



## RESUMEN

El plan de negocios consiste en analizar la factibilidad de una Centro de Educación Inicial en la ciudad de Cuenca, dedicada al cuidado y educación de niños de 0 a 5 años. El objetivo del estudio fue determinar la viabilidad comercial, técnica, económica y legal del proyecto. Se realizó un estudio de mercado donde se determinó la existencia de una demanda insatisfecha por la calidad de los servicios que brindan las otras instituciones dedicadas a la misma actividad. Posteriormente el análisis de la instalación, los servicios que brindara este centro Educativo, y la parte de Marketing. En el estudio económico, se realizó una proyección de ingresos y gastos a 5 años, se calcularon los indicadores económicos a una tasa de descuento referencial del 9.02%, que es la tasa activa legal según el Banco Central del Ecuador, como resultado en el escenario un VAN de \$ 69.951,49 una TIR de 68 % esto indica la conveniencia económica del proyecto.

Palabras claves: Estudios, balances, institución, económico, centro.



## ÍNDICE

### Capítulo I:

1.1 Antecedentes	7
------------------	---

### Capítulo II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	
2.2.1 Plan de Negocios	9
2.2.2 Definición	9
2.2.3 Beneficios del Plan de Negocios	9
2.3 PROCESO DE PLANIFICACIÓN	10
2.4 DEFINICION DEL NEGOCIO	12
2.4.1 ¿Cuál es el negocio?	12
2.4.2 La Misión	14
2.4.2 Visión	16
2.5 ANÁLISIS ESTRATÉGICO	16
2.5.1 FODA	17
2.5.2 Objetivos	18
2.5.3 Estrategias	19
2.6 ANÁLISIS DE MERCADO	20
2.6.1 Investigación de Mercado	20
2.6.1 La Competencia	21
2.6.7 El Cliente	22
2.7 CÓMO REALIZAR EL MARKETING	23
2.7.1 El Producto	24
2.7.2 El Precio	25
2.7.3 La Distribución (Plaza)	27
2.7.4 La Comunicación (Promoción)	29
2.8 ESTUDIO ORGANIZACIONAL	31
2.9 ESTUDIO ECONOMICA Y FINANCIERA	33
2.9.1 La Inversión necesaria	33



2.9.2 Análisis de rentabilidad	34
2.9.3 La proyección de Ventas	34
2.9.4 Análisis de Costos	35
2.9.5 El Punto de Equilibrio	36
2.9.6 VAN	36
2.9.7 TIR	36

### **Capítulo III: PLAN DE NEGOCIOS**

3.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	38
3.1.1 Nombre o razón social	38
3.1.2 Ubicación	38
3.1.3 Nombre de los Propietarios	38
3.1.4 Descripción del servicio	38
3.1.5 Especificaciones del servicio	38
3.2 PLAN ESTRATEGICO	40
3.2.1 Misión	40
3.2.2 Visión	40
3.2.3 Factores Claves y Ventajas competitivas	41
3.2.4 Objetivos	42
3.2.5 Líneas de Acción	43
3.3 LA ORGANIZACIÓN	44
3.4 MARCO LEGAL	45
3.5 ESTUDIO DE MERCADO.	46
3.5.1 Segmento de Mercado, Tamaño, Tendencias	46
3.5.2 Análisis e interpretación del Estudio del Mercado	48
3.6 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	54
3.7. PLAN DE MARKETING	57
3.7.1 Servicio	57
3.7.2 Precio	57
3.7.3 Ubicación	57
3.7.4 Promoción	57



3.8 CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	58
3.8.1 Diferenciación con otros servicios. Ventajas y desventajas.	60
3.9 ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO	60
3.9.1 Proyección de Inventario	47
3.9.2 Proyección de Ingresos y Egresos	63
3.9.3 Flujo de Efectico	65
3.10 CONCLUSIONES	68
3.11 RECOMENDACIONES	69
3.12 BIBLIOGRAFIA	71
ANEXOS	72



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DIPLOMADO SUPERIOR EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE  
EDUCACIÓN INICIAL “HAPPY CHILDREN”**

**Trabajo previa a la obtención del  
Título de Diplomado Superior en  
Emprendimiento e Innovación**

**AUTORA: Lic. MARCELA LOJA**

**DIRECTORA: MSC. XIMENA PERALTA VALLEJO**

**Cuenca-Ecuador**

**2010**



## ***AGRADECIMIENTO***

Agradezco a Dios por haberme dado la vida, a mis padres por darme su fortaleza y apoyo incondicionalmente para seguir adelante.

A mis profesores por ser guías y amigos en mis estudios.

**LA AUTORA**



## **CAPITULO I**

### **ANTECEDENTES**

La ciudad de Cuenca al igual que las demás ciudades del País, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), está incrementando su población, además por la situación económica del Ecuador dentro de los últimos años las amas de casa han tenido que abandonar sus hogares para salir a trabajar, por lo que necesitan un centro de cuidado para sus niños.

La crisis económica que tiene el país hace que muchas familias obtén por trabajar los dos miembros de la familia que son Padre y Madre, por lo cual se hace necesario dejar a sus hijos en compañía de parientes o personas cercanas, pero esto no puede ser todos los días o no cuentan con las seguridades necesarias por lo cual se ven en la obligación de buscar un Centro de Educación Inicial que le brinde la seguridad que necesitan con sus hijos, así también mientras estos niños se encuentren en el Centro puedan aprender.

Cuenca es una ciudad de crecimiento constante, por lo cual se hace necesaria la creación de Centros de Educación Inicial, para facilitar a los jóvenes padres continuar con sus estudios o sus trabajos.

Las Familias cuencanas buscan lugares cercanos a su casa o trabajo que les permita facilitar el movimiento, también están en contante innovación de las facilidades que ofrece el Centro para facilitar el estudio de sus hijos, con nuevas técnicas educación que les permita desde pequeños despertar el interés por las cosas.

La Gloria es un barrio de Cuenca donde podemos encontrar familias que no tiene un Centro de Educación Inicial cercano para dejar a sus hijos, por lo cual tiene que movilizar a otros lugares donde existen estos Centro para dejar a sus



hijos, lo cual hace que pierdan tiempo para llegar a sus trabajos, por lo cual se hace necesaria la creación de un Centro.





## **CAPITULO II**

### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### **Plan de Negocios**

##### **Definición**

Un plan de negocios es un documento que en forma ordenada y sistemática detalla los aspectos operacionales y financieros de una empresa. Al igual que un mapa guía a un viajero, el plan de negocios permite determinar anticipadamente donde se queremos ir, donde nos encontramos y cuanto nos falta para llegar a la meta fijada.

##### **Beneficios del Plan de Negocios**

Entender mejor su producto o servicio. Determinar cuáles son sus metas y objetivos. Anticipar posibles problemas y fallas. Clarificar de dónde vendrán sus recursos financieros. Tener parámetros para medir el crecimiento de la empresa. Es una herramienta de comunicación para familiarizar empleados, personales de ventas, suplidores, asociados en los objetivos de la empresa. Un buen “plan de negocios” permite ahorrar dinero, ya que enfoca la organización en lo importante.

La extensión y profundidad de un “plan de negocios” dependerá de los requerimientos de financiamiento externo, o se necesite conseguir socios, inversionistas o compradores potenciales de la empresa.

Al igual que un “currículum vitae” es la presentación escrita de una persona, un “plan de negocios” es la descripción anticipada y escrita de una empresa.

“No podemos concebir un organismo de cualquier índole cuyos directivos no tuvieran en estudio los objetivos de la negociación, y desde luego la mejor manera de llegar a esos objetivos. Un grupo de personas que no encamine sus esfuerzos guiado por algún plan, viene a ser meramente un núcleo incoherente



y sin dirección y no un organismo”, como dice Robert Anthony en el texto clásico “Management Accounting”.

Aunque el nombre de “plan de negocio” (business plan) y la estructura generalmente aceptada para ellos es de origen reciente, la llamada planeación periódica, planeación de proyectos especiales, planes maestros, se han utilizado desde tiempos inmemoriales.

Una forma de planeación y control, orientados a la contabilidad, han sido los presupuestos. Otra forma de planeación fácil de entender es el plan de vuelo de una aeronave.

## **PROCESO DE PLANIFICACIÓN**

El plan de negocios es un documento que ayuda a la empresa a analizar el mercado y planificar la estrategia de negocios.

El plan se utiliza tanto como en una empresa como en un pequeño emprendimiento en distintas etapas de la vida de una empresa, donde a través de un documento donde encontramos los aspectos esenciales de proyectos que pueden ser: Lanzamientos de nuevos productos, mejora de productos existentes, cambiar o ampliar locales para la producción, respaldar pedidos de créditos o interesar a un socio potencial.

“Plan de negocios permite reunir información necesaria para valorar un negocio y establecer los parámetros generales para ponerlo en marcha”

En el documento se establece la naturaleza del negocio, los objetivos del empresario y las acciones que se requieren para alcanzar dichos objetivos. Este debe ser capaz de guiar al empresario a través de un laberinto de decisiones de negocios y alternativas para evitar “caminos equivocados” y “callejones sin salida”.



La implementación de un proyecto no depende solo de una buena idea, también es necesario demostrar que es viable desde el punto de vista económico y financiero.

En el Plan de negocios predomina los aspectos económicos y financieros, pero también es fundamental la información que está relacionada con los recursos humanos, las propuestas estratégicas, comerciales y operativas.

## **LOS REVISIÓN**

Las ventajas de un plan de negocios es facilitar la implementación de las distintas circunstancias donde se va a desarrollar las actividades de la empresa. Teniendo en cuenta la complejidad y dinámica de los mercados actuales, ninguna empresa puede crecer y competir sin tener en cuenta las variables que intervienen y realizar un análisis integral para verificar si el emprendimiento es o no factible. Por otra parte es necesario señalar que siempre está presente en todo negocio el riesgo y la incertidumbre asociados con el éxito o fracaso del mismo. La planificación contribuye a resolver un número importante de problemas que tiene la pequeña y mediana empresa, Ejemplo.

1. Falta de capital de inversión y acceso a fuentes financiamiento
2. Prever situaciones que afecta la rentabilidad
3. Introducción en forma eficaz nuevos productos y servicios al mercado
4. Establecer y aplicar normas de producción y control de calidad
5. Falta de estrategias de marketing

Razones por las que se decide hacer un plan de negocios.

- Verificar un negocio sea viable desde el punto de vista económico y financiero
- Detectar y prevenir problemas antes de que ocurran, ahorrando tiempo y dinero.
- Determinar necesidades de recursos con anticipación



- Examinar el desempeño de un negocio en marcha.
- Tasar una empresa para la venta
- Conducir y buscar la forma más eficiente de poner en marcha un emprendimiento
- Respaldar la solicitud de crédito a una entidad financiera.

Es importante organizar la información teniendo en cuenta a quién va dirigido y tratar que sea lo más completa posible para que cumpla el objetivo propuesto.

No se debe olvidar que un plan de negocios es un valioso instrumento que sirve para **reflexionar** sobre los asuntos críticos de un emprendimiento, ayuda al empresario a **comunicarse** con inversionistas, socios, empleados, etc. y se utiliza como un documento de consulta permanente para medir los avances de un negocio.

El plan de negocios es una herramienta de gestión sujeta a una revisión permanente, porque la realidad donde actúa la empresa tiene la particularidad de ser por naturaleza, dinámica y cambiante.

## DEFINICION DEL NEGOCIO

### ¿Cuál es el negocio?

Cuando se ha seleccionado una idea como iniciativa para desarrollar un negocio, la misma debe responder a una necesidad o deseo actual o potencial de los consumidores. Ese es el objetivo fundamental.

Las personas compran bienes o servicios para satisfacer una necesidad o un deseo.

Por ejemplo: alimentos (pan, carne, frutas, etc.); tener más confort en el hogar (electrodomésticos, muebles, etc.); esparcimiento (cine, teatro, viajes); transporte (automóviles, bus, aviones).



Detectar esas necesidades y deseos se convierten en oportunidades de negocios y el empresario busca la forma más conveniente de satisfacerlos.

En primer lugar, el empresario debe definir en qué negocio va desarrollar sea este un producto o servicio.

Esto requiere tomar distancia entre lo que uno hace cotidianamente, para ver si **"es"** lo que realmente **"parece que hace"**. No es un juego de palabras sino que se busca el mejor enfoque y el más creativo posible para direccionar los negocios.

Hay un ejemplo clásico: cuando un comerciante vende perforadoras ¿qué es lo que vende realmente? ¿Qué le compra el cliente? ¿Perforadoras? **NO**. Lo que busca realmente y por lo que paga, es: ¡¡ La capacidad de hacer perforaciones!! La misma que logrará con el uso del aparato que llamamos "perforadoras" o con otro dispositivo.

Los métodos para satisfacer necesidades pueden ser muchos y diferentes. Como son también diferentes los consumidores.

Por ello hay un sinnúmero de interrogantes que un emprendedor debe encontrar las respuestas.

¿En cuál segmento de mercado estoy?

¿En cuál quiero estar?

¿A qué clientes quiero atender?

¿Con cuáles bienes o servicios?

Mi vocación y mis aptitudes

¿Hacia cuál mercado me impulsan?

¿Cómo va a crecer ese sector en los próximos años?

¿Qué estoy haciendo para ingresar en él?



Un negocio es mucho más que un producto o servicio. Por eso es necesario contar con un Plan, que obligue a pensar, investigar y trabajar en forma estratégica sobre el negocio y no actuar solamente sobre la base de la intuición.

## **La Misión**

La misión es el enunciado que hace el empresario de lo que va a hacer y para quién lo va a hacer.

La misión de una empresa queda definida por tres componentes:

- a) ¿Qué vendemos? (oferta).
- b) ¿A quién se lo vendemos? (demanda).
- c) ¿Por qué nos eligen a nosotros? (ventaja competitiva).

En otras palabras, una misión ayuda a que la compañía pase de "tratar de hacer las cosas bien" a "hacer lo correcto".

Características que le permite trascender a la empresa:

- Orientación al cliente
- Alta calidad en sus productos y/o servicios
- Mejoramiento continuo
- Tecnología de Punta
- Ventajas y/o distingos comparativos

Debe reunir ciertos requisitos que le den validez y funcionamiento

- Amplia    - Motivadora    - Congruente.



Debe contestar 3 preguntas básicas.

-¿Qué? - ¿Quién? - ¿Cómo?

Esto debe estar en constante revisión para ver si es congruente con el funcionamiento de la empresa.

### **Los factores clave para el éxito**

No existe una forma fácil de determinar si un producto o servicio tendrá éxito. No hay solución mágica. Hay muchos factores que inciden en el éxito o fracaso de un negocio. Existen algunos elementos que son claves y es necesario tomarlos en cuenta para que la empresa funcione y sea rentable:

- Es primordial que el producto o servicio satisfaga una necesidad.
- La calidad y el precio deben ser los adecuados.
- Buscar de ser líder en el mercado.
- Comprar a precios competitivos.
- Saber hacer las cosas mejor que los otros.
- Tener solvencia financiera.
- Estar en una buena ubicación.
- Ofrecer un producto/servicio innovador.

Un error que se comete con frecuencia, principalmente por parte de aquellas personas que se inician en la actividad empresarial, es realizar un negocio similar a otro que le fue bien; y no se dan cuenta que esa reproducción de actividades trae como consecuencia un acortamiento en los beneficios, porque se está repartiendo el mismo mercado en un número mayor de negocios.

Hay dos preguntas fundamentales que se deben responder:

- a) ¿Cuál es el factor clave del negocio que pienso desarrollar?
- b) ¿Qué diferencia tengo con los demás y que sea significativa?



Es imprescindible distinguirse de los demás con ideas innovadoras, desarrollar una buena imagen a través de la calidad de los productos, los servicios al cliente, el diseño del envase, etc.

## VISIÓN

La Visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar

Visión: Es el sueño alcanzable a largo plazo, el futuro aspirado. -Se debe incorporar tanto la Visión del usuario externo, como la del Interno. Debe ser alcanzable y real.

## ANÁLISIS ESTRATÉGICO

El análisis estratégico abarca una serie de estudios basados en la información existente sobre el entorno competitivo donde se desempeña la empresa cuyo objetivo es formular una estrategia empresarial.

Se evalúa el ambiente interno de la empresa que comprende sus **"fortalezas"** y **"debilidades"**, que incluyen el talento humano, técnicos, financieros, etc.

Se analiza el contexto que contiene a la empresa, con sus posibilidades de desarrollo de mercado (producto/servicios) y las alternativas que ofrecen mayores perspectivas de crecimiento rentable constituyen las **"oportunidades"**; y por otra parte se evalúan las **"amenazas"** que representan un obstáculo para su crecimiento.

