

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA GUARDERIA CON
SERVICIOS DURANTE 24 HORAS DEL DIA EN LA CIUDAD DE SAN JUAN
DE PASTO**

ANGELA ARTEAGA MUÑOZ

**CONVENIO UNIVERSIDAD DE BOGOTA JORGE TADEO LOZANO
UNIVERSIDAD DE NARIÑO VIPRI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO
2009**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA GUARDERIA CON
SERVICIOS DURANTE 24 HORAS DEL DIA EN LA CIUDAD DE SAN JUAN
DE PASTO**

ANGELA ARTEAGA MUÑOZ

**Trabajo presentado como proyecto de grado para optar al titulo de
Especialista en Gerencia de Mercadeo**

**Asesor:
Esp. MARIO FERNANDO ARCOS ROSAS**

**CONVENIO UNIVERSIDAD DE BOGOTA JORGE TADEO LOZANO -
UNIVERSIDAD DE NARIÑO VIPRI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO
SAN JUAN DE PASTO
2009**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo de grado son responsabilidad exclusiva de sus autores”

Artículo primero del acuerdo N° 323 de Octubre 11 de 1966, emanada del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación:

Presidente de tesis

Jurado

Jurado

San Juan de Pasto, Marzo de 2009

RESUMEN

En la actualidad podemos ver la importancia que genera una mayor participación de la mujer en el campo laboral, radica en una serie de beneficios asociados. En primer lugar el trabajo remunerado se retornaría en beneficios sociales crecientes, ayudando a combatir la pobreza y la exclusión social sobre todo si esa mujer pertenece a las clases menos favorecidas. En segundo lugar la incorporación de la mujer al mercado laboral ayuda a que ella tenga confianza y a la vez a mejorar su calidad de vida personal en incorporándola a darle autonomía dentro de la familia y la sociedad. En tercer lugar se ve como la mujer a ganado espacios como, empresaria, trabajadora, y consumidora. Y cuarto ella cada vez es mas independiente.

ABSTRACT

Currently we can see the importance that generates a greater participation of the in the country labor woman, situates in a series of associated benefits. In the first place the work paid would return in growing social benefits, helping to fight the poverty and the social exclusion above all if that woman belongs to the classes less favored. In second place the incorporation of the woman to the labor market helps to that she have confidence and at the same time to improve its quality of personal life in incorporating it to give him autonomy inside the family and the company. In third place is seen like the woman to cattle spaces as, businessman, hard-working, and consumer. And fourth she each time is but independent.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN.....	17
1. ASPECTOS GENERALES.....	18
1.1 TÍTULO.....	18
1.2 TEMA.....	18
1.3 ÁREA Y LINEA DE INVESTIGACIÓN.....	18
1.3.1 Sublínea.....	18
1.4 PROBLEMA DE ESTUDIO.....	18
1.4.1 Planteamiento.....	18
1.4.2 Definición del problema.....	19
1.4.3 Análisis de la situación.....	19
1.5 OBJETIVOS.....	20
1.5.1 Objetivo general.....	20
1.5.2 Objetivos específicos:.....	20
1.5.3 Sistematización:.....	21
1.6 JUSTIFICACIÓN.....	21
2. MARCO DE REFERENCIA.....	23
2.1 MARCO TEÓRICO.....	23
2.2 MARCO LEGAL.....	25
2.2.1 Requisitos comerciales.....	25
2.2.2 Requisitos de funcionamiento.....	25
2.2.3 Requisitos de seguridad laboral.....	25

2.2.4 Requisitos tributarios	25
2.3 MARCO CONCEPTUAL	26
2.3.1 Guardería.....	26
2.3.2 Servicio	26
2.3.3 Mercadeo.....	26
2.3.4 Plan de negocios	26
2.3.5 Los canales de distribución.....	26
2.3.6 Mercado objetivo.....	27
2.3.7 Estimulación temprana	27
2.4 MARCO CONTEXTUAL.....	27
3. HIPÓTESIS.....	29
4. METODOLOGÍA	30
4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	30
4.2 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	30
4.2.1 Primaria.....	30
4.2.2 Técnicas y procedimientos para la recolección de la información	30
4.3 DISEÑO DE LA MUESTRA	30
4.3.1 Definición de la población.....	30
4.3.1.1 Selección de la técnica de muestreo y determinación del tamaño de la muestra.....	31
4.4 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	31
4.5 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	32
4.6 TABULACIÓN Y ANÁLISIS.....	32
5. PLAN DE MERCADEO	37
5.1 OBJETIVO GENERAL	37

5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	37
5.3 PRODUCTO	37
5.3.1 Presentación del producto	37
5.4 EL PRECIO.....	38
5.5 PLAZA	38
5.6 PROMOCIÓN	38
5.7 ANÁLISIS DEL MERCADO.....	38
6. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	40
6.1 ESTRATEGIAS MARKETIN MIX.....	42
6.2 PLAN DE ACCIÓN.....	42
6.2.1 Plan de acción de la estrategia de comunicación	42
6.2.2 Plan de acción de la estrategia del portafolio del producto.....	43
6.2.4 Plan de acción para estrategias de servicios.....	43
7. PLAN DE OPERATIVO.....	45
7.1 METODOLOGÍA DEL SERVICIO	45
7.2 PROCESOS.....	45
7.2.1 Inscripciones y salidas:	45
7.2.2 Programación diaria:.....	46
7.3 ESTANDARES DEL SERVICIO.....	46
7.4 INFRAESTRUCTURA ARQUITECTONICA.....	46
7.5 ESQUEMAS DEL SERVICIOS	50
7.6 INDICADORES.....	50
7.6.1 Satisfacción en niños.....	50
7.6.2 Satisfacción en padres.....	50

7.6.3 Capacidad instalada.	50
7.7 OPORTUNIDAD DE SERVICIO	52
7.9 PLAN DE COMPRAS	54
7.10 CONTROL DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO	54
8. PLAN ADMINISTRATIVO Y LEGAL	55
8.1 RAZON SOCIAL	55
8.2 SLOGAN	55
8.3 MISIÓN	55
8.4 VISIÓN.....	55
8.5 PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS	55
8.5.1 Integridad.....	55
8.5.2 Responsabilidad	55
8.5.3 Honestidad.....	55
8.5.4 Compromiso.....	56
8.6 MACROLOCALIZACIÓN	56
8.7 MICROLOCALIZACIÓN.....	56
8.8 VENTAJAS COMPETITIVAS.....	56
8.9 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	56
8.9.1 Organigrama:.....	56
8.9.2 Descripción de los cargos:.....	57
8.10 MATRIZ DOFA.....	59
9. ESTUDIO FINANCIERO	61
9.1 INVERSIONES NECESARIAS PARA LA GUARDERIA	61
9.2 GASTOS FIJOS.....	62

