporte, podrán compartir sus ideas, responsabilidades y aprender de una nueva cultura al intercambiar formas de pensar y actividades.

Una familia típica puede estar conformada por profesionales que trabajen. Generalmente viven en zonas residenciales cercanas a ciudades importantes y tienen entre 2 a 3 hijos, muchos han recibido Au Pairs de otros países anteriormente.



Serás considerada como un miembro más de la familia....



ESCOGE TU DESTINO:

E.E.U.U, Canada, Francia, Alemania, Dinamarca, Suiza, Noruega Holanda.

Beneficios

- **Actividad remunerada**, puedes recuperar la inversión y ganar dinero extra
- **Conocer amigos de todo el mundo**
- **Total inmersión cultural** al compartir con una familia anfitriona seleccionada tienes la oportunidad de vivir el estilo de vida del país que tu elijas
- **Perfeccionamiento del idioma del país anfitrión en un centro educativo**, podrás tomar clases de lo que tu desees en un instituto y lograr dominar el idioma en el menor tiempo posible
- **Seguro médico completo**
- **2 semanas de vacaciones pagadas**
- **Auto propio**
- **Alojamiento y alimentación**
- **Boleto aéreo sin costo**
- **9 días de Orientación Internacional** (Nueva York o San Francisco)
- **Posibilidad de extender la visa por un año adicional**
- **Salidas durante todo el año**

Para mayor información visita www.ordex.org



23

REQUISITOS

- Edad 18 - 26 años
- Nivel intermedio del idioma del país anfitrión
- Licencia de manejo
- 200 horas de experiencia en el cuidado de niños
- Título de Bachiller
- No fumador
- Madurez, responsabilidad y flexibilidad

REMUNERACIÓN (aproximada)

- **EE.UU**
158 USD semanales
Bono de 500 USD para estudiar inglés.
- **Francia** 80 Euros semanales
- **Canadá** 600 - 1000 \$CAN mensuales
- **Alemania** 250 Euros mensuales



UN DIA COMO AU PAIR

- 7:00 Suena el despertador
- 7:30 Hacer el desayuno para los niños
- 8:30 Llevar a Anna a la escuela
- 9:00 Ir de compras al super
- 10:00 Llevar a Mike a dar un paseo
- 11:00 Recoger a Anna de la escuela
- 12:00 Preparar la comida para los niños
- 12:45 Llevarlos al Parque
- 14:00 Los niños toman una siesta
- 16:00 Ayudar a mi host mom a preparar la cena
- 17:30 Cenar todos juntos
- 18:00 Asistir a clases
- 21:30 Regreso a casa

>> Au Pair



DESDE USD 599

INCLUYE:

- Ticket aéreo (solo EE.UU)
- Documentos para obtención de visa
- Ubicación con una familia calificada
- Habitación privada y alimentación
- Remuneración semanal
- Bono para estudios
- Dos semanas de vacaciones pagadas
- 40 - 45 horas de trabajo por semana
- Orientación de 5 días (EEUU)
- Seguro médico internacional
- Traslado al destino final (después de la orientación)
- Posibilidad de extender el programa por un año más

Semana de orientación EE.UU

- Bienvenida en el Hotel
 - Introducción al seminario
 - Clases varias (primeros auxilios, cultura americana, desarrollo infantil, etc)
 - City Tour
 - Despedida y viaje hacia tu familia anfitriona

NO INCLUYE:

- Gastos personales
- Traslado de aeropuertos
- Pasaporte
- Derechos de Visa



24

Ordex

Para mayor información visita www.ordex.org

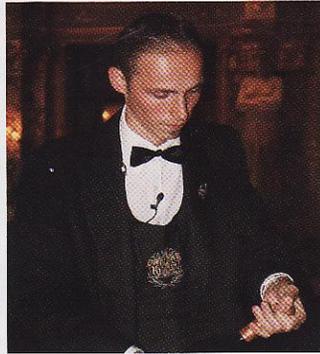
Work UK

EXPERIENCE
(PEP)



Mira hacia el futuro !!!

Este Programa está diseñado para aquellos estudiantes que deseen combinar un curso de inglés con experiencia laboral remunerada en hoteles, resorts, restaurantes, centros de convenciones del Reino Unido. Además se pueden realizar pasantías no remuneradas en áreas específicas.



>> Work Experience Uk

Nuestro PROGRAMA

Permite perfeccionar el idioma inglés dentro de un ambiente laboral intencional.

El realizar labores rutinarias en un lugar donde se habla otro idioma, hace que el aprendizaje del mismo sea rápido y efectivo.