Podemos identificar a modo de ejemplo:





### **Fortalezas**

- La experiencia que uno tenga en el ramo de la actividad
- Recursos humanos bien capacitados y motivados
- La accesibilidad a las materias primas a precios adecuados
- La calidad de los productos
- Ubicación apropiada

### **Oportunidades**

- Mercado en crecimiento
- Deficiencia de la competencia en la producción y/o distribución de sus productos
- Posibilidades de exportar

### **Debilidades**

- Falta de capital de trabajo
- Recursos humanos sin capacitación y totalmente desmotivados
- Conocimiento inadecuado del mercado
- Precio alto
- Calidad deficiente

### **Amenazas**

- Competencia desleal
- Aparición de productos sustitutos
- Introducción de productos importados
- Escasez de materia prima

Lo importante es poder percibir de qué manera el contexto ejerce algún impacto sobre la empresa, cómo controlarlos, y tratar de convertir las



debilidades y las amenazas en fortalezas y oportunidades respectivamente o por lo menos neutralizarlas.

## **Los objetivos**

El objetivo establece un resultado que permite cerrar la distancia entre la situación actual y un estado futuro deseado.

Los objetivos deben ser realistas y alcanzables. Se deben cuantificar y medir. Tienen que ser alcanzables y accesibles para quién se lo proponga.

A medida que se van logrando los objetivos, es necesario establecer nuevas metas o modificar objetivos ya definidos en función de los cambios que se producen en los negocios.

La formulación de objetivos debe cumplir con algunos requisitos esenciales:

- Establece un único resultado a lograr (aumentar la producción un 10 % el año próximo).
- Comienza con un verbo de acción (lograr, aumentar, participar, desarrollar, etc.).
- Tiene una fecha límite para su cumplimiento.
- Debe ser lo más específico y cuantificable posible.
- Es coherente con la misión de la empresa y con los demás objetivos que se establezcan.
- Deber ser factible de alcanzar, para no provocar frustración y falta de motivación.



## **Las estrategias**

Estrategia es la adaptación de los recursos y habilidades de la empresa al entorno cambiante, aprovechando sus oportunidades y evaluando los riesgos en función de objetivos y metas".

La estrategia es el camino que la empresa debe recorrer para alcanzar sus objetivos. Toda estrategia es básicamente estrategia competitiva.

Desde el punto de vista de los objetivos estratégicos se podrá optar por todo el mercado o una parte del mismo, y desde la óptica de las ventajas competitivas existentes, las alternativas serían la diferenciación o el control de costos.

### **a) Liderazgo general en costos**

Esta estrategia se basa fundamentalmente en mayor productividad y hace hincapié en la posibilidad de ofrecer productos y servicios a un precio bajo.

### **b) Estrategia de diferenciación**

Esta estrategia consiste en adicionar a la función básica del producto algo que sea percibido en el mercado como único y que lo diferencie de la oferta de los competidores.

### **c) Concentración o enfoque de especialista**

El objetivo de esta estrategia es concentrarse en la atención de las necesidades de un segmento o grupo particular de compradores, sin pretender abastecer el mercado entero, tratando de satisfacer este nicho mejor que los competidores.

Esta última estrategia permite lograr liderazgo de mercado dentro del segmento-objetivo y es la más aconsejable para los micro, pequeños y medianos empresarios.



## ANÁLISIS DE MERCADO

### Investigación de Mercado

La investigación de mercado es el instrumento que posibilita a la empresa conocer el mercado donde va a ofrecer sus productos y servicios, acercarse al mismo para comprenderlo y luego desarrollar su estrategia para satisfacerlo.

La investigación de mercado permite aproximarnos a la determinación de la demanda esperada y conocer los aspectos cuantitativos y cualitativos de la misma.

Es necesario definir quienes van a ser los posibles clientes, tratando de averiguar con el mayor detalle posible sobre sus ingresos, sexo, edad, educación, etc. Esta información es valiosa para determinar.

- ¿qué tipo de publicidad es necesario realizar?
- ¿qué política de precios?
- ¿cuál va ser la ubicación del negocio?
- ¿Qué piensan los clientes potenciales de los productos o servicios?
- ¿Cómo perciben los atributos de los productos o servicios que se ofrecen?
- ¿Cuáles son los puntos débiles de esos productos o servicios? Esto permite mejorar los productos y hacerlos más atractivos para los potenciales clientes.
- En cuanto a la perspectiva del negocio, basándose en la investigación de mercado, ¿Hay datos que indican que habrá suficientes clientes como para que el negocio genere ganancias?

**Esto no quiere decir que el estudio de mercado garantice el éxito de un negocio porque los mismos son favorables.** La viabilidad de un negocio depende de muchos otros factores. No obstante el resultado del estudio de mercado puede orientar las líneas generales del emprendimiento y ver si vale la pena seguir o no con el mismo.



La investigación permite saber en qué mercado va a actuar la empresa, que parte de ese mercado tiene posibilidades de atender, quienes son los competidores, quienes y en qué cantidades van a comprar el producto, a qué precio y si existe probabilidad de crecimiento de la demanda o por el contrario es un sector que tiende a desaparecer.

## **La Competencia**

Toda empresa enfrenta una serie de competidores. Para tener éxito, es necesario satisfacer las necesidades y los deseos de los consumidores mejor que como la hacen sus competidores.

Es imprescindible conocer quiénes van a competir con el negocio. Las empresas deben adaptarse no sólo a las necesidades de los clientes, sino también a las estrategias de otras empresas que atienden a los mismos sectores.

No existe una estrategia competitiva que funcione para todas las empresas. Cada empresa debe considerar su tamaño y su posición en el mercado en relación con sus competidores. Las empresas pequeñas también pueden elegir estrategias que les proporcionen ciertas ventajas.

Antes de iniciar un negocio es conveniente responder a preguntas como las siguientes:

- ¿Quiénes son mis competidores?
- ¿Qué productos o servicios ofrecen?
- ¿Qué forma de pago tienen?
- ¿Qué participación tienen los competidores en el mercado?
- ¿Qué política de precios tienen para sus productos o servicios?
- ¿Es un mercado muy competitivo, donde aparecen y desaparecen rápidamente empresas? ¿Por qué?
- ¿Qué productos sustitutos pueden aparecer?
- ¿Cuáles son las tendencias del sector en los próximos años?



- ¿Cómo cree que pueden reaccionar frente al ingreso de otro competidor?

Por ello es necesario incluir en el Plan de Negocios los siguientes temas:

1. Descripción de la competencia.
2. Tamaño de la competencia.
3. Estimación de ganancias de la competencia.
4. Como opera la competencia.

## **El Cliente**

Cualquiera sea el producto o servicio que se ofrece, es imprescindible conocer al cliente. El cliente es la razón de ser de un negocio. Es el que compra y hace que la empresa se desarrolle o no. Por eso es necesario conocerlos.

Hay distintas maneras de acercarse al cliente para conocerlo.

- Encuestas periódicas.
- Investigación de mercado.
- Conversar con los empleados que están en contacto con el cliente.
- Atender personalmente los reclamos y las quejas.

De esta manera se puede tener un panorama cercano a la realidad, pero es necesario conocer con detenimiento este aspecto.

Conocer a fondo al cliente implica dedicación, tiempo y trabajar con el personal en estrategias y soluciones; tratando de anticiparse a los problemas.

**“Escuchar a los clientes tiene que llegar a ser la meta de todos. Con una competencia que avanza cada vez con mayor rapidez, el éxito será para aquellos que escuchen y respondan más resueltamente”. (Tom Peters).**



Las siguientes son algunas preguntas que pueden servir de guía para el análisis de los clientes:

- ¿A qué segmento/s de mercado se va dirigir con el producto o servicio?
- ¿Cuántas personas constituyen el mercado potencial?
- ¿Cómo se podrá ampliar la cantidad de clientes?
- ¿Quiénes y cuántos conocen los productos o servicios?
- ¿Por qué razones se acepta el producto/servicio que se va a ofrecer?
- ¿Con qué frecuencia se compra?
- ¿Es un producto estacional o de todo el año?
- ¿Cómo pagan los clientes (tarjeta, efectivo, cheque, etc.)?
- ¿El precio del producto o servicio es aceptado por el mercado?
- ¿Cómo se desarrollará la demanda en los próximos años?
- ¿Qué causas pueden modificar la actitud de los posibles clientes?
- ¿Cuáles son los procedimientos para comprar que usan los clientes?  
(por teléfono, van al comercio, los visitan los vendedores, etc.)
- ¿Están sus clientes dispuestos a arriesgarse a comprar algo nuevo?

## **CÓMO REALIZAR EL MARKETING**

**“Marketing es el conjunto de actividades que facilitan el paso de los productos/servicios desde el lugar de origen o producción hasta el destino final: el consumidor”.**

El marketing debe tener en cuenta:

- Lo que quiere el cliente.
- Dónde y cuándo lo quiere.
- Cómo quiere comprarlo.
- Quién quiere realmente comprarlo.
- Cuánto quiere comprar y cuánto está dispuesto a pagar por él.



- Por qué puede querer comprarlo.
- Qué estrategia utilizaremos para que finalmente se decida a comprarlo.

Una vez identificado al grupo de clientes potenciales, el objetivo es satisfacer las demandas del segmento que se ha elegido, mediante el producto o servicio que se ofrece.

Es necesario lograr que el producto encuentre un lugar en la mente de los consumidores, para que lo conozcan, lo elijan y lo compren. Para ello es necesario desarrollar un plan de marketing que comprenda las cuatro variables fundamentales: **Producto**, **Precio**, **Plaza** (distribución) y **Promoción** (comunicación).

## El Producto

¿Qué es un producto?

**“Un producto es cualquier elemento que se puede ofrecer a un mercado para la atención, la adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas”.**

El producto tiene tres aspectos básicos que es necesario tener en cuenta:

- Característica del producto; **¿qué es?**
- Funciones; **¿qué hace?**
- Beneficios; **¿qué necesidades satisface?**

Por eso es muy importante conocer las necesidades y deseos de los clientes, porque representa el componente más destacado (beneficio) para agregar valor a nuestros productos.





La pregunta clave es: ¿Por qué el cliente elegirá nuestro producto, entre tantos otros iguales que están en el mercado?

Desde el punto de vista funcional se pueden manejar las siguientes variables:

- **Modificar el producto** para adecuarlo más a las necesidades del consumidor. Cambio en los colores, tamaño, etc.
- **Mejorar el producto** para agregar valor intrínseco; por ejemplo, aumentar la calidad de los componentes de un equipo de música.
- **Cambiar el producto** para adecuarlos al consumo; por ejemplo, leche en polvo en lugar de líquida.
- **Agregarle elementos** para diferenciarlo de la competencia; por ejemplo, aceites lubricantes con aditivos para una mayor duración.
- **Agregar accesorios** para darle más valor a la oferta; por ejemplo, chocolates con juguetes o figuritas para chicos.
- Hacer más **seguro el producto** para disminuir sus riesgos; por ejemplo, válvulas de seguridad en los calefactores a gas.
- **Rediseño de producto** para ahorrarle tiempo al consumidor; por ejemplo, el puré de papas instantáneo.

Estos y otros conceptos deben tenerse en cuenta cuando se diseña un producto o servicio en relación con los beneficios que brinda al mercado al cuál se dirige. Los consumidores van a apreciar las ventajas que se les comunique del producto o servicio, en función de su precio y del beneficio que brinda.

## El Precio

Muchos empresarios utilizan un enfoque muy simple para determinar los precios, sin comprender que éstos son una variable estratégica del marketing. Es necesario considerar varios factores antes de establecer los precios.

- a) **Costos:** Los precios deben cubrir los costos y permitir un margen de utilidad aceptable. Esto es aplicable tanto a empresas industriales, de servicios o que comercializan productos fabricados por terceros. Se



deben tomar en cuenta la suma de los costos fijos y variables más un margen de ganancia.

**b) Precios de los competidores:** El precio en relación a la competencia puede ser más alto o más bajo aún cuando se venda el mismo producto debido a una serie de factores. Puede ser que los costos sean mayores o menores que la competencia, porque los beneficios que se ofrecen al cliente (servicio, garantía, etc.) son distintos; los clientes pueden ser diferentes y estar dispuestos a pagar un mayor o menor precio según su poder adquisitivo.

**c) Percepción de los clientes:** Existen productos que a mayor precio genera mayores ventas, puesto que los clientes piensan que la calidad y los precios van de la mano. Muchas veces ocurre que para algunos productos o servicios el precio alto está asociado con la calidad y se pueden aumentar los precios, mejorando la rentabilidad del negocio, pero sin defraudar al cliente. Esto ocurre generalmente con la ropa de vestir de marcas reconocidas.

Por ello es fundamental estudiar el sector de mercado al que se dirige el producto o servicio. Depende de quién sea el consumidor, tendrá una forma distinta de valorar las características y los beneficios del producto.

Es importante determinar lo que se desea alcanzar con la estructura de precios. Esto sirve para establecer los objetivos de precios como por ejemplo:

- Alcanzar un monto determinado de ventas.
- Lograr un nivel de utilidades como porcentaje de las ventas (10 % sobre ventas).
- Captar una parte específica del mercado (8 % del mercado potencial total).
- Igualar o atacar a la competencia.



Esto muestra como una variable aparentemente controlable como el precio, se hace cada vez más difícil el manejo por parte de las empresas, para transformarse en una herramienta poderosa de marketing. Por ello, aumenta la importancia estratégica del **control y dominio sobre los costos**, y la flexibilidad para obtener una rápida **diferenciación de los productos**.

La variable precios se entiende no sólo como una variable que fija un valor a algo, sino que también es una forma de crear una imagen de ese “algo”.

### **La Distribución (Plaza)**

El propósito fundamental de ésta variable de marketing es poner el producto o servicio lo más cerca posible del cliente para que éste pueda comprarlo con rapidez y simplicidad. Tiene que ver con el lugar donde se va a ofrecer el producto (**ubicación**) y la forma de llegar al cliente (**distribución**).

#### **a) Ubicación**

La ubicación para muchos emprendimientos representa un factor crítico para realizar la comercialización de los productos.

Por ello es necesario descubrir cuáles son los criterios específicos para analizar las distintas alternativas y responder determinadas preguntas que lo pueden ayudar a decidir cuál es la más conveniente:

- Hay que evaluar cuales son los costos de cada ubicación posible y los beneficios que ofrece cada una de ellas.
- No se debe forzar el armado de un negocio por el sólo hecho de contar con un local propio o de bajo alquiler, pero no es el lugar adecuada para realizar el emprendimiento.
- Se debe analizar si uno va a visitar a los clientes o los clientes vienen a comprar.



- ¿Cuál es la imagen que debe tener el lugar y el establecimiento?
- ¿Es importante estar cerca de los proveedores?
- ¿Hay espacio suficiente para depositar la mercadería? ¿En una etapa futura es posible realizar ampliaciones?
- ¿Es una zona segura y con potencialidad de crecimiento?
- ¿El lugar de acceso y el estacionamiento son los apropiados para el negocio? ¿Hay lugar para cargar y descargar mercadería o insumos?
- ¿El lugar cuenta con los servicios como: Electricidad, agua, luz, gas, teléfono, etc.?

#### **b) Los canales de distribución**

Los objetivos que deben cumplir los canales de distribución se relacionan con la cobertura del mercado (masiva, selectiva o exclusiva), su penetración y los servicios que facilitan el acceso al producto por parte del consumidor.

Estos pueden ser:

**Directos:** son aquellos que vinculan la empresa con el mercado sin intermediarios y poseen un solo nivel. Por ejemplo los productos de cosmética AVON. Pueden desarrollar su actividad a través de locales propios de venta al público, o por medio de corredores, viajantes, agentes de venta o el servicio de correo.

Las ventajas de los canales directos son:

- Mayor control.
- Mayor posibilidad de promoción e información.
- Mayor probabilidad de detectar los cambios del mercado.



Las desventajas por el contrario son:

- Mayor inversión, tanto en activos fijos (equipos e instalaciones) como en bienes de cambio (stock de mercadería).
- Financiamiento propio de las ventas.
- Menor cobertura.

**Indirectos:** pueden ser cortos o largos, según cuenten con uno o más niveles entre la empresa y el consumidor.

**Cortos:** Venta minorista.

**Largos:** La venta se realiza a través de mayoristas, distribuidores y representantes.

Las ventajas de los canales indirectos son:

- Amplia cobertura de plaza.
- Menor inversión en activos.
- Menor necesidad de “stockeo” de mercadería.