9.3 GASTOS GENERALES	62
9.4 FIJACIÓN DE PRECIOS.....	64
9.5 ESTADO DE RESULTADOS	67
9.6 BALANCE GENERAL	68
9.7 FLUJO DE EFECTIVO.....	69
9.8 RAZONES FINANCIERAS.....	69
10. ESTUDIO DE IMPACTOS	72
10.1 IMPACTOS AMBIENTALES	72
10.1.1 Manejo de residuos.....	72
10.1.2 Riesgos de contaminación	72
10.1.3 Mecanismos de higiene.	72
10.2 IMPACTOS SOCIALES	72
10.2.1 Empleo.....	72
10.3 IMPACTO LABORAL, FAMILIAR Y SOCIAL	72
11. CONCLUSIONES	74
12. RECOMENDACIONES.....	75
BIBLIOGRAFÍA.....	76
NETGRAFÍA	77
ANEXOS.....	78

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Matriz Igor Ansoff	40
Cuadro 2. Matriz BCG.....	41
Cuadro 3. Flujo general de actividades.....	51
Cuadro 4. Flujo de actividades específicas.....	52
Cuadro 5. Capacidad de menores para pernoctar en la guardería.....	53
Cuadro 6. Nro de Visitas o estadías al mes.....	53
Cuadro 7. Nro. Estadías o visitas al año.....	53
Cuadro 8. Plan de compras	54
Cuadro 9. Organigrama	57
Cuadro 10. Matriz DOFA	59
Cuadro 11. Inversiones.....	61
Cuadro 12. Constitución de la empresa.....	62
Cuadro 13. Gastos generales	62
Cuadro 14. Materiales.....	62
Cuadro 15. Nomina.....	63
Cuadro 16. Total de inversiones requeridas	63
Cuadro 17. Capital de trabajo	63
Cuadro 18. Proyección de la inversión	64
Cuadro 19. Proyección de Visitas	64
Cuadro 20. Proyección costo hora.....	64
Cuadro 21. Proyección precio de la hora.....	64

Cuadro 22. Proyección de (ingresos) ventas	65
Cuadro 23. Proyección Gastos	65
Cuadro 24. Proyección cuentas por cobrar.....	65
Cuadro 25. Proyección cuentas por pagar.....	65
Cuadro 26. Materiales de trabajo.....	66
Cuadro 27. Proyección de depreciaciones	66
Cuadro 28. Punto de Equilibrio	66
Cuadro 29. Estado de resultados.....	67
Cuadro 30. Balance general	68
Cuadro 31. Flujo neto de efectivo	69

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. PLANO ARQUITECTONICO	49

LISTA DE GRÁFICAS

	pág.
Gráfica 1. Estado civil	32
Gráfica 2. Cuantos hijos tiene?	32
Gráfica 3. Que edad tienen?	33
Gráfica 4. El aporte económico a la familia de quien proviene?	33
Gráfica 5. Con quien deja sus hijos cuando trabaja?	34
Gráfica 6. En eventos sociales en horas de la noche con quien deja a sus hijos?	34
Gráfica 7. Usaría los servicios de guardería por horas que ofrece un horario de 24 horas de lunes a sábado?	35
Gráfica 8. Que precio pagaría por hora por el servicio de guardería?	35
Gráfica 9. Le gustaría el servicio de transporte para recoger y dejar a sus hijos?	36

LISTA DE ANEXOS

	pág.
Anexo A. Encuesta	79

INTRODUCCIÓN

El presente Plan de Marketing se establece desde la visión de una empresa de servicios de cuidado y formación a niños entre 4 meses y 9 años de edad, cuyos padres por sus actividades profesionales o personales requieran de un espacio en cualquier momento del día para asistir a dichas actividades.

Los requerimientos de los padres de un lugar adecuado para que los niños se recreen, aprendan, sean cuidados de la mejor manera posible y de alta confianza, es la necesidad primordial y en muchos casos insatisfecha, sea parcial o total. Y la insatisfacción total en el horario extra o nocturno.

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 TÍTULO

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA GUARDERÍA CON SERVICIOS DURANTE 24 HORAS DEL DÍA EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO.

1.2 TEMA

Plan de negocio

1.3 ÁREA Y LINEA DE INVESTIGACIÓN

El área de aplicación de este plan de negocios es la de mercadeo y la línea de investigación es el entorno regional.

1.3.1 Sublínea. La creación de la guardería, es una empresa del ,sector servicios.

1.4 PROBLEMA DE ESTUDIO

1.4.1 Planteamiento. Hoy en día, la participación de la mujer en el campo laboral, hace que ella tenga que dejar de lado algunas funciones que venía desarrollando en el hogar,; para ayudar a incrementar al ingreso familiar. Desempeñando otras funciones por las cuales se ha venido capacitado. La mujer estaba cumpliendo funciones como era la del cuidado de sus hijos, función que ha tenido que trasladar a personas particulares, familiares o Instituciones como sala cunas, guarderías, o jardines infantiles.

La importancia de una mayor participación de la mujer en el campo laboral, radica en una serie de beneficios asociados. En primer lugar el trabajo remunerado se retornaría en beneficios sociales crecientes, ayudando a combatir la pobreza y la exclusión social sobre todo si esa mujer pertenece a las clases menos favorecidas. En segundo lugar la incorporación de la mujer al mercado laboral ayuda a que ella tenga confianza y a la vez a mejorar su calidad de vida personal en incorporándola a darle autonomía dentro de la familia y la sociedad. En tercer lugar se ve como la mujer a ganado espacios como, empresaria, trabajadora, y consumidora. Y cuarto ella cada vez es mas independiente.