Este programa esta acreditado por el Consejo Nacional de Post-Educación del Reino Unido.

Fases del programa:

1. Curso de inglés. Orientado al ambiente laboral con temas sobre :

- Habilidades para buscar y aplicar a un empleo.
- Recomendaciones para una entrevista de trabajo

- Trabajo en equipo
- Atención al cliente
- Cultura británica

2. Experiencia laboral.

Existen dos opciones:

- **Trabajo** en posiciones no administrativas asignadas por los empleadores dentro de hoteles, resorts, casinos, parques de diversiones ubicados en cualquier lugar del Reino Unido, incluyendo Escocia, Gales e Irlanda del Norte. No se requiere entrenamiento previo.
- **Pasantías no remuneradas** en posiciones afines a tu carrera (sujeto a disponibilidad).



30



Para mayor información visita www.ordex.org



MODALIDADES DEL PROGRAMA

- A** (27 semanas)
4 semanas de clases + 22 semanas de trabajo a tiempo completo + 1 semana de evaluación
- B** (35 semanas)
12 semanas de clases + 22 semanas de trabajo a tiempo completo + 1 semana de evaluación
- C** (39 semanas)
16 semanas de clases + 22 semanas de trabajo a tiempo completo + 1 semana de evaluación
- D** Short Stay (17 semanas)
8 semanas de clases + 8 semanas de trabajo a tiempo completo + 1 semana de evaluación
- E** ADVANCED (52 semanas únicamente en Londres)
4 semanas de clases intensivas + 47 semanas de trabajo a tiempo completo + 1 semana de evaluación
(30 hrs de clases a la semana)
- F** WORK AND STUDY. (28 semanas) sólo Brighton y Bournemouth



BENEFICIOS

- **Diversidad de empleadores**
- **Experiencia laboral internacional.** Mejoras tu hoja de vida.
- **Practica el idioma inglés.** Perfeccionas tus habilidades en tu trabajo.
- **Amigos de todo el mundo.** Conoces gente de diferentes lugares y culturas.
- **Inmersión Cultural.** Vives y compartes con la sociedad británica.
- **Gana dinero.** Administras tu propio presupuesto.
- **Adquiere nuevas habilidades.** Ganas madurez, independencia, y capacidad de decisión.
- **Soporte permanente.** Asistencia antes, durante y después de tu viaje.
- **Servicio de Calidad.** Ordex es una organización seria, que cuenta con más de 10 años de experiencia en Programas de Intercambio Cultural.

Para mayor información visita www.ordex.org



REQUISITOS

- Edad mínima 18 años.
- Nivel de Inglés intermedio – avanzado
- Madurez, flexibilidad e independencia

OPCIONES DE ALOJAMIENTO

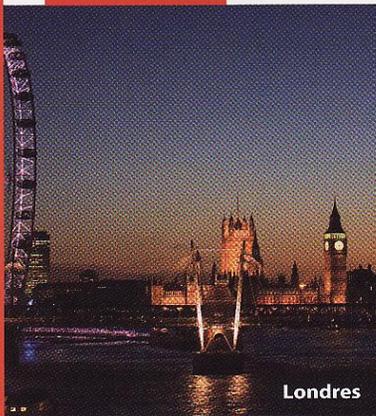
Familia Anfitriona

Las familias son cuidadosamente seleccionadas para proveer alojamiento y alimentación durante el período de estudios. En la etapa laboral el empleador ofrecerá opciones de alojamiento dentro o fuera de sus instalaciones, la renta será descontada de su remuneración.

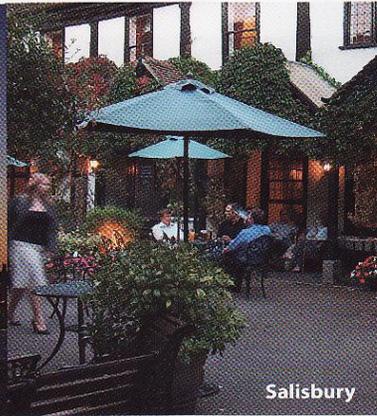
Otras Opciones

Tienes la posibilidad de encontrar tu propio alojamiento, muchos estudiantes forman grupos de amigos que deciden compartir un apartamento.