Las desventajas de los canales indirectos son:

- Menor actividad de promoción.
- Menor control.
- Volúmenes de venta condicionados a políticas que no se controlan.

### **La Comunicación (Promoción)**

**La comunicación comprende el conjunto de actividades que se desarrollan con el propósito de informar y persuadir, en un determinado sentido, a las personas que conforman los mercados objetivos de la empresa, a sus distintos canales de comercialización y al público en general.**



Muchos emprendedores piensan que el producto o servicio y el precio que ofrecen es todo lo que importa: pero no es así. Es necesario establecer un vínculo con el consumidor para hacer conocer lo que se ofrece, motivar la adquisición del producto e incentivar la reiteración de la compra.

Para ello es necesario dar respuesta a lo siguiente:

- ¿Cómo se informa a la gente sobre la existencia del negocio?
- ¿Dónde se enteran los potenciales clientes sobre los productos o servicios que desean comprar?
- ¿Leen los diarios, miran TV, escuchan la radio, se enteran por comentarios de amigos o familiares, o se fijan en las vidrieras de los locales de venta?
- ¿Cuánto puede invertir en promoción y publicidad? ¿Las ventas que puede conseguir justifican la inversión?

La comunicación está integrada por las siguientes estrategias parciales:

- **Publicidad:** El objetivo de la publicidad es brindar una información a los consumidores con el fin de estimular o crear demanda para un producto o servicio. A continuación se detallan los medios publicitarios más utilizados, donde cada uno de ellos tiene un cierto impacto.
  - **DIARIOS**
  - **REVISTAS**
  - **RADIO, TELEVISIÓN Y CINE**
  - **VIA PUBLICA Y TRANSPORTES**
  - **Hojas volantes**
  - **Trípticos**



**Promoción de Ventas:** La promoción de ventas tiene como finalidad tomar contacto en forma personal con el mercado objetivo para comunicar sobre el producto o servicio de la empresa. Los objetivos específicos de la promoción de ventas son:

- Que el consumidor pruebe el producto o servicio.
  - Que se aumente la cantidad y frecuencia de consumo.
  - Fortalecer la imagen del producto o servicio.
  - Lograr la fidelidad del producto o servicio.
- 
- **Relaciones Públicas:** Las relaciones públicas se desarrollan prácticamente en todas las organizaciones, con mayor o menor intensidad. Son parte del sistema de comunicación y se realizan en forma consciente o inconsciente en todos los contactos que la organización tiene con las personas, clientes o proveedores.

El desafío es obtener los mejores resultados de comunicación con los menores costos posibles y para ello es necesario detectar que estrategias son las más adecuadas para llegar a los consumidores.

## ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Todas las empresas, grandes o pequeñas, necesitan definir alguna forma de ordenamiento interno. Es necesario distribuir las tareas y responsabilidades entre los propietarios y empleados de la empresa.

En general las áreas principales de la empresa son: Producción, Ventas, Administración y Finanzas.

En los micros, pequeños o medianos emprendimientos es común que el propietario esté a cargo de todas las áreas desempeñando todas las funciones.



Se encarga de producir, vender, cobrar, realizar la administración y manejar las finanzas.

Una de las mayores dificultades que tienen los microemprendedores en cuanto a su organización interna es la implementación de un sistema de gestión. Como tienen que encargarse de todas o la mayoría de las tareas, deben conocer cada aspecto y hacer las cosas con la mayor eficiencia posible. Pero tropiezan muchas veces con la falta de capacitación y entrenamiento, que son factores claves para su negocio.

Cuando se va a incorporar personal a la empresa, es necesario realizar una selección adecuada, para permitir el cumplimiento de los objetivos de la misma.

Incorporar gente a la organización implica un esfuerzo y una inversión que se justifica en la medida que se traduzca en un crecimiento y prosperidad del negocio. Para ello es necesario contar con personal idóneo, porque de lo contrario se traduce en un perjuicio económico. En este aspecto “no hay que improvisar”. Es contraproducente tomar como empleados a parientes o amigos porque están desocupados, sin tener en cuenta las aptitudes específicas y los antecedentes laborales. En la mayoría de los casos esto termina costándole muy caro al empresario.

La capacitación y el entrenamiento juegan un rol fundamental para lograr el rendimiento óptimo en el desarrollo del trabajo. El adiestramiento debe ser algo permanente, tanto para los empleados como para los propietarios del negocio.

Cuando se redacta el plan de negocios, es necesario prestar mucha atención al área de personal, porque el éxito de un emprendimiento depende en gran medida de la gente que participa en la organización. Para ello se debe tomar en cuenta:

- La descripción de los puestos de trabajo.





- Cantidad de personal a incorporar
- Cuáles son las aptitudes, formación y antecedentes que debe reunir el personal para cubrir la función a desempeñar.
- Establecer el nivel de remuneraciones.
- Elaborar un programa de trabajo y fijar la línea de autoridad y responsabilidad.
- Tratar de conocer con la mayor amplitud posible los derechos y obligaciones de las partes en la relación laboral.
- Desarrollar algún programa de incentivos.

## **ESTUDIO ECONOMICA Y FINANCIERA**

### **La Inversión necesaria**

Existe un componente fundamental que muchas veces no se analiza con la debida atención cuando se quiere desarrollar un proyecto de negocio, y es el monto de dinero que se necesita para ponerlo en funcionamiento y mantenerlo. Para ello es imprescindible tomar en cuenta cuáles son los activos fijos (terrenos, inmuebles, maquinarias, equipos, etc.) y capital de trabajo (dinero en efectivo, sueldos, compra de materias primas y materiales, publicidad, etc.) que debe tener la empresa antes de que comience a generar ingresos. Si no se realiza esta previsión, se corre el riesgo de una asfixia financiera al poco tiempo de iniciado el negocio.

Si no se cuenta con el dinero necesario para atender estos requerimientos, se debe recurrir a alguna fuente de financiamiento, ya sea bancaria, de proveedores u otro origen y evaluar si es posible afrontar con los ingresos que genere el emprendimiento las obligaciones comprometidas.



## **Análisis de rentabilidad**

El objetivo de toda empresa es generar utilidades. Muchas empresas en determinados períodos pueden tener pérdidas o rentabilidad nula. Esta situación a largo plazo se hace insostenible y la empresa no sobrevive.

Para calcular la utilidad de un negocio es imprescindible considerar todos los componentes necesarios para determinar por un lado lo que se denomina el “**costo**” para producir un bien o un servicio y por otro lado los “**ingresos**” generados por la venta de los mismos.

No se debe confundir ingresos con ganancias.

El ingreso es el valor que recibe la empresa por los bienes o servicios que comercializa. A ese valor se le debe restar el monto de todos los componentes que intervienen en la producción de esos bienes o servicios (costos), para obtener un resultado económico, que puede ser positivo (ganancia) o negativo (pérdida).

## **La proyección de Ventas**

Una de las etapas más críticas del inicio de un negocio es predeterminar el volumen de ventas, antes de abrir las puertas de la empresa. Para aquel empresario que ya está operando el negocio la pregunta puede estar relacionada con ¿cuánto se puede ganar con una expansión o diversificación del mercado? Pero para aquel que recién comienza el interrogante que se le plantea es ¿qué información estratégica me permite una proyección de ventas realista? Lamentablemente no hay una respuesta apropiada a esa pregunta. De lo contrario, si fuera fácil predecir, no cerrarían sus puertas muchas empresas.



Para obtener una proyección razonable, se pueden seguir algunos procedimientos básicos:

- Obtener información sobre las ventas de la competencia o negocios similares en otras zonas.

No existen fórmulas específicas para llegar a la proyección de ventas, son técnicas de estimación aplicando criterios razonables para su medición. Este criterio no debe basarse tampoco en extremos optimistas o pesimistas. Lo importante es la “razonabilidad” de las cifras que se manejan.

Esta proyección de ventas sirve de base para el cálculo de la rentabilidad del negocio, tomando en cuenta los costos de los productos o servicios.

### **Análisis de Costos**

Una vez determinado el nivel de ventas estimado, ahora se puede trabajar en los costos.

Debe establecerse una clasificación de los costos en fijos y variables.

Los **costos fijos** son los que permanecen constantes independientemente del nivel de producción. Son por ejemplo: Sueldos, alquileres, seguros, patentes, impuestos, servicios públicos, etc. Hay que pagarlos aún cuando no se venda nada.

Los **costos variables** son los que cambian, aumentando o disminuyendo de manera proporcional a la producción. Por ejemplo: la materia prima, los insumos directos, material de embalaje, la energía eléctrica (para la producción), etc.



La determinación de los costos no sólo se utiliza para el cálculo de rentabilidad de un negocio, sino también como una herramienta importante para fijar los precios de los bienes y servicios que se comercializan.

Es de práctica común que se calcule el precio de venta agregando al costo de producción un margen de utilidad. Puede ocurrir que el precio fijado de esta manera quede descolocado del mercado porque es superior al de la competencia. Por lo tanto será necesario revisar los costos, cotejar los precios existentes en el mercado y verificar hasta donde están dispuestos a pagar los consumidores.

### **El Punto de Equilibrio**

El análisis del punto de equilibrio es un cálculo crítico para el mantenimiento de un negocio. Implica la determinación del volumen de ventas necesario para que la empresa no gane ni pierda. Por encima de ese volumen de ventas el negocio proporciona utilidades por debajo se producen pérdidas.

La fórmula es muy sencilla:

$$\text{Punto Equilibrio} = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo Variable}} = \text{Cantidades}$$

### **VALOR ACTUAL NETO / TASA INTERNA DE RETORNO**

Procede de la expresión Inglesa Net present Value. El Acrónimo es NPV en inglés y VAN en Español. Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en desarrollar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del



proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

$V_t$  representa los flujos de caja en cada periodo  $t$ .

$I_0$  es el valor del desembolso inicial de la inversión.

$n$  es el número de períodos considerado.

El tipo de interés es  $k$ . Si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de la renta fija, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico. En otros casos, se utilizará el coste de oportunidad.

Cuando el VAN toma un valor igual a **0**,  $k$  pasa a llamarse **TIR (tasa interna de retorno)**. La **TIR** es la rentabilidad que nos está proporcionando el proyecto.



## **CAPITULO III**

### **PLAN DE NEGOCIOS**

#### **3.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

##### **3.1.1 Nombre o razón social**

El nombre de la empresa es HAPPY CHILDREN CENTRO DE EDUCACIÓN INICIAL.

##### **3.1.2 Ubicación**

La empresa se encuentra localizada en la ciudad de Cuenca, Sector “La Gloria”

##### **3.1.3 Nombre de los Propietarios**

La empresa se constituye como compañía limitada, su accionista Lic. Marcela Loja 30% y 4 socios más con el 60 %

##### **3.1.4 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO**

**El centro de Educación inicial cuenta con lo siguiente.**

Maternal

Pre Kinder

Pre básico

1ro de básica

##### **3.1.5 Especificaciones del servicio.**

Este negocio se realizara como un Centro de Educación Inicial que a más de ofrecer servicios de cuidado, brinda otros servicios colaterales para un mejor desarrollo de la niñez Cuencana de clase media, las mismas que son las siguientes:



**Terapia de lenguaje:** Son sesiones diarias de una hora con una terapeuta de lenguaje mediante juegos y actividades ayudaremos al niño a comunicarse, a expresar ideas, deseos y emociones, a través del lenguaje el niño podrá representar la realidad, los objetos y situaciones que pasan con palabras y expresiones.

**Estimulación temprana:** una licenciada en estimulación temprana de encargara de despertar la motricidad en los niños a través de los juegos y movimientos corporales.

**Psicología:** Una Psicóloga educativa se encargara de analizar las actitudes de los niños para encontrar si existe algún problema la ayuda necesaria en la temprana edad.

**Estimulación Sensorial:** Mediante actividades relacionadas con la utilización de los sentidos para la exploración de las propiedades de los objetos (rugosos, fríos, brillantes, suaves, sonoros) y materiales diversos

**Psicomotricidad:** todo tipo de actividades a desarrollar y coordinar la capacidad psíquica y motora del niño. Se trata de conseguir un dominio de los movimientos del cuerpo y de otras partes del mismo, orientación espacial y temporal, posiciones, desplazamientos.

**Talleres de creatividad y expresión musical:** A través de esta actividad aproximamos al niño/a al lenguaje musical (percepción, y reconocimiento sonidos). Aspectos que desarrolla: Expresión vocal y canto, Expresión instrumental, Creatividad musical.

**Expresiones plásticas:** mediante este tipo de actividades, el niño tiene otra forma de expresión, conoce nuevos materiales y técnicas que le llevara a la producción plástica: manipulación, moldeado, pintura, imágenes.

Buscamos la creatividad de los niños, en dibujo, Pintura, y la forma de que los estudiantes puedan aprender a reciclar.

**Inglés:** la finalidad de esta actividad es que el niño se vaya familiarizando con este idioma, donde le permita conocer nuevas frases acordes a su edad, la facilidad de escuchar y pronunciar, aprender canciones y llegará a entender frases sencillas en inglés.



## **3.2 PLAN ESTRATEGICO**

### **3.2.1 Misión**

Nuestro centro está orientado a:

Cuidar, entretener, educar, estimular el desarrollo de nuestros alumnos con una educación de calidad, con métodos innovadores, teniendo como principio la estimulación temprana; con un proceso de aprendizaje personalizando las necesidades de cada uno de ellos, además de las enseñanzas y prácticas de deportes

Nuestra Centro está orientada a niños de tres meses a cinco años.

### **3.2.2 Visión**

“Happy Children Instituto de educación Inicial” Aspiran dentro de cinco años ser un centro educativo con maternal, kínder, y primer año de educación básica, para en un futuro convertirse en una Unidad Educativa.





### 3.2.3 Factores Claves y Ventajas competitivas

#### FODA

FORTALEZAS:	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>- Cuenta con el respaldo del Ministerio de Educación</li><li>- Personal y equipo de primera.</li><li>- Área social con juegos recreativos para fiestas de cumpleaños.</li><li>- Horario completo: Vamos a ofrecer a los clientes los horarios flexibles.</li><li>- Precio asequible, incluyendo algunas ofertas</li><li>- Sistema nuevo de educación</li><li>- Esfuerzo continuo para garantizar la calidad de los servicios.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Un gran índice de padres y madres que laboran y estudian y por ende requieren a una persona o institución para el cuidado de sus niños.</li><li>• Áreas recreativas para la práctica de deportes, teatro, entre otros.</li><li>• Ofrecer servicios pediátricos, psicológicos, nutricionista, entre otros de manera más personalizada.</li><li>• Programas de integración para los padres de familia.</li><li>• Crecimiento de la población infantil</li><li>• Conciencia creciente de los beneficios de la escolarización temprana de los menores: Existe una mayor difusión de los beneficios físicos y psíquicos que reporta a los menores su estancia en los centros de educación infantil</li><li>• Existencia de nuevas necesidades familiares que consolidan la demanda: La progresiva incorporación de la mujer en el mercado, las familias en las que hay una persona adulta responsable de la educación, cuidado de los menores, menor disponibilidad de los abuelos para cuidar a los menores;</li></ul>



DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Programas de integración para los padres de familia.</li><li>• Falta de experiencia en la actividad que se va a desarrollar</li><li>• El hecho de ser una empresa pequeña y nueva restringe las oportunidades.</li><li>• No hay conocimiento de la empresa</li><li>• Competidores con los mismos servicios.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cuidado de los niños por empleadas domésticas o niñeras.</li><li>• Competencia con centros similares</li><li>• Los jóvenes prefieren estudiar y trabajar antes de tener niños;</li><li>• Los padres tienen confianza con la guardería que ya existe;</li><li>• Competencia del sector publico con instituciones gratuitas.</li></ul>

#### **Ventajas competitivas:**

En cuanto a su competencia fundamental el Centro de Educación busca tener la capacidad singular de:

- Proporcionar una educación de calidad y actividad complementarias que ayuden al desarrollo infantil.
- Mercado cautivo en el entorno donde se desarrolla la empresa.
- Brinda educación acorde con el plan básico nacional.

#### **3.2.4 Objetivos**

**Entre algunos de los objetivos del servicio, destacamos algunos.**

- Consolidar una marca para el servicio, manteniendo la calidad y realizando innovaciones al mismo.
- Incrementar los siguientes años de educación básica.
- Crecer significativamente en los primeros 5 años.

##### **Objetivos con los Alumnos**

- Incentivar el proceso de estructuración del pensamiento, imaginación creadora, las formas de expresión personal y de comunicación verbal y grafica.