Por la gran responsabilidad de la mujer de cuidar de sus hijos, hasta los cuatro años de edad, tenía que sacrificar su preparación académica o desempeño como profesional o simplemente no poder aportar económicamente al ingreso familiar. Pero hoy en día la situación económica de las familias es cada vez mas

insostenible por lo tanto en los últimos 10 años la mujer ha tenido que lanzarse al ruedo para contribuir al incremento del ingreso familiar. Y si a esto se le suma el alto índice de porcentaje en la separación de parejas, donde algunos de los padres tienen que responsabilizarse del cuidado de los hijos pero también tiene que sostenerse económicamente.

1.4.2 Definición del problema. Y es aquí donde hacen su aparición los jardines infantiles, sala cunas, y guarderías. Unas de carácter particular o privadas y otras de carácter oficial subsidiadas por el Estado a través del I. C. B F., todas estas creadas para reemplazar a los padres, durante un tiempo determinado, concretamente mientras alguno de ellos termina su jornada laboral.

Si bien estos jardines, sala cunas y guarderías, están cumpliendo con el objetivo, se observa unos horarios rígidos que oscilan entre las 7 am a 12 meridiano y 2 a 6 pm. , y unos pocos con una jornada continua entre las 7 am a 6 pm.

Estos horarios en la mayoría de los casos se cruzan con el horario laboral de sus padres, ocasionando momentos de angustia o de afanes permanentes para poder recoger a sus hijos. También se presentan situaciones de último momento en la empresa que no les permite salir de ella, a la hora indicada o simplemente una congestión de tráfico vehicular, como también otros contratiempos; Todas estas situaciones contribuyen a que no los permiten recoger a sus hijos con la puntualidad que se quisiera, retrasos que se vuelven hasta de 2 horas. Esta dificultad se ha venido incrementando, por que la ciudad crece, cada vez mas, y con ella viene la tendencia de la congestión y el tráfico propio de las grandes ciudades.

Tampoco se cuenta con una sala cuna, guardería o jardín infantil que tenga un horario nocturno. Las parejas jóvenes, modernas y trabajadores que tienen hijos pequeños no cuentan con una institución que les brinde este servicio. En la vida cotidiana en horas de la noche se pueden presentar múltiples situaciones de carácter social, laboral que tiene que posponerse o algunos de los padres tienen que renunciar a esas situaciones. Algunos compromisos son voluntarios otros de obligatorio cumplimiento, pero solo uno de los padres, tienen que representar a la familia. Y esto se presenta por que hay hijos pequeños que lógicamente no se pueden dejar solos.

1.4.3 Análisis de la situación. A pesar que en Nariño, la actividad agropecuaria es la base de la economía, se establece que el sector servicios ha tenido un importante desarrollo, como lo establece la Cámara de Comercio de Pasto, para el Sector de Servicios en el país, se determina que es el de mayor movimiento, con un crecimiento aproximado del 8.4%¹ anual, siendo los servicios los de mayor

¹ REPORTE DEL EMISOR, publicación del Departamento de Comunicación Institucional del Banco de la República. Pasto: junio de 2007.

participación con un 73% del empleo nacional², adicionalmente se establece que en Nariño, el 31% de las empresas existentes pertenecen al sector servicios³

Las guarderías existentes en el municipio de San Juan de Pasto, prestan sus servicios en horario diurno, y los padres deben recoger a los menores después del horario establecido el cual por lo general es hasta las 6:30 pm, o en algunos casos enviar a un representante para que los recoja. Adicionalmente, existe el servicio de transporte, donde llevan a los niños hasta su hogar donde son recibidos por sus padres o alguna persona autorizada, en ambos casos, los niños llegan a su hogar en un horario en que muchas ocasiones no es fácil para los padres estar con ellos o para las actividades nocturnas no es adecuado el servicio.

Tomando en cuenta lo anterior, se ve la necesidad de crear un lugar especial donde se pueda atender los requerimientos de tiempo extra para el cuidado de los menores sea este constante o simplemente en momentos especiales.

Es importante para la empresa, reconocer que existen varios establecimientos que brindan el servicio de guardería, los cuales pueden ser relacionados como competencia actual, sin embargo, se establece que para la empresa, debido a sus ventajas competitivas, y al mercado que se dirige, no posee competencia por lo cual, se entiende que el servicio de la empresa se fundamenta en un servicio innovador.

Para lo anterior la empresa, debe contar con un equipo de trabajo comprometido, capacitado en atender los requerimientos de los menores en diferentes áreas.

Es relevante, lo anterior haciendo referencia al libro: “La Estrategia del Océano Azul”⁴,

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo general. Realizar un plan de negocio para la creación de una guardería, con la prestación de servicio durante las 24 horas del día, de lunes a sábado incluido festivos en San Juan de Pasto.

1.5.2 Objetivos específicos:

- Realizar el estudio de mercado sobre los requerimientos de una guardería.

² Disponible en: www.proexport.com.co

³ CÁMARA DE COMERCIO. San Juan de Pasto: Informe Agosto de 2006. p 44.

⁴ CHAN, Kim, W. y MAUBORGNE, René. Estrategia del Océano Azul. Bogotá: Editorial Norma. 2008. p 320.

- Determinar los aspectos técnicos para evaluar la viabilidad del proyecto.
- Identificar alternativas de macro localización y definir la Micro localización factible y adecuada del proyecto.
- Evaluar la conveniencia económica – financiera para la creación de una guardería con servicios durante 24 horas del día en la ciudad de San Juan de Pasto, a través de una serie de criterios de evaluación económica – financiera (VAN, TIR, TMAR, Punto de Equilibrio, etc.).
- Identificar los posibles impactos ambientales y medidas preventivas por la creación de la guardería.

1.5.3 Sistematización:

- Que documentación es necesaria, para el funcionamiento de una guardería.?
- Cuales son los aspectos técnicos a tener en cuenta para la viabilidad del proyecto?
- Que alternativas de identificación debe tener en cuenta para la macro y micro localización de la Empresa?
- Cuales son los criterios de evolución económica a tenerse en cuenta en el proyecto de negocio?
- Que impactos ambientales se relación con la creación de la Guardería?

1.6 JUSTIFICACIÓN

Se hace necesario el desarrollo del plan de negocios para la creación de una guardería con servicios durante las 24 horas del día de Lunes a Sábado en la ciudad de San Juan de Pasto, porque existe una alta necesidad de contar con una institución de confianza y con personal profesional que permitan a los padres de familia con niños entre los 4 meses y 9 años de edad y así, ellos, puedan realizar sus actividades tranquilamente, sin importar el horario ni el tiempo, con la seguridad de que sus hijos se encuentran en un lugar donde los cuidan y protegen, y que se sienten como en su propio hogar.