DESTINOS



Londres



Salisbury



Eastbourne

>> Work Experience Uk

DESDE USD 3.800

INCLUYE:

- Clases de Inglés (15 lecciones por semana)
- Ubicación en una pasantía remunerada a tiempo completo (38 a 40 horas a la semana)
- Remuneración de 5,35 libras esterlinas la hora (4,45 libras esterlinas para menores de 22 años)
- Soporte de un Coordinador
- Asistencia en el proceso, asesoramiento para trámite de visa, preparación para el viaje y devolución de impuestos
- Certificado de experiencia laboral de la Universidad de Cambridge (opcional)
- Diploma de suficiencia de su Escuela de Idiomas
- Certificado de participación auspiciado por el Consejo Nacional de Post-Educación
- Seguro Médico Internacional durante todo el programa



NO INCLUYE:

- Costos de traslados (Aproximadamente 85 libras esterlinas desde el aeropuerto Heathrow)
- Ticket aéreo
- Costos de Pasaporte y Visa
- Alojamiento y alimentación

32



Para mayor información visita www.ordex.org

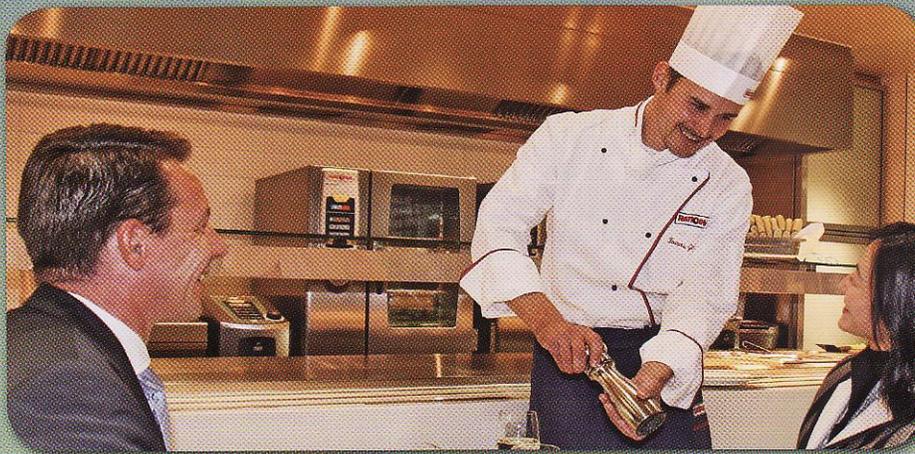
ANEXO # 14: Hoja Informativa Del Programa Pasantías Internacionales.

Pasantías PROFESIONALES



Impulsa tu carrera en el exterior!!!

Una pasantía profesional es una excelente inversión en tu futuro porque le da una dimensión internacional a tu CV. Conocerás los métodos de trabajo en otros países y los podrás aplicar a tu regreso.



>>Pasantías Profesionales

Nuestro PROGRAMA

Una pasantía es una herramienta para ganar experiencia en el campo laboral y cultural. Después de terminar la universidad es importante agregarle práctica a la teoría recibida.



Opciones:

En Inglaterra el programa permite al participante combinar un curso de lengua inglesa con un trabajo remunerado a medio tiempo. En Estados Unidos la pasantía es a tiempo completo, mientras que en Australia también se puede combinar un curso de idiomas con trabajo remunerado en diversas industrias.

Fechas DESALIDA:

El 90% de las ubicaciones son en áreas de Hotelería y Turismo, lo que hace de este programa una opción óptima para estudiantes con carreras afines. También existen oportunidades para estudiantes de otras especialidades.

Este programa está abierto durante todo el año.

Duración: 6, 12 o 18 meses.

"He aprendido nuevas expresiones en inglés de mis colegas, conocido a mucha gente todos los días y desarrollado buenas destrezas de trabajo en equipo."

Jack Simons
Australia



AREAS DE ENTRENAMIENTO



Los pasantes son ubicados en actividades laborales variadas, siendo el 90% de los puestos disponibles en áreas hoteleras y turísticas. ORDEX también ofrece cupos en posiciones administrativas como: asistentes de oficina, servicio al cliente o auxiliar en un proyecto especial de la compañía. Los pasantes trabajarán entre 30-40 horas por semana.

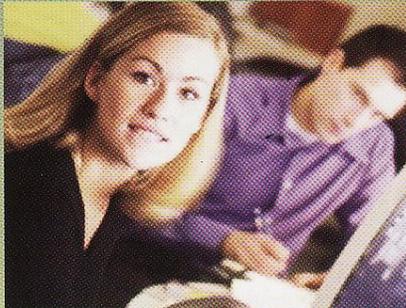
OPCIONES DEL PROGRAMA

1 CON EMPLEADOR DE ORDEX

Ordex coordina con sus socios internacionales la búsqueda de un empleador ideal. Asiste en el proceso de selección, emisión de documentos y trámites del viaje.