- Fortalecer el proceso de maduración de los niños en lo sensorio-motor, la manifestación lúdica y estética, la iniciación deportiva y artística, el crecimiento socio afectivo, y los valores éticos
- Estimular hábitos de integración social, de convivencia grupal, de solidaridad y cooperación y de conservación del medio ambiente.
- Fortalecer la vinculación entre la institución educativa y la familia
- Iniciarlos en la adquisición de las destrezas necesarias para facilitar su ingreso y adaptación al preescolar
- Fomentar la adquisición de conocimientos que promuevan la comprensión, el empleo de la razón y de la imaginación; Así como ayudarles a constituir hábitos higiénicos.
- Formarlos en la conformación de la propia identidad y en la adquisición de confianza y seguridad para ser progresivamente menos dependientes.

### **ESTRATEGIAS**

- Ser acreditada como una institución de calidad.
- Mejorar continuamente el establecimiento, y las técnicas de educación
- Trabajar con los niños en proyectos ecológicos.
- Establecer alianzas estratégicas con Establecimientos de Educación Básica para tener continuidad en el estudio.

### **3.2.5 LÍNEAS DE ACCIÓN**

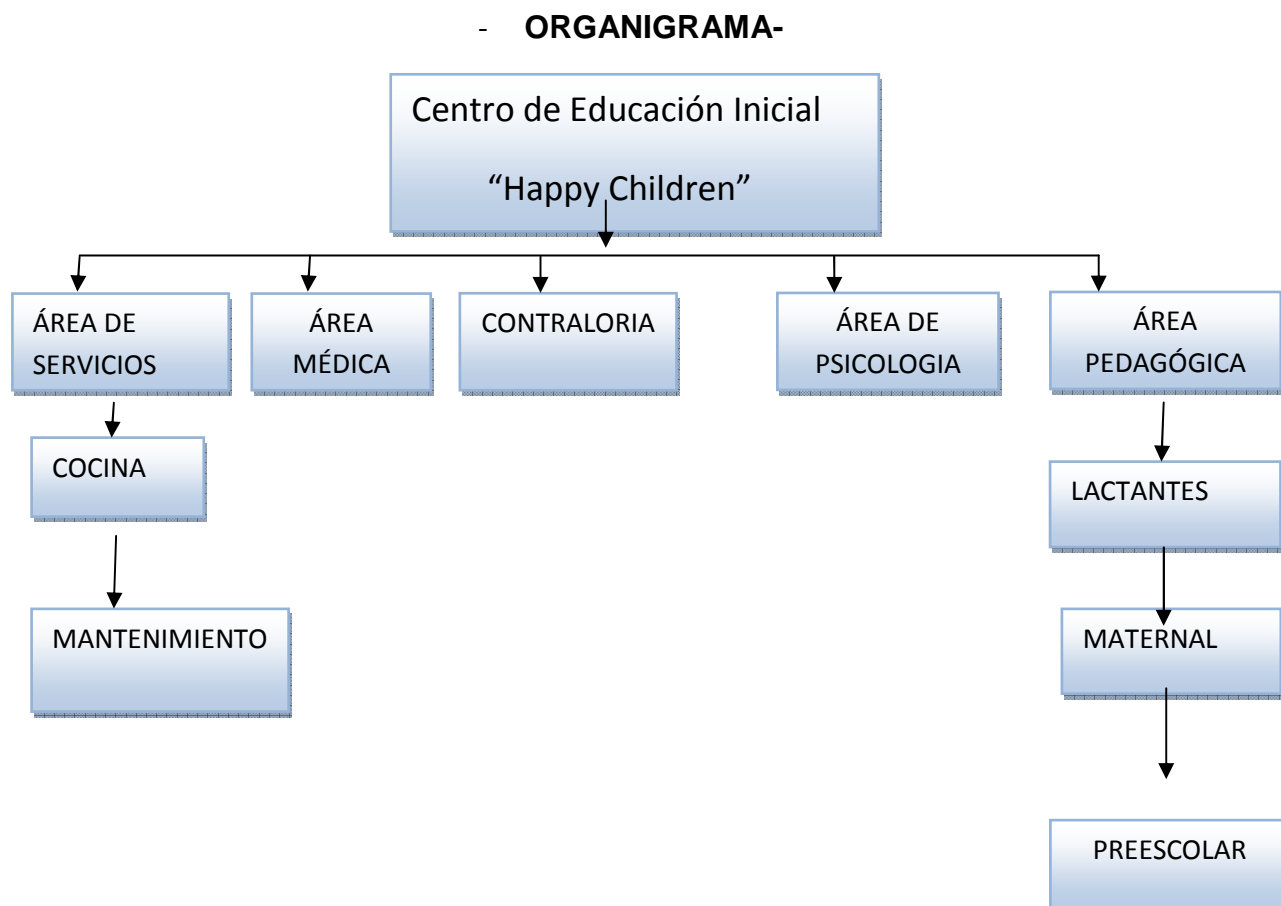
- ❖ Trabajar en la calidad de nuestro servicio para que sea reconocida y seguir innovando nuestro centro con nuevas actividades que puedan desarrollar los niños.
- ❖ Realizar la capacitación y implementación necesaria para ser acreditada con la ISO
- ❖ Capacitar al personal docente en nuevas técnicas de educación.



- ❖ Trabajar en granjas ecológicas que se tendrán en la institución para que los niños aprendan a proteger la naturaleza.
- ❖ Realizar un estudio adecuado con las Instituciones Educativas que manejen nuestros sistemas educativos para desarrollar alianza y los estudiantes puedan tener un seguimiento en la educación.

### 3.3 LA ORGANIZACIÓN

- El organigrama de “Happy Children Centros de Educación inicial” se ilustra de la siguiente manera.





## PERFIL DE LOS CARGOS:

**Medico:** médico pediatra

Funciones principales: EL chequeo médico de los niños, su nutrición, peso, etc.

**Psicólogo:** Licenciado en psicología educativa

**Parvularias:** licenciadas en pedagogía, con dos años de experiencia en trabajos similares. **Funciones principales,** Promoverá el desarrollo cognoscitivo, físico y afectivo social de los niños usuarios del Centro de Educación Inicial, por medio de la enseñanza de diferentes disciplinas de acuerdo a los programas y planes de trabajo.

**Maternal:** Licenciada en Estimulación temprana con dos años de experiencia en trabajos similares.

**Funciones Principales:** Atenderá, cuidara y vigilara directamente a los niños desde los 45 días de nacidos hasta los 2 años de edad, para estimular el desarrollo cognoscitivo, físico y afectivo social de los mismos.

**Cocinera:** persona con dos años de experiencia en trabajos similares, conocimientos en nutricio.

**Funciones Principales:** Preparara, cocinara y condimentara los diferentes alimentos que se proporcionan el Centro de Educación Inicial, de acuerdo a las normas de nutrición establecidas, con la finalidad de asegurar al menor usuario un servicio de nutrición adecuado y con las condiciones higiénicas necesarias.

## 3.4 MARCO LEGAL

### Documentación legal:

Constitución de la compañía limitada.

EL Ministerio de Inclusión Social de acuerdo al registro oficial 309 exige los siguientes requerimientos:

- 1.-Solicitud escrita de los propietarios dirigida al Subsecretario del Ministerio de Inclusión Social del Austro adjuntando copia del certificado del estatuto y copia de certificado del acuerdo Ministerial y Aprobación de la Organización y el registro actualizado de la directiva.



2.-Escritura publica de propiedad o contrato de arrendamiento del local donde va a funcionar el centro de desarrollo infantil.

3.-Plano del local en el que se determine la distribución del espacio físico, haciendo constar el área en metros cuadrados, por cada niño se debe disponer de dos metros cuadrados en el área de construcción y de 2.5 metros cuadrados en el área exterior.

4.-Plan de trabajo

5.- Manual de procedimiento interno del centro de desarrollo infantil.

6.- Nomina de personal que elabora en el centro infantil, adjuntando el currículum vitae con firma de responsabilidad que será documentadamente respaldado y verificado-

7.- Presupuesto

8.- Inventario de mobiliario y material didáctico.

• **Requisitos de funcionamiento otorgado por el Ministerio de educación:**

- Mediante Acuerdo Ministerial No. 1947 de Junio del 2002, "Créase la instancia de Educación Inicial en el M.E."
- Mediante acuerdo ministerial No. 123 del 17 de junio del 2005. Se emite el Reglamento para la acreditación de instituciones de Educación Inicial.

**Requisitos del Ministerio de Educación y Cultura. (Anexo 1)**

**3.5 ESTUDIO DE MERCADO.**

**3.5.1 Segmento de Mercado, Tamaño, Tendencias**

**Clientes.-** los clientes para nuestro proyecto son los padres de familia dado que son los que deciden el centro de desarrollo inicial acorde a las necesidades de sus hijos; por lo que ellos buscan:

- Seguridad
- Buen Nivel de Educación



- Salubridad
- Cuidado Personalizado
- Diferentes Niveles de Educación
- Niveles de Estimulación acorde a la necesidad de cada niño.
- Instalaciones de primera y con la seguridad correspondiente.

**TAMAÑO DEL MERCADO.-** de acuerdo a datos proporcionados por el INEC la tendencia al índice de natalidad en la ciudad de Cuenca, se encuentra en crecimiento, el tamaño del mercado considerando los niños de 0 hasta 5 años es aproximadamente de 88.162 niños en el área urbana. Nuestra guardería pretende captar el mercado que se encuentra en el área urbana, principalmente en un lugar cercano a la ubicación de nuestra guardería con una capacidad máxima de 80 niños que se convertiría en nuestro mercado meta, con expectativas de crecimiento en el futuro.

#### **SEGMENTACIÓN DEL MERCADO:**

La segmentación de mercado se dará a través de:

#### **SEGMENTOS A LOS QUE SE OFERTARÁ EL SERVICIO**

El segmento de consumidores a los que está dirigido el proyecto a las familias en general, que tengan niños menores a los 5 años y que no dispongan de tiempo para cuidar a sus niños o que busquen un Centro de Educación Inicial para que sus niños desarrollen relaciones interpersonales con otros niños y se desarrollen en las áreas ya descritas.

Como una característica particular que El Centro de Educación Inicial busca es atender principalmente a los pobladores de la zona en la que se va a ubicar el Centro; que vendrían a convertirse en clientes potenciales, pues se les facilitaría el acortar distancias con respecto a los demás centros de cuidado y desarrollo infantil.



### **CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS:**

- Tener un niño entre 0 a 5 años
- Los padres de familia deberán contar con un nivel de ingresos mayor a los \$400
- No importará el sexo.

### **CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS:**

- Las familias que de preferencia vivan por la zona del Centro o transiten cerca de ella.
- Los padres de familia cuyo trabajo se encuentre cerca de la guardería.

**HORARIO PREFERIDO:** El Centro de Educación Inicial “Happy Clildren” estará a disposición del público tres variedades de horario para sus clientes:

- De Lunes a Viernes en los siguientes horarios:
  - Matutino: de 07h00 a 13h00
  - Vespertino: de 13h00 a 17h00.
  - Completo: de 07h00 a 17h00

### **3.5.2 ANALISIS E INTERPRETACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO**

Dentro del análisis del mercado se realizaron encuestas a 200 encuestas que es el tamaño de la muestra, que permiten obtener información sobre la propuesta de proyecto que se está implementando en el Sector de la Gloria.





## Tamaño de la muestra

<b>N</b>		<b>5.740</b>
<b>p</b>	30/7896	<b>0,0052</b>
<b>z</b>	0,95	<b>1,96</b>
<b>e</b>	0,05	<b>0,01</b>

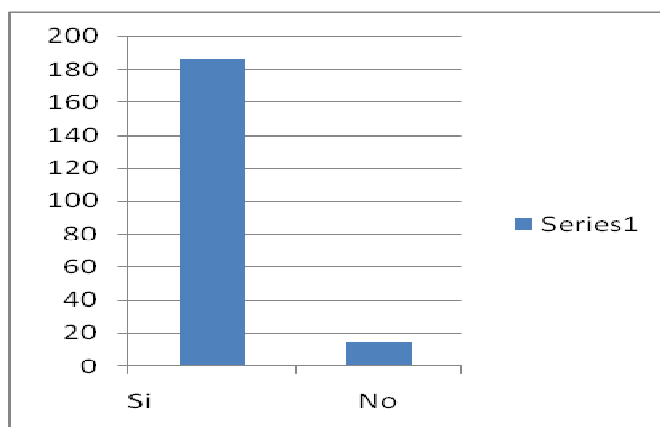
$$n = \bar{p}(1 - \bar{p}) \left( \frac{z}{e} \right)^2$$

<b>n</b>	<b>200</b>
----------	------------

Para el levantamiento de información se utilizó la técnica de la entrevista.

**Objetivo:** Analizar la factibilidad de creación de un Centro de Educación inicial, que brinde confianza y sobre todo tranquilidad a los que la utilicen.

1. ¿Tiene Usted hijos, nietos, u otros niños que estén bajo su cuidado?



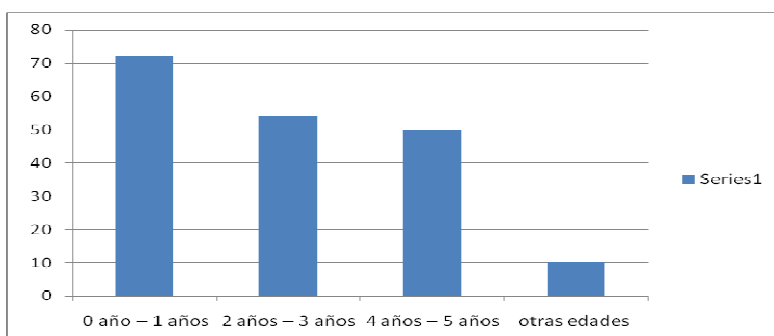
**Fuente:** Entrevista

**Realizado por:** Marcela Loja

**Grafico 1:** El 93 % de 200 personas encuestadas tienen niños a su cuidado y solo el 7 % no tienen niños a su cargo.



2. ¿Entre que edades se encuentran estos niños?

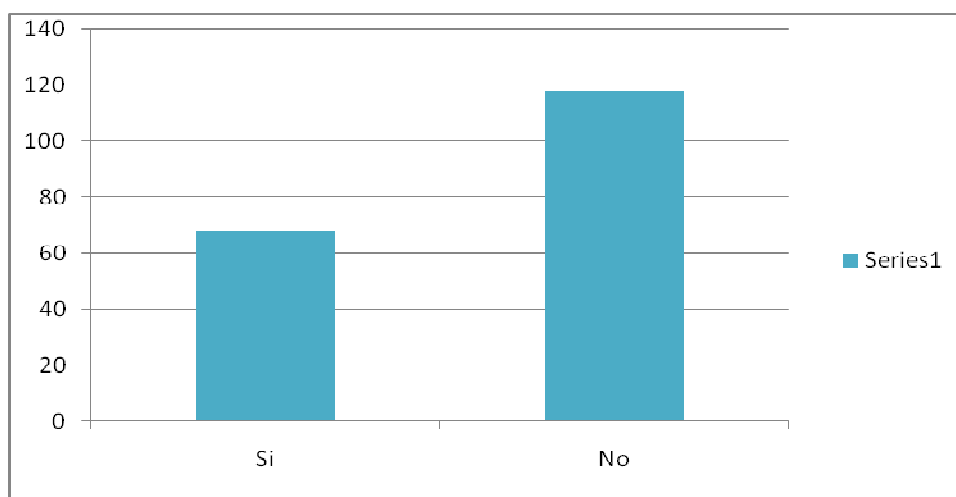


**Fuente:** Entrevista

**Realizado por:** Marcela Loja

**Grafico 2:** El 36% de las personas entrevistadas tiene niños entre los 0 a 1 año de edad

3. ¿Cuenta usted con alguien permanente y de confianza que cuide los niños durante sus horas de estudio o laborales?

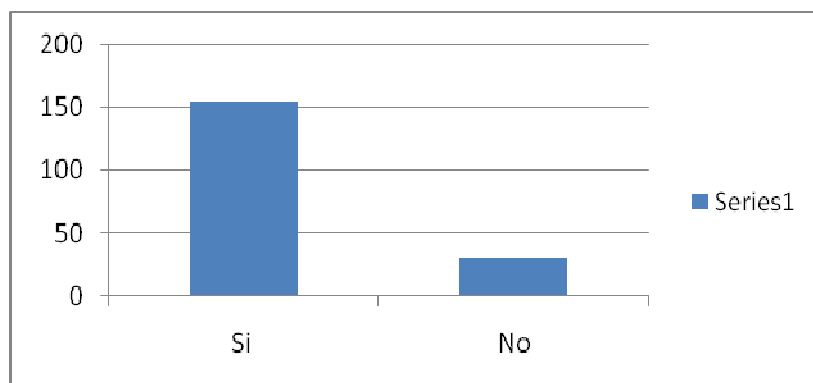


**Fuente:** Entrevista

**Realizado por:** Marcela Loja

**Grafico. 3:** El 59% de las personas entrevistadas no tiene una persona de confianza para que cuide de sus hijos.

4. ¿Le gustaría le ofreciera el servicio de Maternal y Educación inicial en la ciudad de Cuenca con mejores servicios?