Adicionalmente, la empresa busca aportar en la calidad de vida del niño, brindándole espacios, ambientes agradables y responsables cuando sus padres no están. Confianza Seguridad y tranquilidad para ellos de que pueden contar con una institución responsable al cuidado de sus hijos, sobre todo en horario extendido o nocturnos.

La realización de esta investigación permitirá analizar la viabilidad del proyecto o plan de negocio en cuanto a la creación de un jardín o guardería en la ciudad de Pasto que funcione las 24 horas, de lunes a sábado incluido días festivos. Y así convertirse en una alternativa de solución al problema de tiempo que tienen los padres de familia al no contar con instituciones como guarderías, jardines infantiles, sala-cunas con horarios flexibles en la ciudad San Juan de Pasto.

De igual forma esto se constituye en una oportunidad de inversión de negocio generando un impacto social y económico para la generación de empleos directos e indirectos.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1 MARCO TEÓRICO

En cuanto a la teoría o antecedentes sobre guarderías o jardines infantiles en Colombia la información prácticamente es escasa, Inicialmente arrancaron como Asilo para niños y para los pobres de la región.

En estos Asilos eran permitidos los niños entre 2 y 6 años de edad y que eran notoriamente pobres, las cuales serian aceptados gratuitamente. En el caso de que pertenecieran a familias acomodadas pagaban a la directora y tenían otro trato especial.

Dentro del contexto histórico se puede decir que en el año de 1900, periodo de gobierno de José Manuel Marroquín se fundo el primer establecimiento de preescolar. Este en 1851 se fundo una escuela campestre de Yerbabuena, para niños menores de 6 años bajo una orientación muy marcada de la teoría de Froebel. Esta escuelita fue para todas las poblaciones cercanas a Yerbabuena. Pero con el tiempo esta escuelita se acabo y no tuvo mucha incidencia.

Ya en 1914, en la ciudad de Bogotá, se fundo el primer preescolar “La casa de los niños del Gimnasio Moderno. El cual se creo modelo para la creación de otros jardines similares. Se dice que este jardín fue el gran aporte a la educación preescolar privada, fue considerado como uno de los mas prestigiosos en el país, y el primero que puso en practica las ideas pedagógicas de María Montessori.

Colombia inicio con retraso en la educación preescolar comparándose con países como Argentina, Chile, Uruguay, pues en la primera década del siglo XX el porcentaje de población preescolar privada, en estos países, era alto. En Colombia su crecimiento fue lento. Se utilizaban jóvenes normalistas para estas instituciones. Solo hasta el año de 1917 cuando se creo la ley 25 donde se fundo un Instituto Pedagógico Nacional para las institutoras de Bogotá y maestras de kindergarten

En 1935 en Colombia funcionaban 280 establecimientos de preescolar en su mayoría privados donde trabajaban 315 maestros y 12.210 niños.

En 1939 se establece el decreto 2101 donde se define la edad para el ingreso de un niño al jardín infantil. “Entiéndase por enseñanza infantil aquella que recibe el niño entre los cinco (5) y siete (7) años de edad cuyo objetivo principal es crearle hábitos para la vida, juntamente con el desarrollo armónico de la personalidad.”

El gobierno no reglamento normas con respecto a requisitos de estas instituciones y tampoco hizo referencia sobre organismos de vigilancia.

En 1946 se creo Instituto Colombiano de los Seguros Sociales (I.C.S.S) junto con el Ministerio de Higiene. En este contexto se dicta la Ley 83 denominada Código del Niño. Es el primer conjunto de leyes encaminadas a proteger a la población infantil, que empieza a sentir problemas de desnutrición, abandono y maltrato. Prácticamente eran reglas de asistencia para madres embarazadas, solteras, del recién nacido, niños recién nacidos, lactantes. Leyes que fueron buenas pero no se dieron los mecanismos para poder llevarlas a cabo.

Ya por estos años se inicia la incorporación de la mujer a la fuerza laboral y productiva y fue prácticamente, el factor importante para la aparición y el desarrollo de la educación y los cuidados del niño preescolar. Logrando cambiar hábitos de crianza y el surgimiento de muchos establecimientos de preescolar que iban a reemplazar temporalmente los cuidados de la madre. Agregando a esto, como en 1962, se reglamento las normas para poner en funcionamiento un jardín de preescolar. (Inscripciones, solicitudes, documentaciones, Directora, local, material didáctico, licencia de funcionamiento.)

Y ya en 1968, se crea ICBF que unos de los pioneros en la creación de guarderías y jardines infantiles para los madres cabezas de familia o familias menos de escasos recursos económicos donde sus padres tienen que dejar a sus hijos solos para ir trabajar.

En 1978 la modalidad del preescolar entra a formar parte del sistema educativo. A partir del año de 1996 se hace de carácter obligatorio. De igual forma en este año se reconoce la carrera de Licenciatura en la educación de preescolar.

En 1989 el gobierno se suscribe a los principios de la convención y Derechos de los Niños adoptados por las Naciones Unidas. Y en 1990 de igual forma se suscriben a la Declaración Mundial sobre la Supervivencia Protección y Desarrollo del Niño. Con el propósito de favorecer la población infantil, crear conciencia sobre el tema de la familia, la infancia y su calidad de vida.

Toda esta evolución y cambios en los últimos 20 años con respecto al niño y su entorno familiar, fueron contribuyendo para la creación de instituciones dedicadas a cuidado de los niños en reemplazo de sus padres quien ahora se dedican a contribuir al ingreso familiar.

2.2 MARCO LEGAL

Para la constitución de la guardería, existen unos procedimientos o normas específicas que seguir. Los requisitos legales exigidos para la constitución de la empresa son:

2.2.1 Requisitos comerciales. Son trámites que se hacen en la cámara de comercio de Pasto y en cualquier notaria local; teniendo en cuenta:

- Reunir los socios para constituir la empresa.
- Verificar en Cámara de Comercio que no exista un nombre o razón social igual al que se va usar.
- Elaborar la minuta de constitución legal y presentarla en la notaria con los siguientes datos: Nombre o razón social, objeto social, clase de sociedad y socios, nacionalidad, duración, domicilio, aporte de capital, representante legal y facultades, distribución de utilidades, causales de disolución, escritura publica, matricular la sociedad en el registro mercantil de la cámara de comercio, registrar los libros de contabilidad en la cámara de comercio, diario mayor y balance, inventario y actas, obtener certificado de matrícula mercantil.