2 EMPLEADOR PROPIO (self placed)

Si encuentras previamente un empleador calificado con el que puedas realizar la pasantía, ORDEX te ayudará con el soporte necesario para la tramitación del visado.



BENEFICIOS

Revitalizas tu espíritu emprendedor

Amplias tu visión del mundo

Obtienes un certificado internacional

Conoces nuevos amigos y futuros contactos

Dominio del Idioma Inglés en tu área. Tienes la oportunidad de practicar el idioma y de aprender vocabulario técnico relacionado con tu especialidad

Recibes un salario. El programa te garantiza un salario que no será menor a USD 6 por hora.

Para mayor información visita www.ordex.org



Requisitos

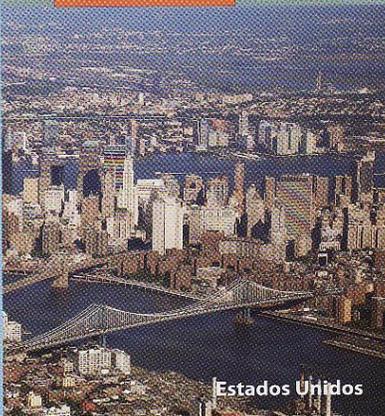
- Egresados, profesionales o recién graduados con experiencia laboral.
- 21 - 30 años. Participantes con ubicación propia hasta 35 años.
- Fluidez en el idioma Inglés. Terminología de su área (preferencia TOEFL)
- Madurez, independencia, honestidad y flexibilidad.

OPCIONES DE ALOJAMIENTO

El estudiante escoge el alojamiento de acuerdo a su presupuesto. El empleador puede proveer opciones en el área, el pasante compartirá con el personal que labore en el lugar.

DESTINOS

>>Pasantías Profesionales



Estados Unidos

Destinos frecuentes:

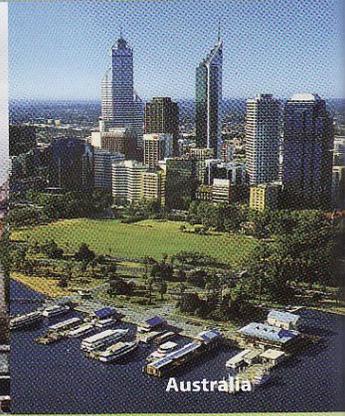
Boston
New York
Houston
Los Angeles
San Diego



Inglaterra

Destinos frecuentes:

Londres
Oxford
Cambridge
Bournemouth
Brighton



Australia

Destinos frecuentes:

Sydney
Perth
Melbourne
Gold Coast

DESDE USD 2.000

INCLUYE:

- Ubicación con un empleador seleccionado
- Remuneración establecida antes del viaje
- Planes de alojamiento y alimentación recomendados por el empleador
- Soporte de un coordinador internacional
- Asistencia antes, durante y después del viaje
- Documentación para el trámite de visa
- Reuniones de preparación para el viaje
- Seguro médico internacional

NO INCLUYE:

- Ticket aéreo
- Transferencia de aeropuerto
- Gastos personales
- Costos de pasaporte y visa
- Impuestos

ANEXO # 15: Promedio De Inflación Anual Varios Países Año 2010.

PROMEDIO DE INFLACIÓN ANUAL		
VARIOS PAÍSES DONDE SE REALIZA LOS INTERCAMBIOS		
PAÍS	AÑO	PORCENTAJE
ECUADOR	2010	3,33
REINO UNIDO	2010	3,70
ESTADOS UNIDOS	2010	1,50
CANADÁ	2010	3,26
UNIÓN EUROPEA	2010	2,60
AUSTRALIA	2010	2,70
NUEVA ZELANDA	2010	4,00
PROMEDIO	2010	3,01

Fuente: información sitios web

ECUADOR: www.hoy.com.ec/...ecuador/inec-inflacion-de-2010-fue-de-333-451683.html

REINO UNIDO: www.cincodias.com/.../inflacion-

ReinoUnido...2010.../20110118cdscdseco_11/

ESTADOS UNIDOS : www.misfinanzasenlinea.com/.../la-inflacion-en-eeuu-en-2010-es-

la-mas-baja -en-dos-anos

CANADÁ: blog.finanzas.ca/2011/02/.../la-inflacion-en-canada-ano-2010

UNIÓN EUROPEA: globedia.com/inflacion-europa-diciembre

AUSTRALIA: www.rateinflation.com/consumer.../australia-cpi.php

NUEVA ZELANDA: www.rbnz.govt.nz.