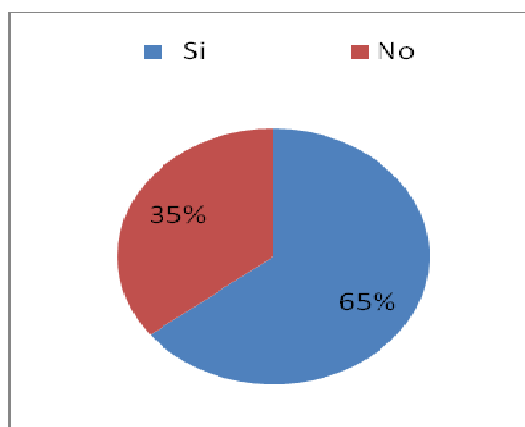


**Fuente:** Entrevista

**Realizado por:** Marcela Loja

Grafico. 4 El 78% de las personas encuestadas quieren tener un nuevo centro de Educación Inicial con los mejores servicios para la educación.

5. ¿Utilizaría usted este servicio?

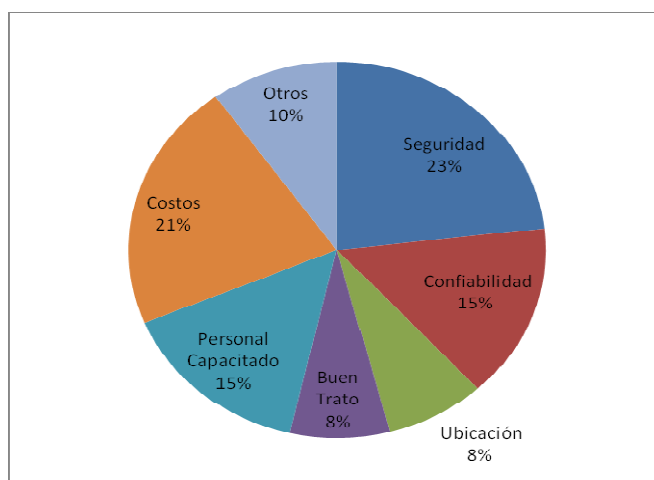


**Fuente:** Entrevista

**Realizado por:** Marcela Loja

Grafico. 5 El 65 % de las personas encuestadas si utilizarían nuestros servicios porque les queda más cerca.

6. ¿Al momento de elegir una guardería que aspectos tomaría usted en consideración?

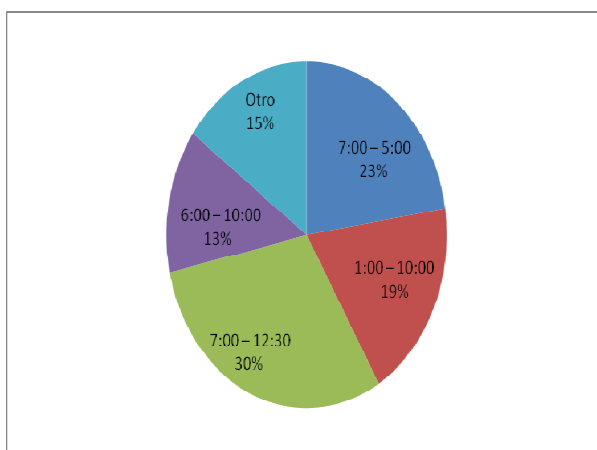


**Fuente:** Entrevista

**Realizado por:** Marcela Loja

Grafico. 6 Para los padres de familia es más importante la Seguridad que tengan sus hijos dentro del Centro de Educación Inicial.

7. ¿En qué horario le gustaría que se diera este servicio?

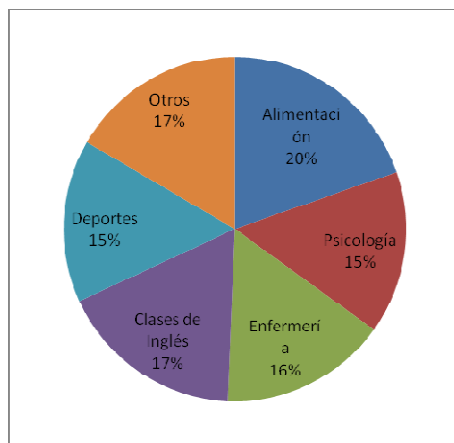


**Fuente:** Entrevista

**Realizado por:** Marcela Loja

Grafico. 8 El 30% de los padres encuestados desean que sus hijos estén en el centro de 7:00 a 12:00

8. ¿Qué otro servicio alternativo le gustaría que ofreciera el Centro de Orientación Infantil?

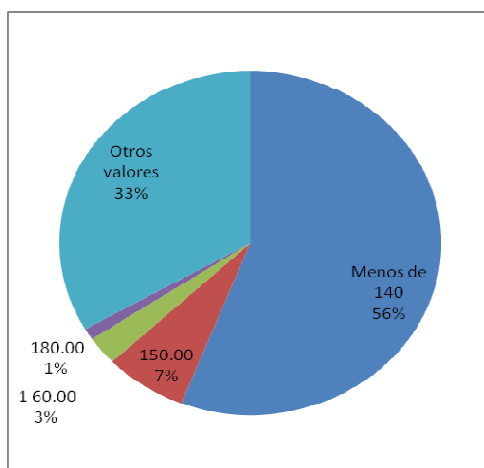


**Fuente:** Entrevista

**Realizado por:** Marcela Loja

Grafico. 9 Las actividades que se puedan dar adicional en el Centro de Educación Inicial es la Alimentación, las clases de inglés, otras actividades como la danza, música, pintura entre otras más, servicio de Enfermería, la parte Psicológica y los deportes

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por este servicio?

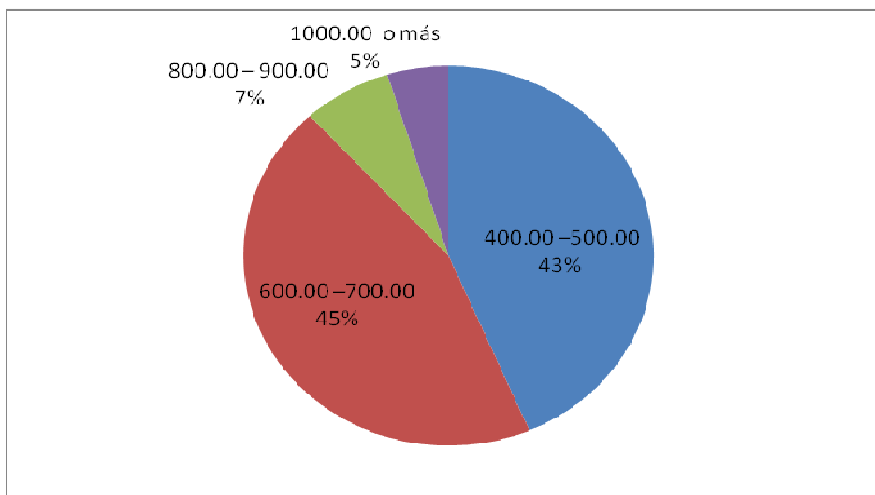


**Fuente:** Entrevista

**Realizado por:** Marcela Loja

Grafico. 10 El 56% desean pagar por el servicio menos de 140 dólares.

10. ¿Su ingreso promedio familiar mensual?



**Fuente:** Entrevista

**Realizado por:** Marcela Loja

Grafico, 11 El 45% de los encuestados tienen ingresos entre los 600 a 700 dólares mensuales

### 3.6 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Luego de haber realizado un análisis de las guarderías legalmente constituidas que son en un número de 90 privadas y 3 públicas dentro de esto se han considerado que las más importantes son las siguientes y cuentan con las siguientes características.

**Centro de Desarrollo Infantil Pequeños Traviesos.-** Es considerado el principal competidor y oferta lo siguiente:

- Ofrece educación especializada en Psicología Clínica Infantil.
- Posee un Psicólogo educativo por aula.
- Brinda servicio de estimulación temprana.
- Presta el servicio dividido por edades:
- Guardería de 1 a 2 años.
- Maternal de 0 a 3 años.
- Y pre kínder de 4 a 5 años.



- Posee amplio espacio verde.
- Cuenta con los requerimientos del Ministerio de Inclusión Social.
- Las instalaciones son apropiadas para el cuidado de los niños.

**Centro de Desarrollo Infantil Cervantes.-** Este centro posee las siguientes características:

- Brinda sus servicios a 90 niños.
- Posee 10 maestras parvularias.
- Ofrece el servicio de puerta a puerta.
- Los siguientes servicios son destacables:
- Estimulación temprana.
- Psicología.
- Escuela extendida.
- Computación.
- Inglés.
- Y el costo del servicio es de 75 dólares.

**Centro educativo ROUSSEAU.-** El lema de esta institución “Educar es cuestión de amar” lo que le identifica en el mercado, posee los siguientes servicios:

Desarrollo de la inteligencia a través de:

- Juegos infantiles.
- Uso de la técnica de los Rincones
- Recordando.
- Análisis de los colores.
- Juegos con cubos.
- Formas y figuras.
- Estimulación temprana.
- Terapia del lenguaje.
- Expresión corporal.
- Control de deberes.
- Clases de nivelación en todas las áreas.



- Música.
- Computación.
- Inglés.

En esta clase de servicios a demás podemos encontrar competidores indirectos considerando a las personas que cuidan a los niños dentro de casa y a los centros de estimulación temprana que brindan otro tipo de servicios sin brindar el cuidado diario como:

- Los familiares.
- Empleadas domésticas.
- Niñeras.
- Centro planeta bebe, que brinda los servicios de estimulación temprana, estimulación intrauterina y psicología infantil.

Todos estos servicios son prestados por un promedio de horas determinadas y con la presencia de un familiar del niño.

#### **IDENTIFICACION DE PRODUCTOS SIMILARES.**

En la actualidad en Cuenca los Centros de estimulación temprana son ofertados en el mercado siendo los principales los siguientes.

- Agua Azul.
- Centro de Estimulación Asunción.

#### **ESTUDIO DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA:**

Los costos de la competencia fluctúan de acuerdo a las siguientes características:

- Tipo de Centro.
- Ubicación del Centro.
- Tiempo de Cuidado. (Mañana, tarde o todo el día).
- Edad de los niños.
- Número de comidas diarias.
- Servicio de transporte.
- Servicio de Natación.
- Servicios adicionales que ofrecen los Centros
- Los costos que fluctúan desde los 75 dólares a 160 dólares mensuales





### **3.7. PLAN DE MARKETING**

#### **3.7.1 Servicio**

El servicio se diferenciará de los demás por los siguientes factores:

- La atención a brindar a nuestros clientes, por medio de nuestras instalaciones que contarán con personal educado y cordial que tratará de conseguir la confianza de nuestros clientes, para que se sientan cómodos.
- Se Pretende brindar un Servicio de Primera, con comodidad de horario accesibles para todos los padres de familia que opten por nuestro servicio.
- La cercanía de nuestro centro a sus hogares o lugares de trabajo, en caso de vivir por la zona, les ayudará a los padres de familia a efectivizar el uso de su tiempo, evitando tiempos muertos o desaprovechados por esperas o recorridos de largas distancias.

#### **3.7.2 Precio**

El costo de los servicios es competitivo al resto de establecimientos. (\$115): en base al estudio de mercado: ENCUESTA Y COMPETENCIA)

#### **3.7.3 Ubicación**

Se encontrar localizada en el Sector de la Gloria, donde permitirá a los habitantes de este sector contar con las facilidades de un Centro de Educación Inicial.

#### **3.7.4 Promoción**

Por la inauguración del Centro contaremos con la promoción en la matrícula de los 10 primeros será a mitad de costo.

También se realizara un letrero donde promocionamos nuestra institución

#### **(Anexo 3)**

Los programas de promoción con folletero en importantes entidades Bancos, centros comerciales, centros residenciales.

#### **(Anexo 4)**



Se realizará promoción mediante los medios de comunicación local televisión, periódicos donde circularan folletos de descuentos para los primeros inscritos en el Centro de Educación Inicial.

La comunicación a través de los medios se intensificará a partir del segundo año de funcionamiento, periodo a partir del cual se tendrán mayores flujos de efectivo.

**Prensa. (Anexo 5)**

También contaremos con una página Web. Donde nuestros usuarios pueden encontrar información de nuestra institución, nuestros servicios, nuestro personal y nuestras técnicas de trabajo; también recibirán padres información sobre novedades de sus hijos dentro del Centro.

**Página WEB: (Anexo 6)**

### **3.8 CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS**

HAPPY CHILDREN será un Centro de Educación Inicial preparado y equipado para el disfrute y diversión de los niños.

Disponer de un amplio espacio físico (500metros), que estarán divididos en una cancha, juegos infantiles, y áreas verdes.

Extraordinariamente decorado, la estancia decorada con motivos de los personajes favoritos de los niños, así mientras estén en el centro se sentirán acompañados de sus héroes y amigos de ficción.

El centro estará compuesto de dos plantas, la primera para niños de 2 a 5 años de edad, con acceso a la calle, esta estará dividida en 3 aéreas, juegos, comedor, estudios la planta superior para niños menores a 2 años dotadas con aéreas de gateo, dormitorios y salas de biberones es un ambiente más tranquilo para los bebés con personal dedicado a su atención.

El centro estará constituido y decorado de tal forma que cada detalle facilite y contribuya en el aprendizaje y descubrimiento de los niños.

**Aulas:** contaremos con varias aulas de formación, divididas por edades, pintadas de diferentes colores para que los niños puedan diferenciar a las que les corresponde. Estarán decoradas con personajes infantiles y pintadas con



pintura de agua y colores pasteles, las aulas estarán provistas de mobiliario infantil adaptándose a sus edades, (mesas, sillas, porta cuentos, etc.)

**Servicio:** estos estarán brindados de acuerdo a su altura, para permitir que aprendan ellos mismos a utilizar. Contara con los implementos sanitarios, lavados e inodoros, cambiador, elementos sanitarios, lavamanos e inodoros, bañera, cambiador, y orinales para los más pequeños.

**Sala de juegos y video:** Estará acondicionada con elementos que le permitan desarrollar la psicomotricidad y juegos creativos, Televisión y DVD donde los niños puedan divertirse en las horas que no tengan clases.

**El vestuario:** lugares donde dejarán su ropa y aprenderán a ser ordenados con sus objetos personales.

**Comedor:** preparado y acondicionado, contará con mesa y sillas adaptada por edades y funcionales a su exigencia.

**Cocina:** lugar equipado, con personal calificado, preparado para brindar el menú diariamente a la guardería para los niños.

**Patio de juegos:** decorado con motivos infantiles, con la seguridad adecuada, contará con toboganes, triciclos, elementos de psicomotricidad, son de arena y agua, Jardín donde se dará a conocer a los la importancia de la naturaleza y el cuidado que hay que tener con ella.

**Enfermería:** estará dotado con lo necesario para casos que se requiera

**Dormitorios:** Estará decorado con personajes infantiles, acompañado con música de ambiental.

**Área de bebés:** contará con áreas de lactancia, separado de los demás, porque los niños necesitan calma y tranquilidad. Estará equipada con un material acolchonado, contará con el patio e gateo, protegido con material acolchonado, los niños aquí estimulan los sentidos y empiezan a dar sus primeros pasos.



### **3.8.1 Diferenciación con otros servicios. Ventajas y desventajas.**

El centro de Educación inicial Happy Children, será una centro innovador donde los niños podrán desarrollar su creatividad, los servicios que ofrece la Institución son de calidad e innovadores que hace diferencia a la competencia.

#### **Ventajas Competitivas:**

- Servicios innovadores que permiten a los niños desarrollarse en los diferentes programas que tiene el Centro.
- No es una educación tradicional, porque los niños aprende jugando.
- La tendencia actual del mercado es una educación innovadora que permita a los niños aprender desde cortas edades.
- El precio de los servicios es accesible para el mercado.
- Personal calificado para el cuidado y enseñanza de los niños.