2.2.2 Requisitos de funcionamiento. Se debe obtener los siguientes permisos en la Alcaldía de Pasto,

- Registro de industria y comercio.
- Concepto de Bomberos.
- Permiso de Planeación Municipal.
- Registro sanitario
- Concepto sobre las condiciones fitosanitarias del establecimiento.

2.2.3 Requisitos de seguridad laboral. Se deben tramitar e una E.P.S., Cajas de de compensación Familiar, Fondo de pensiones, SENA e ICBF, para lo cual se deberá:

- Obtener el número Patronal.
- Inscribir a los trabajadores en la E.P.S, Fondo de Pensiones y a una ARP. o Convenios Cooperativos.
- Inscribir la empresa en el ICBF, SENA y Caja de Compensación Familiar.

2.2.4 Requisitos tributarios. Son trámites que se realizan ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)

- Solicitar el formulario de Registro Único Tributario (RUT)
- Solicitar el Numero de Identificación Tributario (NIT)

Para la conformación de la empresa, esta en un comienzo estará representada ante la Cámara de Comercio de Pasto, bajo la figura de persona natural. Además la Guardería, pertenecerá al régimen simplificado tomando en cuenta las siguientes condiciones:

- Ser persona natural.
- Poseer máximo un establecimiento.
- Ingresos brutos provenientes de la actividad comercial inferiores a 400 SMMLV.

La contabilidad de básica de acuerdo con el código de comercio a través de un libro fiscal de registro de operaciones diarias identificando el nombre del contribuyente y su NIT. Debe estar completamente actualizado, permanecer dentro de establecimiento de comercio y todas sus hojas deben estar foliadas de lo contrario el establecimiento será cerrado por tres días.

Al pertenecer al régimen simplificado la empresa no es agente retenedor, no cobra impuestos sobre las ventas, no hace declaración de venta y debe hacer la declaración de renta del año gravable, según la calidad del contribuyente.

En caso de exceder los ingresos brutos correspondientes al régimen simplificado se cambiara de figura al régimen común.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

2.3.1 Guardería. Establecimiento educativo, de gestión pública o privada, que forma a niños entre 0 y 3 años.

2.3.2 Servicio. Conjunto de actividades que buscan responder a necesidades de un cliente.

2.3.3 Mercadeo. Es la herramienta necesaria para determinar las necesidades de los clientes y la manera de satisfacerlos de manera rentable.

2.3.4 Plan de negocios. La creación de una nueva empresa tiene su origen en una persona, que forma un equipo de trabajo y desarrolla una idea hasta identificar una oportunidad de hacer negocios en un mercado.

2.3.5 Los canales de distribución. Son todos los medios de los cuales se vale el mercadeo, para hacer llegar los productos hasta el consumidor, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos.

2.3.6 Mercado objetivo. Se entiende por mercado objetivo el segmento del mercado al que está dirigido un producto. Generalmente, se define en términos de edad, género o variables socioeconómicas.

2.3.7 Estimulación temprana. Es el conjunto de medios, técnicas, y actividades con base científica y aplicada en forma sistemática y secuencial. Se emplea en niños desde su nacimiento hasta los 6 años, con el objetivo de desarrollar al máximo sus capacidades cognitivas, físicas, emocionales y sociales, evitar estados no deseados en el desarrollo y ayudar a los padres con eficacia y autonomía en el cuidado y desarrollo del infante.

2.4 MARCO CONTEXTUAL

San Juan de Pasto es la capital del departamento de Nariño, localizado en el extremo suroccidental de Colombia, limita al norte con el Cauca, al este con Putumayo, al sur con Ecuador, y al oeste con el océano Pacífico.

La Capital del Departamento de Nariño, posee una altura de 2.559 metros sobre el nivel del mar y una temperatura media de 14 grados centígrados. Con aproximadamente 400.000 habitantes, quienes en el sector urbano dependen del comercio, los servicios y la industria, destacándose el procesamiento de alimentos y las artesanías.

Se levanta al pié del volcán Galeras, a 2.527 m.s.n.m. en el frío y fértil valle de Atriz. Es una ciudad donde se siente la presencia del pasado, mostrando un contraste arquitectónico sin igual con edificaciones de la época republicana y casas modernas. Esta bella población se caracteriza por sus bellos paisajes, reservas naturales y centros culturales que acogen al turista con la amabilidad y cordialidad manifiesta de su gente.

El aspecto cultural de la ciudad está enmarcado en el carnaval de negros y blancos, el barniz de pasto, arquitectura religiosa de diferentes estilos, museos, bibliotecas y centros educativos. El teatro Imperial de la Universidad de Nariño es un sitio de interés de los atractivos culturales de la ciudad que dan fe de la cultura regional.

En la actualidad, existen varios establecimientos educativos con servicio de guardería, el gobierno apoya algunos de ellos por medio del ICBF, pero en todos los casos, el servicio prestado es en horario diurno, atendiendo máximo hasta las 6:30 pm.

No se cuenta con estadísticas oficiales del número de jardines, guarderías y/o sala cunas en la ciudad Pasto, se cree aprox. que se cuenta con 48 instituciones con horario diurno, encaminadas más que al cuidado, a la formación y

preparación para la etapa escolar. El ICBF es el pionero en programas de guarderías con el fin de ayudar a las madres cabezas de familias y situa estos hogares o guarderías en los barrios mas vulnerados.

Vale la pena destacar que se cuenta con dos universidades que tienen en su pensum académico la formación de profesionales de preescolar, lo que determina que se cuenta con profesional altamente capacitado, para este tipo de empresas..

3. HIPÓTESIS

La creación de una Guardería con un servicio de las 24 horas del día , de lunes a sábado incluido los días festivos y que se, ubicara en el noroccidente de la ciudad San Juan de Pasto donde el cliente objetivo serán los padres familia con estratos 3 a 5, va generar en ellos una solución a la falta de tiempo, ocasionado por las múltiples ocupaciones en sus trabajos, situaciones que no le están permitiendo recoger a sus hijos, en la hora puntual que el jardín lo requiere. Como también suplirá una carencia de una institución en horas nocturnas y extras para actividades que se presentan como imprevistos extras de trabajo o compromisos de carácter social.