#### **Desventajas:**

- No tiene una marca posicionada en el mercado.
- La competencia que esta posicionada en el mercado.
- Local arrendado

### **LEVANTAMIENTO**

En levantamiento se encuentra descrito como se va distribuir la parte física del Centro Educativo, las aulas se encontraran en la primera planta así como el comedor, sala de juegos y videos, vestíbulo, cocina. En la segunda planta contara con la sala de gateo y biberones, sala de cunas, la enfermería.

#### **(Anexo 7)**

### **3.9 ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO**

El análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otras son indicadores que servirán de base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.



### 3.9.1 PROYECCIÓN DE INVERSIÓN.

La inversión requerida para poner en marcha el presente proyecto comprende:

#### **HAPPY CHILDREN PLAN DE INVERSIONES**

Activos	Numero	Valor unitario	valor total	precio
<b>muebles y equipos de oficina</b>			2270	
Escritorio	2	200		400
Sillas	6	66.66		400
computador	2	600		1200
Archivador	1	120		120
Teléfono	2	75		150
<b>Muebles y enseres (aulas y Dormitorios)</b>			4230	
pizarrones	6	50		300
Materiales didácticos		40		400
Carteles didácticos	30	23.33		700
Escritorios	6	100		600
Sillas	10	30		300
mesas de trabajo	40	10		400
Sillas Infantiles	80	5.64		450
Colchones	10	40		400
Sábanas	15	10		150
Cobijas	15	10		150
Edredones	15	20		300
Almohadas	15	5.34		80
<b>Área Comedor y Cocina</b>			2530	
Mesas Infantiles plásticas	10	15		150
Sillas infantiles	80	5		400
Refrigeradora	1	900		900
Cocina Industrial	1	300		300
Cocina	1	250		250
Vajilla de melanina	8	12.50		100
Cubiertos	8	20		160
Ollas	3	50		150
Utensilios de cocina	6	20		120
<b>Área de computación</b>			4240	
Computadoras	5	600		3000
Carteles didácticos	4	10		40



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DIPLOMADO SUPERIOR EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

---

Escritorio	6	10		600
Sillas	12	5		600
<b>Área de audiovisuales</b>			2000	
Televisión	1	400		400
DVD	1	100		100
Amplificación	1	1500		1500
<b>Juegos para el área verde</b>			600	
Resbaladera	1	200		200
Columpios	1	200		200
Sube y Baja	1	200		200
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>			<b>15870</b>	



### 3.9.2 PROYECCIÓN DE INGRESOS Y EGRESOS

DETALLE	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
INGRESOS	mensual	anual	mensual	anual	mensual	anual	mensual	anual	mensual	anual
NIÑOS	40		48		59		71		86	
Valor de la matricula	50.00		52.09		54.26		56.52		58.88	
Descuento por promoción	-250.00	250.00								
total por matricula	1,750.00	1,750.00	2,520.91	2,520.91	3,177.50	3,177.50	4,005.11	4,005.11	5,048.26	5,048.26
valor de la pensión	115.00		119.80		124.79		129.99		135.42	
Total Pensiones	4,600.00	55,200.00	5,798.10	69,577.23	7,308.26	87,699.10	9,211.75	110,540.95	11,611.01	139,332.11
TOTAL DE INGRESOS	6,350.00	56,700.00	8,319.02	72,098.14	10,485.76	90,876.61	13,216.85	114,546.05	16,659.27	144,380.38
	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
EGRESOS	mensual	anual	mensual	anual	mensual	anual	mensual	anual	mensual	anual
Maestras palvularias (3-4)	720.00	8,640.00	743.04	8,916.48	1,022.42	12,269.08	1,055.14	12,661.69	1,088.91	13,066.86
Psicóloga	240.00	2,880.00	247.68	2,972.16	255.61	3,067.27	263.79	3,165.42	272.23	3,266.72
Pediatra	240.00	2,880.00	247.68	2,972.16	255.61	3,067.27	263.79	3,165.42	272.23	3,266.72
Terapeuta de Lenguaje	240.00	2,880.00	247.68	2,972.16	255.61	3,067.27	263.79	3,165.42	272.23	3,266.72
Estimuladora Temprana	240.00	2,880.00	247.68	2,972.16	255.61	3,067.27	263.79	3,165.42	272.23	3,266.72
Secretaria	240.00	2,880.00	247.68	2,972.16	255.61	3,067.27	263.79	3,165.42	272.23	3,266.72
Administrador- Contador			309.60		319.51		329.73		340.28	4,083.39



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DIPLOMADO SUPERIOR EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

	300.00	3,600.00		3,715.20		3,834.09		3,956.78		
<b>Beneficios Sociales</b>			390.92		418.33		425.32		432.53	5,190.32
	385.00	4,620.00		4,691.04		5,019.96		5,103.80		
<b>Arriendo</b>			515.00		530.45		546.36		562.75	6,753.05
	500.00	6,000.00		6,180.00		6,365.40		6,556.36		
<b>Alimentación</b>			968.82		1,173.27		1,420.87		1,720.71	20,648.51
	800.00	9,600.00		11,625.87		14,079.26		17,050.39		
<b>Gastos administrativos</b>			400.00		500.00		600.00		700.00	8,400.00
	250.00	3,000.00		4,800.00		6,000.00		7,200.00		
<b>Gastos de Mantenimiento</b>			150.00		200.00		250.00		300.00	3,600.00
	100.00	1,200.00		1,800.00		2,400.00		3,000.00		
<b>Gastos de Servicios Básicos</b>			150.00		155.00		155.00		160.00	1,920.00
	150.00	1,800.00		1,800.00		1,860.00		1,860.00		
<b>Aporte patronal IESS</b>			278.36		318.33		328.51		339.02	4,068.29
	269.73	3,236.76		3,340.34		3,819.90		3,942.14		
<b>pago de permisos de funcionamiento</b>			130.00		135.00		135.00		140.00	140.00
	130.00	130.00		130.00		135.00		135.00		
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>4,804.73</b>	<b>56,226.76</b>	<b>5,274.14</b>	<b>61,859.73</b>	<b>6,050.34</b>	<b>71,119.03</b>	<b>6,564.85</b>	<b>77,293.26</b>	<b>7,145.33</b>	<b>84,204.00</b>





### 3.9.3 FLUJO DE EFECTIVO

Para realizar el flujo de efectivo del centro de Desarrollo Inicial “Happy Children”, se han tomado en cuenta las siguientes situaciones:

- Durante el tiempo restante del 2010 se realizarán las inversiones necesarias para la puesta en marcha El Centro de Educación Inicial periodo del 2011.
- El número de niños proyectados para la guardería para crecimiento anual de la guardería de acuerdo a una tasa de natalidad del 21%, es: (Fuente INEC proyección de crecimiento poblacional)

AÑOS	NÚMERO DE NIÑOS
2011	40
2012	48
2013	59
2014	71
2015	86

Considerando que en el principio se contará con pocos niños hasta dar a conocer el servicio que ofrece el centro.

- El valor de la pensión que se cobrarán por el servicio durante los 5 primeros años de vida de la institución, en base a una tasa de inflación promedio anual del 4.17% en el área de la educación es:



AÑOS	VALOR DE LAS MENSUALIDADES
2011	\$115.00
2012	119.80
2013	124.79
2014	129.99
2015	135.42

Incrementos que fueron calculados de acuerdo a la situación actual del país.

- De la misma manera el personal de la guardería se irá incrementando de acuerdo al número de niños matriculados a la fecha.

AÑOS	NUMERO DE MAESTRAS PARVULARIAS	TERAPISTA DE LENGUAJE	ESTIMULADORA TEMPRAN	PSICÓLOGA
2011	3	1	1	1
2012	3	1	1	1
2013	4	1	1	1
2014	4	1	1	1
2015	4	1	1	1

- Los sueldos del personal serán de \$247.68 inicialmente, excepto la persona encargada de la administración quien percibirá un sueldo mensual de \$300. El incremento anual de salarios tiene como referencia la tasa de inflación anual de salarios que hasta abril se tiene como dato del 3.2% según el Banco Central del Ecuador.



- Dentro de los gastos administrativos se cubrirán los de comunicación, cabe anotar que a partir del segundo periodo de la puesta en marcha se intensificará la misma por lo que los gastos administrativos serán más altos.
- En relación a los gastos de alimentación se incrementarán cada año en base al creciente número de alumnos y también tomando en cuenta la tasa de inflación para alimentos indicado por el Banco Central a abril del 2010 que es del 0.85%.
- Los posibles accionistas consideran en su decisión que exista una tasa de rendimiento mínimo del 25%.

Teniendo en cuenta ya las diferentes situaciones transaccionales a presentarse y presentado ya en la proyección de ingresos y gastos para 5 años, el flujo de efectivo neto planificado es:

PERIODOS	FLUJO DE EFECTIVO NETO
Año 0 (2010)	- 15870.00
Año 1 (2011)	- 415.06
Año 2 (2012)	9,321.69
Año 3 (2013)	18,693.26
Año 4 (2014)	36,154.42
Año 5 (2015)	59,042.85

Estos datos nos proporcionan lo siguiente:

TIR	68%
VAN <sup>1</sup>	\$ 69.951,49

<sup>1</sup> Para el cálculo del VAN se tomó en cuenta una tasa de descuento referencial del 9.02%, que es la tasa activa legal según el Banco Central del Ecuador.



Además, se ha calculado un tiempo de repago descontado de 2.90 años (casi igual a 2 años y 10,80 meses).

Esto quiere decir que en casi 3 años se recuperará la inversión en este proyecto educativo si se cumplen los supuestos anotados anteriormente. También tenemos una TIR muy atractiva, es decir una tasa con la que recupero mi inversión inicial del 68% con la que estamos seguros que los posibles accionistas decidirán invertir en este negocio ya que ellos deseaban como mínimo un 15%; finalmente el valor de los flujos de efectivo esperado con la aplicación del proyecto, en el periodo cero es de \$69.951,49.

### **3.10 CONCLUSIONES**

Después del análisis desarrollado se proyecta una Centro de Educación Inicial en la zona propuesta.

El Plan de Negocio establece que existen requisitos para el funcionamiento de un centro de cuidado infantil, los mismos que facilitan la posibilidad operativa de funcionamiento de la Centro de Educación Inicial “Happy Children” debido a que cumple con todos los requisitos necesarios del Ministerio de Bienestar Social y del Ministerio de Educación y Cultura, Municipio, Súper Intendencia de Compañías.

Lo que va a diferenciar al Centro de Educación Inicial “Happy Children” de sus competidores potenciales y lo va a convertir en su mayor fortaleza es su calidad de Educación, ya que va a brindar un aprendizaje significativo y personalizado, pensando siempre en el bienestar de sus niños puesto que se contará con un personal capacitado

(Maestras parvularias, psicóloga educativa, pediatra) para el cuidado infantil, convirtiéndose no sólo en una de las tantas Centros de cuidado Infantil que existen en la ciudad de Cuenca sino en su segundo hogar, donde los niños podrán contar con un proceso de enseñanza – aprendizaje en valores éticos y morales que les



ayudará a ser personas de bien y a desarrollarse en todos los ámbitos de la educación y espacios de su vida, creando así un gusto por la educación.

De acuerdo al estudio técnico el Centro de Educación Inicial cuenta con todas las facilidades para su funcionamiento.

De acuerdo al estudio Económico Financiero resulta factible de acuerdo a los resultados obtenidos.

Finalmente, como se conoce, una de las condiciones que se requieren para determinar la viabilidad de un proyecto es que éste demuestre un VAN positivo ó en su defecto una TIR igual o mayor a una tasa de rendimiento esperada. Por lo tanto, luego de haber analizado financieramente este proyecto podemos concluir que es posible llevarlo a cabo.

### **3.11 RECOMENDACIONES**

En consideración con las conclusiones establecidas y como un aporte de nuestra parte para la realización del presente proyecto llamado Centro de Educación Inicial dejo constancia las siguientes recomendaciones.

- Tomando en consideración que en estos últimos años, el crecimiento Poblacional se ha dado por el Sector de la Gloria lugar donde se propone la realización del presente proyecto, se considera que es el apropiado ya que las familias necesitan un lugar en donde sus niños sean cuidados, atendidos y educados; como también puedan desarrollar sus habilidades y destrezas; se recomienda a los inversionistas, que se cree en este sector puesto que por esta zona no existen centros de cuidado Infantil cercanos



- Es necesario hacer conciencia la importancia que tiene el cumplimiento de todos los requisitos que se encuentran en el Acuerdo N° 2324 del Registro Oficial N° 309; en el que se rige el Ministerio de Bienestar Social, y los acuerdos correspondientes al Ministerio de Educación y cultura que nos permiten el funcionamiento de centro, ya que cada uno de ellos son indispensables para que se cumpla a cabalidad la educación de los niños, constituyendo un eje primordial para mejorar el funcionamiento del centro infantil y poder así obtener los permisos necesarios para su funcionamiento.
- Para la ejecución de todos los proyectos los inversionistas consideran indispensable los niveles de rentabilidad, al analizar los diferentes escenarios así como también tomando en consideración lo expuesto anteriormente se recomienda la creación del Centro de Educación Inicial en el Lugar especificado y con los supuestos dados en los escenarios normal y optimista ya que en ambos casos los niveles de rentabilidad son favorables.
- Tomar en cuenta cual es el mercado que nos vamos a dirigir con el proyecto, cuales son las edades de los niños que ingresaran, porque según el reglamento debemos tener desde los 0 – 5 años y debe funcionar como Centro de Educación Inicial.



### 3.12 BIBLIOGRAFIA

- Kim, W. Chan y Mauborgne Renée. La estrategia de océano Azul. (2005). Colombia Grupo editorial Norma. Pp.
- Kerin, Roger. Hartly, Steven W; Rudelium. (2009). Marketing. Mexico: McGraw Hill.  
Capitulo 2:  
“Creación de Estrategia de Marketing y organizaciones exitosas”
- Ministerio de Educación (Requisitos para la Creación de un Centro de Educación Inicial) acuerdo ministerial No. 1947 de Junio del 2002.  
(reglamentos para la acreditación de instituciones de Educación Inicial)  
Mediante acuerdo ministerial No. 123 del 17 de junio del 2005.

#### INTERNET:

[www.economia.gov.mx](http://www.economia.gov.mx)

<http://www.capig.org.ec/divisionProyectos/servicios.html>

[www.planfinanciero.com](http://www.planfinanciero.com)

<http://www.scribd.com/doc/465376/Plan-de-Negocios>

[www.inec.com](http://www.inec.com)



[www.bancocentraldelecuador.com](http://www.bancocentraldelecuador.com)



## ANEXOS

### ANEXO 1

#### INSTRUCTIVO PARA ACREDITAR Y LEGALIZAR EL FUNCIONAMIENTO DE LOS CENTROS DE EDUCACION INICIAL.



DIRECCION PROVINCIAL DE EDUCACION DEL AZUAY

**INSTRUCTIVO PARA ACREDITAR Y LEGALIZAR EL FUNCIONAMIENTO DE LOS CENTROS DE EDUCACION INICIAL**

**MARCO LEGAL**

- Mediante Acuerdo Ministerial No 1947 de junio del 2002. "Créase la instancia de Educación Inicial en el M.E.
- Mediante Acuerdo Ministerial No 123 del 17 de junio del 2005. se emite el Reglamento para la acreditación de instituciones de Educación Inicial.

**RECOMENDACIONES GENERALES**


1. Para la creación de los Centros de Educación Inicial públicas, privadas y físcicomisionales, se presentará la documentación exigida, por duplicado en el Departamento de Archivo, con cuatro meses de anticipación, al inicio de sus labores
2. El documento que acredita la legalización de su centro de Educación Inicial, se lo hará a través del departamento de Planeación de la Dirección de Educación, y tendrá validez, solo para cinco años; para continuar funcionando, la institución estará sujeto a un proceso de seguimiento y evaluación, luego del cual se podrá renovar el permiso por otros cinco años más, y así sucesivamente. Para ello se notificará a la autoridad de la institución con seis meses de anticipación a la fecha de culminación del plazo, para su renovación.
3. Es preferible que la persona que solicita la creación del centro de educación Inicial posea el título docente para este nivel, Pero si no lo tuviere, deberá contratar a un/a profesional en el nivel. Quién será el/a único/a responsable del manejo pedagógico, y administrativo frente a la Dirección de Educación.
4. En caso de que la institución, hubiese sido creada por el MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social) deberá adjuntar copia certificada del Acuerdo Ministerial, emitido por esta institución, a más de los requisitos de Ley.
5. En caso de ser aprobado su centro de Educación Inicial, deberá obtener la fijación de costos, de matrículas y pensiones de la Junta Provincial Reguladora de Costos de la educación (División de Régimen Escolar), cantidad que estará en relación con los estándares de calidad que preste la institución.
6. Recordar, que mientras dure este proceso y durante todo el tiempo que funcione su institución, cualquier cambio que realice en el aspecto curricular, técnico, de ubicación geográfica, etc. deberá comunicar a esta dependencia mediante oficio o proyecto.

**REQUISITOS**

1. **Documentos Generales**
  - Solicitud por escrito a l/a Sr/a Director Provincial de Educación.
  - Solicitud en especie valorada
  - Nombre y razón social de la institución.
    - En caso de personal natural presentar, documento notariado

**EDUCAMOS PARA TENER PATRIA**

DIRECCIÓN: BOLIVAR 10-71. TELES: 2835120-2842467-2832450  
E-MAIL: [educacion@educaciondelazuay.gub.ec](mailto:educacion@educaciondelazuay.gub.ec)







DIRECCION PROVINCIAL DE  
EDUCACION DEL AZUAY

- En caso de personería jurídica, presentar copia del documento que avalice la conformación de la Compañía Ltda.. o Sociedad Anónima
- En caso de que el solicitante sea una fundación, congregación religiosa, y otros, adjuntar los documentos que justifiquen su creación y funcionamiento, tales como: Acuerdos ministeriales, Convenio, Registro oficiales y otros.

- 1.4. Si el lugar donde va a funcionar la institución es propio, adjuntar la copia de las Escrituras Públicas. en caso de ser arrendado, presentar copia del contrato de arrendamiento, mínimo por un año.
- 1.5. Registro único de contribuyentes (SRI) de la Institución.
- 1.6. Certificado de Salud ( Dirección Provincial de Salud)
- 1.7. Record Policial del Solicitante.

## 2. Infraestructura y Equipamiento

- 2.1 El lugar donde va a funcionar el centro, debe ser de uso exclusivo para el nivel.
- 2.2 Las aulas y el espacio de recreación deben poseer un mínimo de 2m, por niño/a, es decir deben ser espaciosos, seguros, ordenados limpios y con suficiente iluminación natural.
- 2.3 Poseer una aula por cada grupo de edad, con independencia una de otra.
- 2.4 Organizar una aula de Psicomotricidad, debidamente equipada y forrada sobre el piso con material suave y que no cause daño a los niños/as, con espejos grandes, barras de equilibrio y elementos necesarios para el desarrollo de la psicomotricidad.
- 2.5 Poseer un espacio independiente, en donde los niños/as puedan servirse sus alimentos.
- 2.6 El área de recreación debe estar implementada con: juegos infantiles seguros y no peligrosos, casas de muñecas, canchas para fútbol o basket, con espacios verdes y amplios.
- 2.7 Poseer servicios básicos: luz, agua potable, servicios higiénicos o letrinas.
- 2.8 Los lavabos y servicios higiénicos deben estar acorde al tamaño y edad de los niños/as.
- 2.9 Poseer un botiquín con elementos indispensables para primeros auxilios

## 3. Los Espacios de Aprendizaje

- 3.1 Organizar Rincones de Aprendizaje dentro y fuera del aula, hogar, construcción, plástica, panadería. Etc.
- 3.2 Organizar un espacio para reposo y siesta de los niños/as.
- 3.3 Poseer un espacio para atención médica y primeros auxilios.
- 3.4 Poseer un espacio para videos, dramatización y títeres.



EDUCAMOS PARA TENER PATRIA

DIRECCIÓN: BOLIVAR 10-71. TELFS: 2835120-2842467-2832450 TELEFAX: 2835120  
E- MAIL: azuayedul@yahoo.es



DIRECCION PROVINCIAL DE  
EDUCACION DEL AZUAY

#### 4. Recursos, Materiales y Mobiliario

##### 4.1 Humanos

4.1.1 El personal docente que va a laborar en la institución, debe poseer un/a profesional en docencia del Nivel Inicial o afines y con una alto nivel de calidad humana y afectividad. Se considerará los siguientes títulos:

- Magíster o Licenciado en Educación Inicial
- Licenciatura en Párvulos o el Nivel Pre-escolar
- Psicóloga Infantil
- Profesora de Educación Parvularia
- Educadora Parvularia
- Estimuladora temprana en educación.

4.1.2. Presentar un cuadro distributivo con la nómina, título, funciones y horario de trabajo que tiene que cumplir el personal directivo, docente, de apoyo y de servicio, siguiendo el formato que a continuación se presenta:

No	Nombre y apellido	Título que posee	Función que va a realizar	Horario de trabajo
1				
2				

4.1.3 Presentar copias de los títulos de cada uno de los docentes que van a laborar en la institución, debidamente certificados por el CONESUP a mas de diplomas, certificados y otros.

4.1.4 Adjuntar los contratos de trabajo, legalizados por la Inspectoría de Trabajo. "Recuerde que el incumplimiento de esta norma le puede causar problemas legales con su personal".

4.1.5 Cada nivel de atención de los centros de Educación Inicial será atendido por una profesional, en base a la siguiente tabla:

- 0- 1 años, una maestra por cada 5 niños/as
- 1-2 años, una maestra por cada 8 niños/as
- 2-3 años, una maestra cada 12 niños/as
- 3-4 años, una maestra por cada 15 niños/as
- 4-5 años, una maestra por cada 20 niños

4.1.6. Contar con una auxiliar en enfermería, además de un psicólogo infantil, pediatra y un odontólogo de planta, los mismo que realizarán un control y seguimiento periódico del estado de salud de los niños/as y cuando la ocasión lo amerite, los mismos que mantendrán fichas actualizadas sobre el estado de salud.

EDUCAMOS PARA TENER PATRIA

DIRECCIÓN: BOLIVAR 10-71. TELFS: 2835120-2842467-2832450 TELEFAX: 2835120  
E- MAIL: azuayedul@yahoo.es





DIRECCION PROVINCIAL DE  
EDUCACION DEL AZUAY

#### 4.2 Materiales y Equipamiento

- 4.2.1. Realizar una breve descripción del mobiliario (estantes, mesas, sillas, armarios, repisas y otros).
- 4.2.2. Realizar una breve descripción de Equipos Técnicos con los que cuentan la institución, grabadoras, computadoras, VCD, TV, toca Cds. Y otros), micrófonos
- 4.2.3. Describir los materiales didácticos con los que va a trabajar la institución: un franelógrafo, un imanógrafo, pizarrón pequeño de tiza o acrílico rompecabezas, juegos lógicos de encaje plano, fichas de encaje, torre piramidal, plantados de forma, legos, cuentas, bloques matemáticos, fichas de lectura, cuentas de colores, instrumentos de música, cuentos, bloques de construcción, cochecitos, triciclos, además todo tipo de juguetes para cada uno de los rincones y otros materiales.

#### 4.3 Recursos Económicos o presupuesto

Presentar el presupuesto económico con ingresos y egresos que va a necesitar para ejecutar el proyecto

### 5. SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN.

- 5.1 Si va a brindar servicio de alimentación, éste, deberá hacérselo en un espacio específico limpio y ordenado de la institución, para ello la institución proporcionará vajilla de buen material y en buen estado.
- 5.2 Los alimentos que va a brindar a los niños/as deberán contener un alto nivel nutritivo y manejarse en función a lo que exige a la tabla nutricional.

### 6. PROGRAMA CURRICULAR

Elaborar el programa curricular, en base a los lineamientos del Referente Curricular para la Educación Inicial, siguiendo el esquema que a continuación se detalla:

#### 6.1 Datos informativos de la Institución

- Nombre de la institución  
Ubicación geográfica de la institución: Provincia, cantón, parroquia, comunidad, dirección.  
(anexar croquis de la ubicación geográfica.  
Teléfono. Email y fax  
Área geográfica: urbana o rural  
Jornada que va a laborar: matutina, vespertina o las dos  
Régimen escolar: sierra o costa  
Tipo: Hispano o Bilingüe  
Genero: Masculino, femenino o mixto  
Horario de atención: desde..... hasta.....  
Niveles de Atención: poner las edades de los niños/as a los/as cuales va a dar atención. 0-  
1; 1-2; 2-3; 3-4; 4-5 años  
Financiamiento: fiscal, particular, fundación, Ongs y otros



EDUCAMOS PARA TENER PATRIA

DIRECCIÓN: BOLIVAR 10-71. TELFS: 2835120-2842467-2832450 TELEFAX: 2835120  
E- MAIL: azuayedul@yahoo.es



DIRECCION PROVINCIAL DE  
EDUCACION DEL AZUAY

Modalidad: Centro de Educación Inicial, Centros de Desarrollo Infantil, Centro de Recreación Infantil. INNFA.

## 6.2 *Antecedentes y Justificación*

- 2.1 En caso de que la institución ya esta funcionando: realice una breve descripción, relacionada con su funcionamiento: desde cuando está funcionando, que institución le autorizó, actualmente con cuantos niños cuenta, el nombre del/a maestro/a y director, si tenía otro nombre u otro propietario, ¿Por qué? del nombre, y otros aspectos históricos de la institución.
- 2.2 Justificación.- Explique los motivos que le motivaron para crear el centro de Educación Inicial.
- 2.3 Objetivos Institucionales: General y Específicos.
- 2.4 Misión y Visión Institucional

## 6.3 *Marco Teórico*

- 3.1 Presentar el Enfoque Pedagógico, sobre el cual va a sustentar el desarrollo del proceso curricular (teorías de diferentes autores).
- 3.2 Características Bio-sicosocial de los niños/as, de acuerdo a cada nivel de atención con los cuales va a trabajar ( 0-1; 0-2; 2-3; etc. ....)
- 3.3 Objetivos Generales del Referente Curricular para la Educación Inicial
- 3.4 Objetivos Específicos del Referente Curricular.
- 3.5 Listado de habilidades y capacidades por niveles de atención, en las áreas de Psicomotriz, Desarrollo de Lenguaje, Desarrollo de las Senso percepciones, Desarrollo del pensamiento, y desarrollo socio afectivo
- 3.6 Describir las estrategias metodologicas con las cuales va a desarrollar el currículo para la educación inicial.
- 3.7 describir las técnicas y agregar dos instrumentos de evaluación que va a emplear en el desarrollo del proceso educativo.
- 3.8 Presentar una propuesta de la jornada diaria de trabajo

RESPONSABLE

DIVISION DE CURRICULO



EDUCAMOS PARA TENER PATRIA

DIRECCIÓN: BOLIVAR 10-71. TELFS: 2835120-2842467-2832450 TELEFAX: 2835120  
E- MAIL: azuayedul@yahoo.es



## ANEXOS: 2 ENCUESTAS

Encuesta No. \_\_\_\_\_

Objetivo: Analizar las perspectivas y posibilidades de un servicio de centro de educación inicial, que brinde confianza y sobre todo tranquilidad de los que la utilicen.

Sexo: M \_\_\_\_\_ F \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

Dirección \_\_\_\_\_

Profesión u Oficio \_\_\_\_\_

1. ¿Tiene usted hijos, nietos u otros niños que están bajo su cuidado?

Si                  No

2. ¿Entre que edades se encuentran estos niños?

0 año – 1 años

2 años – 3 años

4 años – 5 años

3. ¿Cuenta usted con alguien permanente y de confianza que cuide los niños durante sus horas de estudio o laborables?

Si                  No

4. ¿Le gustaría le ofreciera el servicio de Maternal y Educación inicial en la ciudad de Cuenca?

Si                  No

5. ¿Utilizaría usted este servicio?

Si                  No

6. ¿Al momento de elegir una guardería que aspectos tomaría usted en consideración?

Seguridad

Confiabilidad

Ubicación

Buen Trato

Personal Capacitado



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DIPLOMADO SUPERIOR EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

---

Costos

7. ¿En qué horario le gustaría que se diera este servicio?

7:00 – 5:00

1:00 – 10:00

7:00 – 12:30

6:00 – 10:00

Otro

Especifique\_\_\_\_\_

8. ¿Qué otro servicio alternativo le gustaría que ofreciera el Centro de Orientación Infantil?

Alimentación

Psicología

Enfermería

Clases de Inglés

Otro

Especifique\_\_\_\_\_

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por este servicio?

Menos de 140

150.00

1 60.00

180.00

Otros valores \_\_\_\_\_

10. ¿Su ingreso promedio familiar mensual?

- 400.00 –500.00
- 600.00 –700.00
- 800.00 – 900.00
- 1000.00 o más

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

### ANEXO 3

#### CARTEL DE LA ENTRADA DEL CENTRO EDUCATIVO







#### ANEXO 4

##### Folleto Informativo de la Institución.







*El Centro de Educación Inicial se permite ofrecer a Ud. Una Educación de calidad e innovadora, con un personal calificado de calidad con:*

### **Terapia de lenguaje**

Estimulación temprana

Psicología

Estimulación Sensorial

Psicomotricidad

Talleres de creatividad y expresión musical

Expresiones plásticas

Inglés, entre otras más.



El Centro cuenta con:

Maternal

Pre Kinder

Pre básico

1ro de básica

### **Requisitos para el ingreso:**

Partida de nacimiento.

6 fotos tamaño carnet

Certificado de Salud

Tipo de Sangre



### **MISIÓN**

Nuestro centro está orientado a:

Cuidar, entretener, educar, estimular el desarrollo de nuestros alumnos con una educación de calidad, con métodos innovadores, teniendo como principio la estimulación temprana; con un proceso de aprendizaje personalizando las necesidades de cada uno de ellos, además de las enseñanzas y prácticas de deportes

### **Visión**

"Happy Children Instituto de educación Inicial" Aspira dentro de cinco años ser un centro educativo con maternal, kínder, y primer año de educación básica, para en un futuro convertirse en una Unidad Educativa.

**MATRICULAS ABIERTAS TE ESPERAMOS**



## ANEXO 5

### ANUNCIO PARA LA PRENSA ESCRITA:

**HAPPY CHILDREN**  
**Centro de**  
**Educación Inicial**

**Organización**  
**Responsabilidad**  
**Disciplina**  
**Aprendizaje**

- Tres niveles
- Actividad Recreativa
- Tares Digitales

**ATENCIÓN INTEGRAL PARA SU HIJO**

**Maternal - Pre- kínder**  
**- Pre- básica—**  
**pri ro de básica**

**Mensualidades Accesibles**

**Ambiente equilibrado e Higiénico**

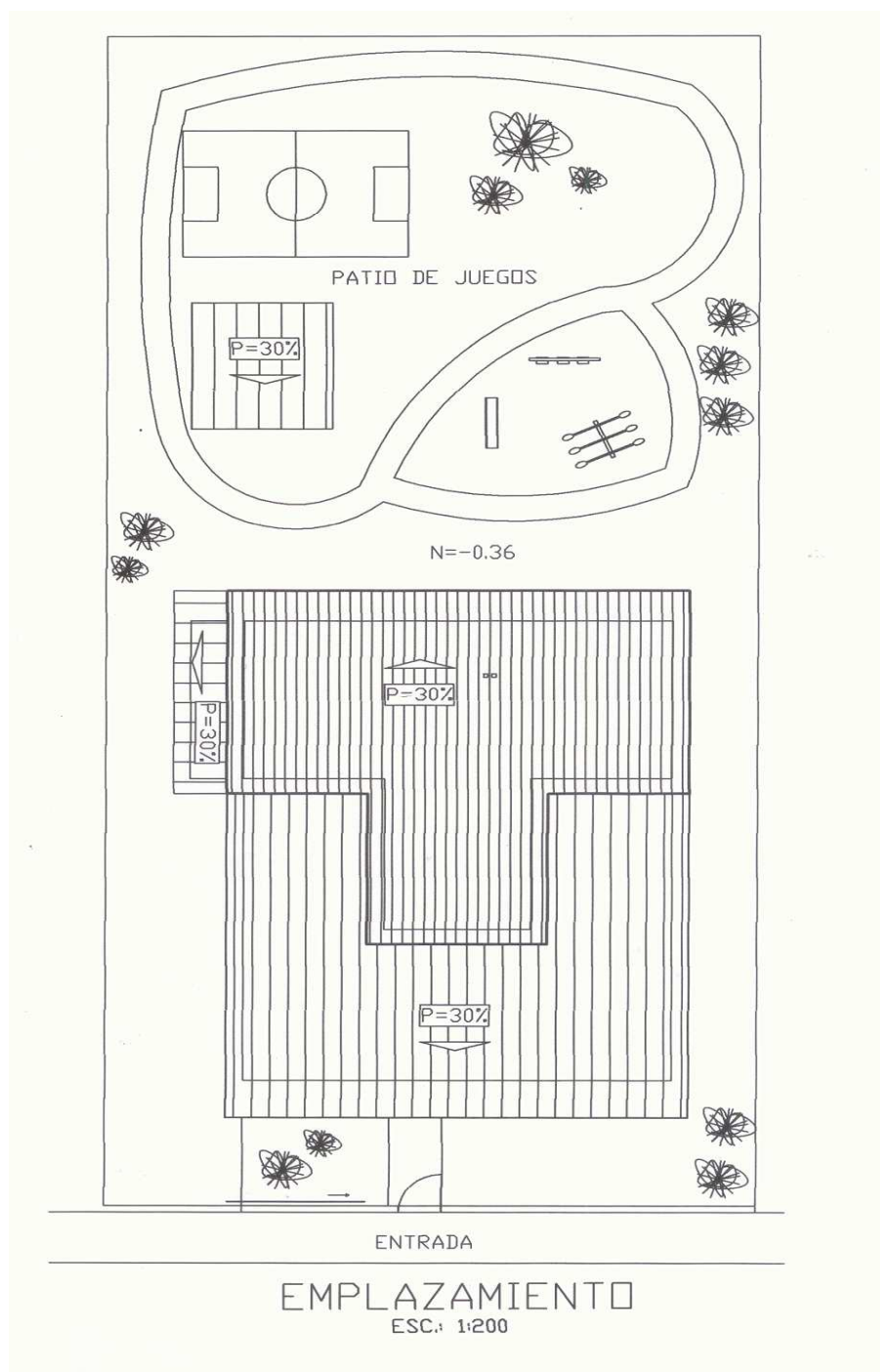
**TRABAJE TRANQUILA**  
NOSOTROS NOS ENCARGAMOS DE SU HIJO  
PERSONAL DOCENTE CALIFICADO  
ALIMENTACIÓN BALANCEADA  
SEGURAS Y CONFORTABLES INSTALACIONES  
JUEGOS—ESTIMULACIÓN Y DESARROLLO