La ciudad San Juan de Pasto, es una ciudad en constante desarrollo, su población ira en crecimiento y por ende se acercara mas al trajín y el corre corre de los que viven hoy en día, en las grandes ciudades, donde el trafico y las distancias son cada vez inmanejables. Por lo tanto la necesidad que hoy, tiene el padre de familia, de contar con una institución donde se pueda dejar a los niños sin limite de tiempo en horario diurno o nocturno, crecerá cada vez mas

4. METODOLOGÍA

4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de este proyecto se utilizó un estudio de tipo descriptivo, analítico. Con este estudio, se puede conocer las características de la población sus gustos y preferencias, sus ideologías, cultura, conductas, actitudes y formas de comportamiento concreto, inherentes al tema de investigación.

De igual forma este estudio, sirve como plataforma para formular estrategias, cursos de acción y la toma de decisiones con el fin de establecer una óptima relación entre los recursos que cuenta la empresa, y las oportunidades del mercado.

Esta investigación se orienta con un método deductivo y empírico porque se aplica la fundamentación teórica y conceptual de la planeación estratégica de mercadeo a la realidad de identificación de la verdadera necesidad del cliente y a partir de ella se identifican mercados meta y se procede a la formulación de estrategias mercadológicas.

4.2 FUENTES DE INFORMACIÓN

4.2.1 Primaria. Para obtener la información hacia el logro de los objetivos de la investigación, se cuenta con el apoyo de algunas directivas de algunos jardines infantiles con el fin de saber alguna información de carácter informal sobre el funcionamiento de una sala cuna y algunos problemas usuales que se presentan en estas empresas.

4.2.2 Técnicas y procedimientos para la recolección de la información. Las técnicas y procedimientos que se utilizan para recoger la información relevante para este estudio son:

- Observación participante e indirecta.
- Encuestas orientadas hacia los posibles clientes.
- Entrevistas informales a funcionarios de algunos jardines infantiles.

4.3 DISEÑO DE LA MUESTRA

4.3.1 Definición de la población. Para este estudio, la población que fue objeto de análisis son: los padres de familia que tienen hijos menores de 9 años y pertenecen a un estrato entre 3 a 5 y que viven en San Juan de Pasto en los barrios ubicados en el noroccidente de la ciudad. (100 barrios aprox)

4.3.1.1 Selección de la técnica de muestreo y determinación del tamaño de la muestra. Para determinar la muestra de la población de usuarios se realizó un muestreo de tipo aleatorio simple con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, utilizando la siguiente fórmula:

$$\frac{Z^2 \cdot N}{4 \cdot E^2 \cdot N + Z^2}$$

Donde,

Z = Índice de confianza prefijado = 1.96
 N = población o universo = 10.000
 E = error estimado = 5%

$$\frac{1.96^2 \cdot 10000}{0.01 \cdot 10004}$$

n = 384

4.4 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Para el tratamiento de la información, se tuvieron en cuenta los siguientes procedimientos:

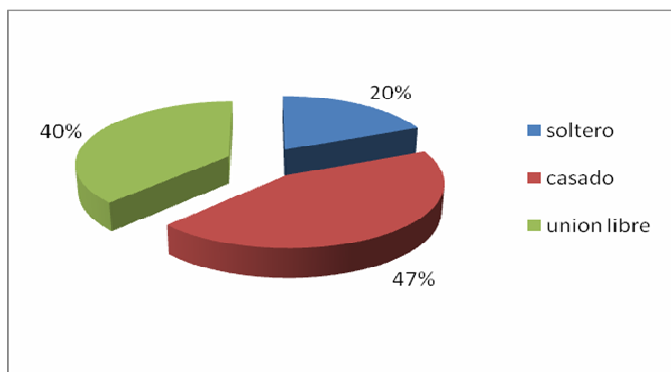
- Recolección de la información.
- Codificación y tabulación de la información recogida mediante el uso del software
- Elaboración de graficas
- Análisis e interpretación de los resultados.
- Presentación de informe.

4.5 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para la recolección de la información, sobre los requerimientos para la guardería, se utilizaron fuentes primarias, la aplicación de 380 encuestas a padres de familia que viven en los barrios del noroccidente de la ciudad de Pasto y que tienen niños menos de 9 años; entrevistas informales a funcionarios de jardines infantiles o guarderías y fuentes secundarias por medios como son internet, DANE, ICBF Y Secretaria de Educación, revistas como Dinero, Poder, entre otras.

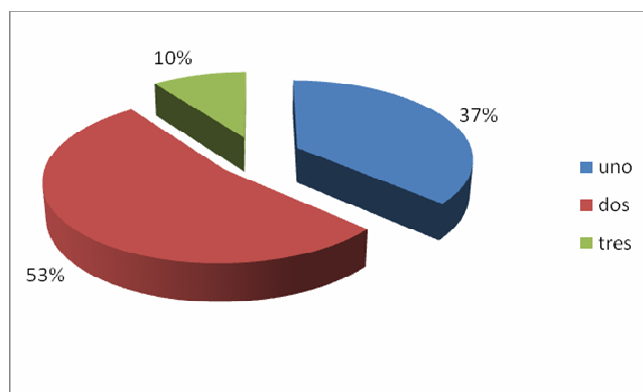
4.6 TABULACIÓN Y ANÁLISIS

Gráfica 1. Estado civil



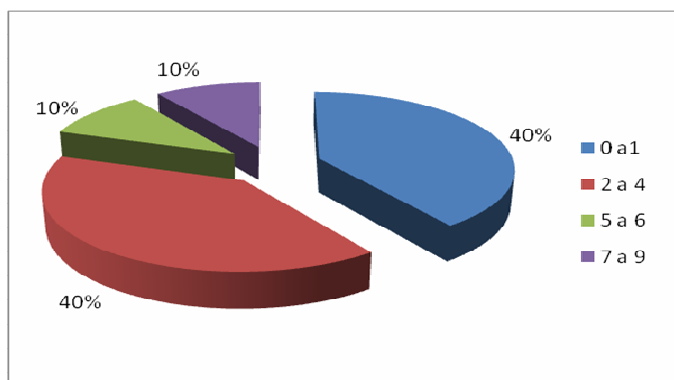
Fuente: Esta Investigación

Gráfica 2. Cuantos hijos tiene?



Fuente: Esta Investigación

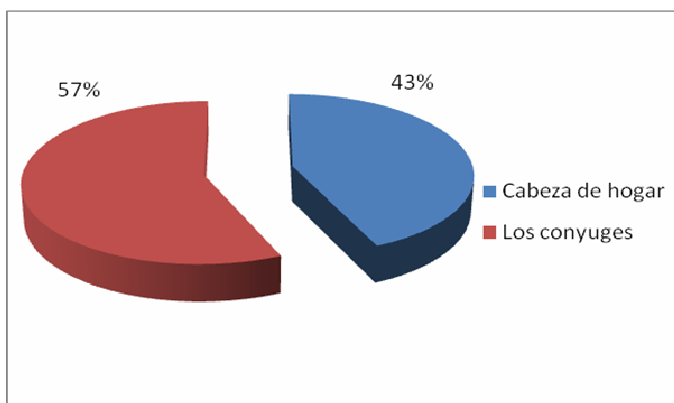
Gráfica 3. Que edad tienen?



Fuente: Esta Investigación

De la población encuestada, se determinó que el 47% es casado, el 40% vive en unión libre y el 20% es soltero, adicionalmente, se establece que el 53% de dicha población, tiene en promedio 2 hijos, seguido por familias con un hijo con un 37% y familias con tres hijos con un 10%, donde el 40% de los hijos están en un rango de edad de 2 a 4 años y de 0 a 1 año de edad con un 40% de participación respectivamente, seguidos por edades de 5 a 6 años y 7 a 9 con un 10% cada uno.

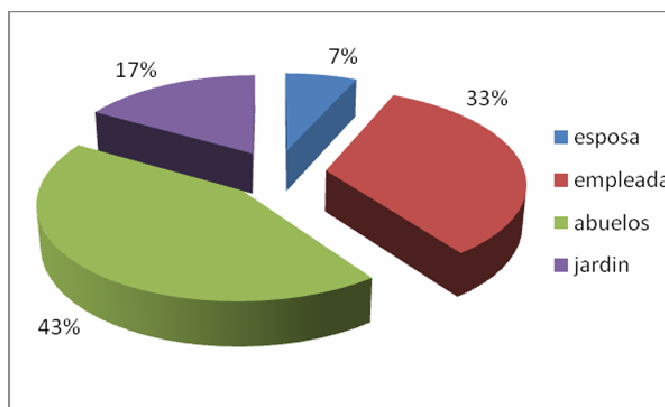
Gráfica 4. El aporte económico a la familia de quien proviene?



Fuente: Esta Investigación

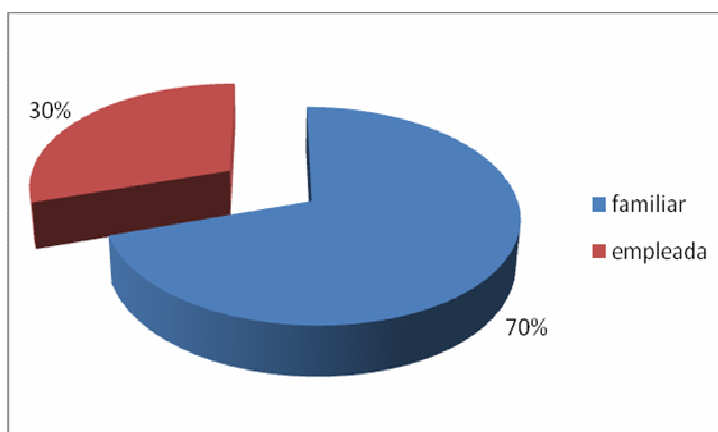
De la población encuestada, se determinó que el aporte económico para manutención del hogar proviene de una persona como cabeza de hogar con un 43%, esto por causas como el abandono, Y por un aporte mutuo con un 57%.

Gráfica 5. Con quien deja sus hijos cuando trabaja?



Fuente: Esta Investigación

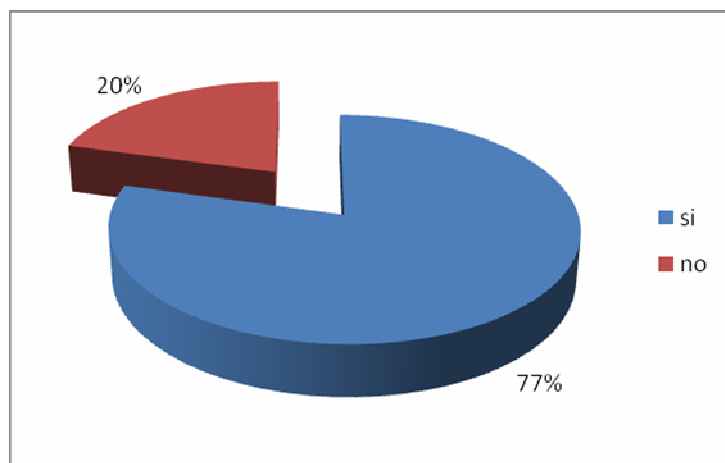
Gráfica 6. En eventos sociales en horas de la noche con quien deja a sus hijos?



Fuente: Esta Investigación

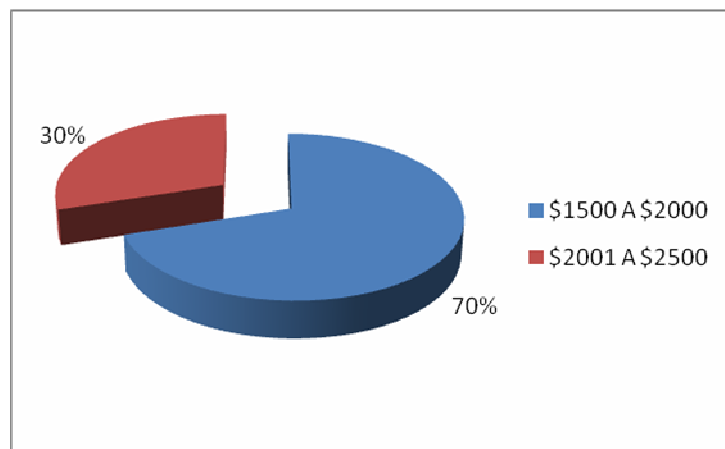
De la población encuestada, se estableció que para salir a trabajar, los padres dejan a sus hijos principalmente con los abuelos con un 43%, seguido por una empleada de confianza con un 33%, en el jardín infantil con un 17% y se quedan con la esposa o esposo un 7%, anexo a lo anterior, en actividades especiales sea por trabajo, sociales o familiares, dejan a los menores con un familiar el 70% y con una empleada el 30%.