DIRECCIÓN: Sector la Gloria. TELEFONO: 099594168  
MATRICULAS ABIERTAS: TE ESPERAMOS



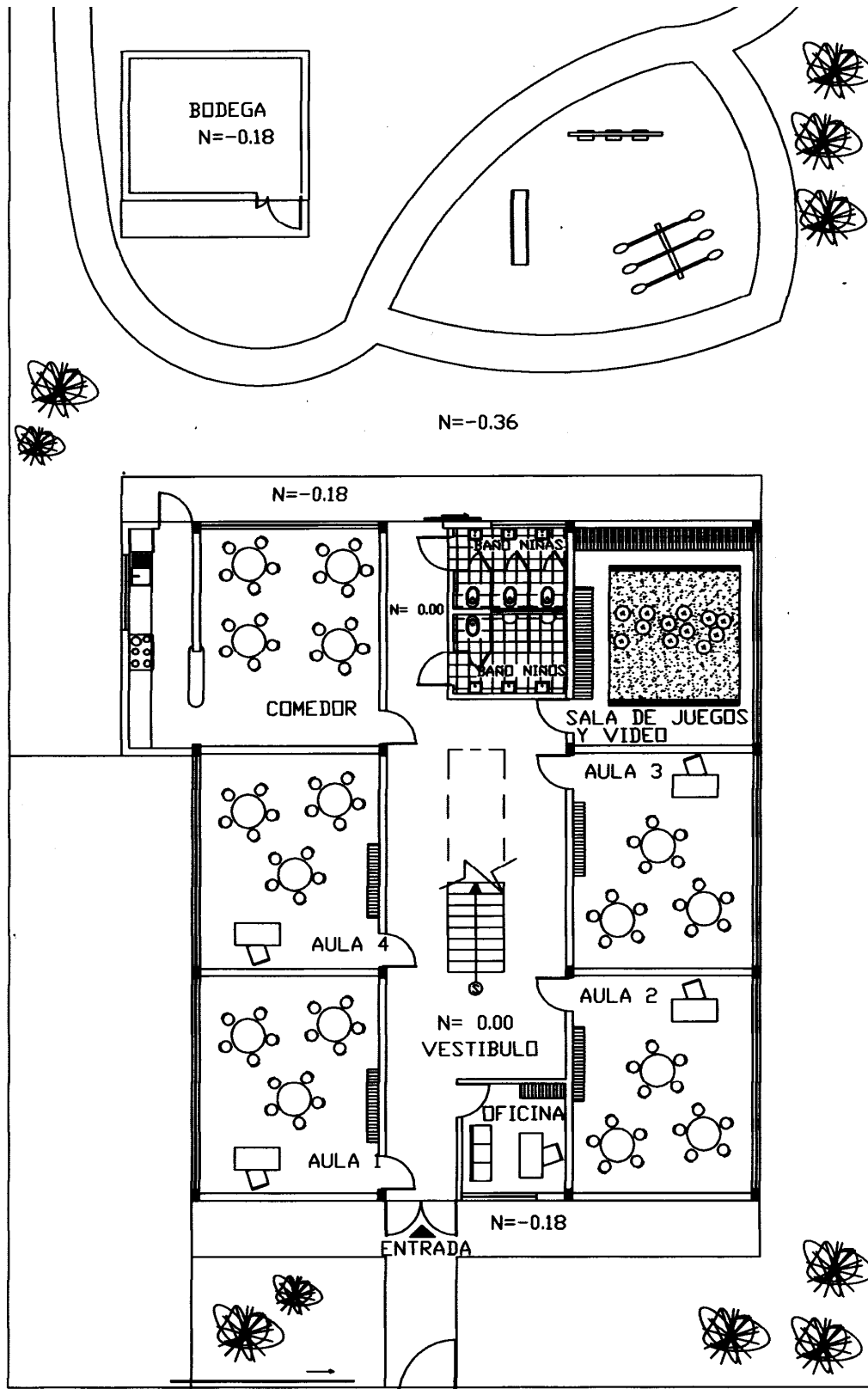
## ANEXO 6

### Levantamiento:





UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DIPLOMADO SUPERIOR EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN



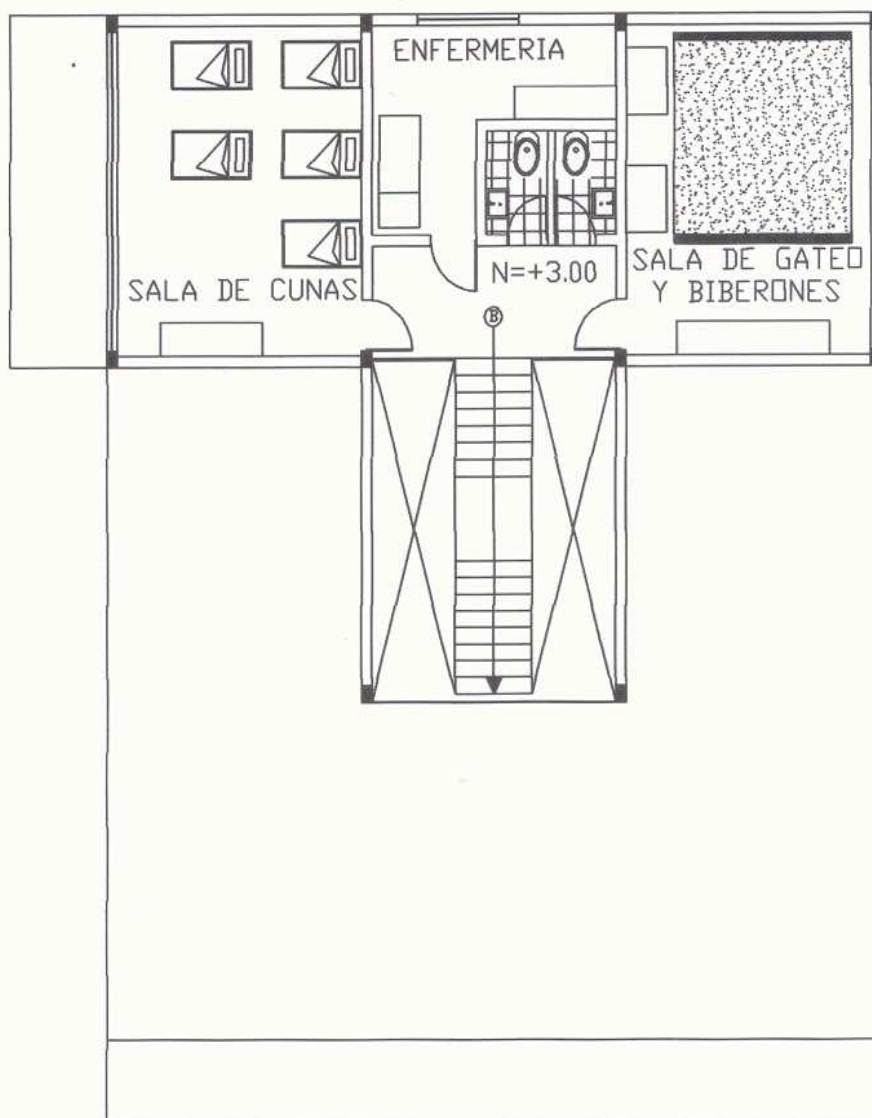
Lic. N

PLANTA BAJA  
ESC: 1:150



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DIPLOMADO SUPERIOR EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

---



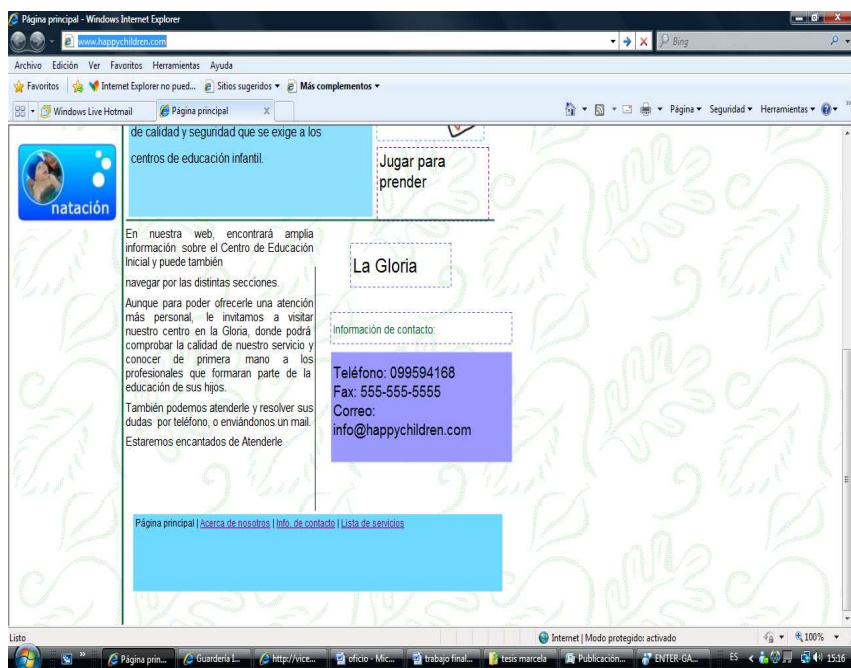
PLANTA ALTA  
ESC.: 1:150





## ANEXO 7

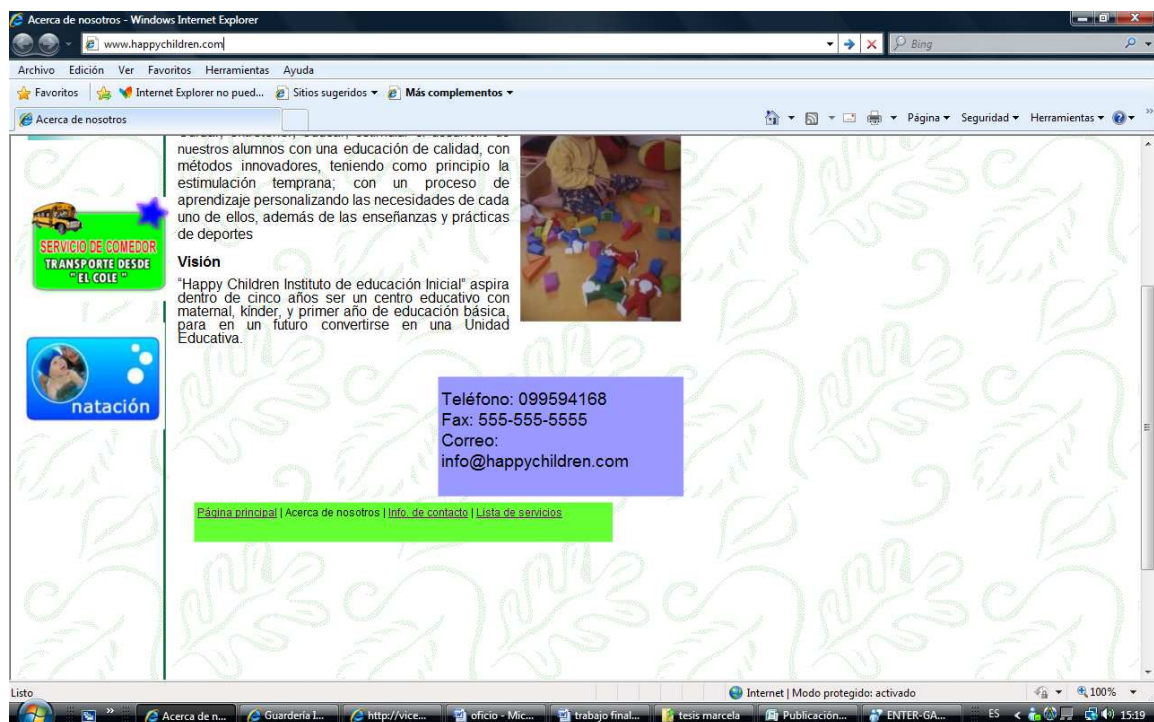
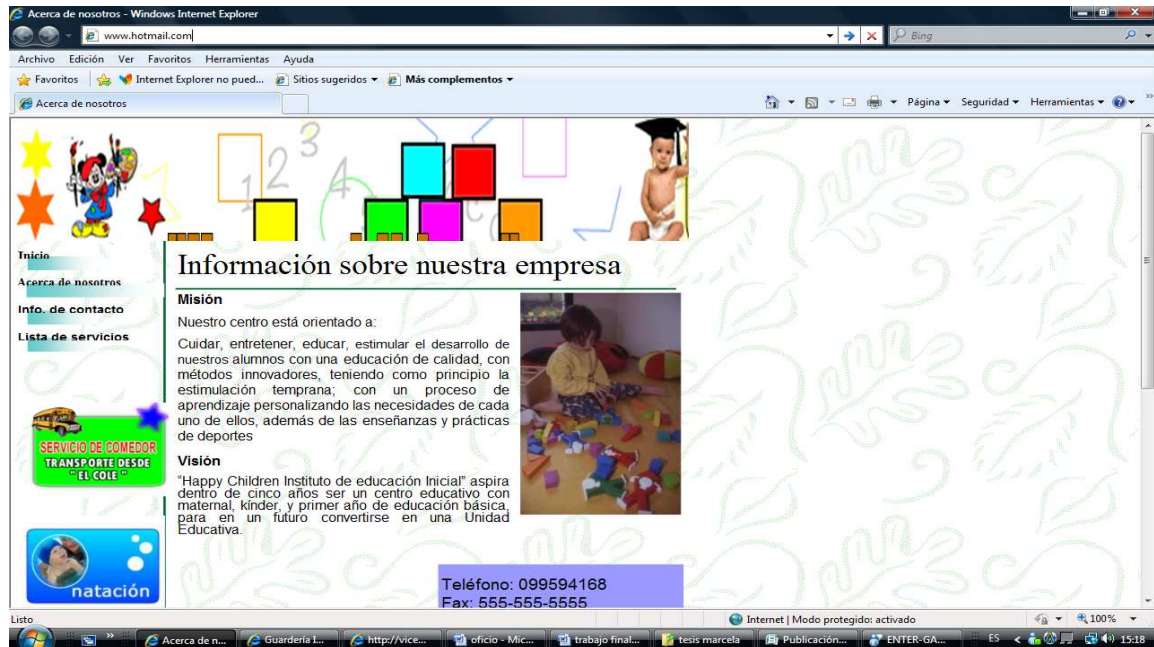
### Página 1 Web





UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DIPLOMADO SUPERIOR EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

Página 2 web





UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DIPLOMADO SUPERIOR EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

**Página 3 web.**







UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
DIPLOMADO SUPERIOR EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

Página 4 web.