Gráfica 7. Usaría los servicios de guardería por horas que ofrece un horario de 24 horas de lunes a sábado?



Fuente: Esta Investigación

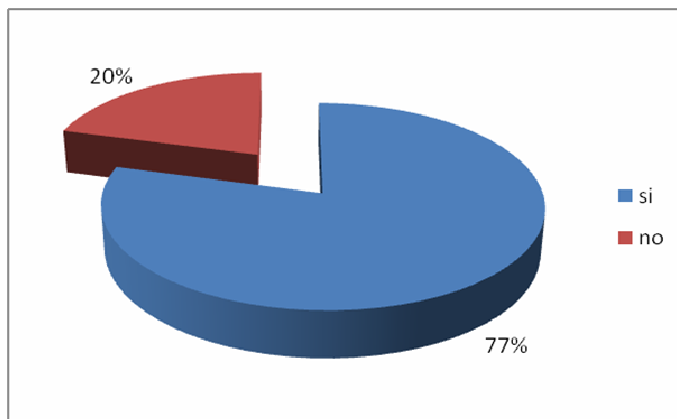
Gráfica 8. Que precio pagaría por hora por el servicio de guardería?



Fuente: Esta Investigación

De la población encuestada, se determinó que el 77% utilizaría los servicios de la guardería, frente a un 20% que no lo haría, el 3% restante no respondió a la pregunta, adicionalmente, se percato que la población que accedería a los servicios de la guardería, pararía entre \$1500 a \$2000 por hora un 70% y el 30% restante pagaría entre \$2001 a \$2500 pesos.

Gráfica 9. Le gustaría el servicio de transporte para recoger y dejar a sus hijos?



Fuente: Esta Investigación

De la población encuestada, se determinó que el 77% le gustaría el servicio de transporte de los hijos y el 20% no lo usaría.

Después de la tabulación de las 380 encuestas realizadas a las personas que viven en el nor-occidente de la ciudad de San Juan de Pasto, se puede deducir y cuantificar los posibles clientes que estarían dispuestos a usar los servicios de un jardín o guardería que les pudiera ofrecer el cuidado de sus hijos sin importar el horario y el tiempo, lo que se nos permite identificar con certeza que existe la necesidad en los padres de familia de la creación de un jardín o guardería con el servicio de las 24 horas.

Solucionando esta necesidad siguiendo los lineamientos de empresa podemos ver que existe una oportunidad de crear una guardería con un servicio de las 24 horas de lunes a sábado.

5. PLAN DE MERCADEO

5.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar el grupo objetivo y medir su grado de aceptación para la creación de una guardería, en el nor occidente y centro de la ciudad de de San Juan de Pasto.

5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Conocer los gustos y preferencias de los padres de familia sobre una guardería.
- Diseñar el plan de acción, en relación a estrategias, tácticas, estándares de servicio.
- Desarrollar las estrategias de marketing mix más adecuadas.

5.3 PRODUCTO

Servicio cuidado de niños las 24 horas del día de lunes a sábado incluido días festivos para niños con edades de 4 meses a 9 años de edad. Donde se brinda comodidad y una feliz permanencia, con responsabilidad. Por el tiempo que sus padres lo requieran. Proporcionando a la vez tranquilidad a sus padres, por que dejan lo maspreciado que tienen, en una institución responsable y segura.

5.3.1 Presentación del producto. Para que este servicio cumpla con la necesidad que el cliente lo requiere. Intervienen factores importantes como: Infraestructura Adecuada, Personal Al Servicio Idóneo y profesional.

Serán unas instalaciones propias para niños, preferiblemente de 1 solo piso, con patio grande, zonas verdes, zonas de estar, cuartos amplios para actividades como películas, juegos didácticos y de mesa, zonas para escuchar música, biblioteca infantil y pupitres para sus labores escolares cuando lo requiera.

Cuartos pequeños y cómodos para el descanso, zonas de comedor y salas de espera, y zonas administrativas. Además de estar situado en un barrio de fácil acceso y en la zona nor- occidental . Construcción moderna, muy agradable limpia y organizada

Esto le brindarían a los padres seguridad de donde y con quien están dejando sus hijos.

5.4 EL PRECIO

Se maneja un precio base único por hora establecido por la empresa, para clientes que lleguen por primera vez. Para clientes permanentes habrá tabla de descuentos a través de tiqueteras que le permitirá tener descuentos especiales.

Como habrá servicios o líneas de productos y dependiendo del que tome el cliente, y teniendo en cuenta consumos y hora, habrá una tabla de precios-diferente por línea. (Música, danza, refuerzos etc o simplemente sala cuna).

Lógicamente estos precios serán fijados teniendo cuenta la competencia o el entorno, y nuestros costos.

5.5 PLAZA

La guardería estará ubicada en San Juan de Pasto en la zona nor-occidental de la ciudad, concretamente en el barrio San Ignacio. Su construcción moderna y será de fácil acceso tanto en las horas del día como en la noche. Desde su inicio buscaremos su color corporativo que le permita identificarse, para entrar a buscar posicionamiento dentro de la ciudad.

5.6 PROMOCIÓN

Inicialmente la empresa tendrá que destinar un rubro importante en la inversión en publicidad para que la ciudad de Pasto conozca la guardería que funcionara las 24 horas. Medios masivos locales como radio, televisión los mas escuchados en horarios acordes al grupo objetivo que serian los padres de familia. Reforzado con el excelente servicio que debe presentar la institución con el fin de que se convierta en otra estrategia de promoción con el voz a voz de los padres de familia y niños que ya están usando el servicio.

5.7 ANÁLISIS DEL MERCADO

Los servicios de la guardería “La Casa de mi Tía”, está dirigida a hombres o mujeres cabeza de hogar y a familias de la ciudad de San Juan de Pasto, de estratos 3, 4, 5 y 6, con ingresos medios y altos y con niños menores de 9 años de edad.

El mercado objetivo se caracteriza por tener una vida activa, y debido a sus actividades cotidianas sean laborales, sociales e incluso familiares, deben en ocasiones ausentarse del hogar para cumplir dichos compromisos.

En referencia a la clase social, el grupo objetivo esta conformado por familias de clase media, media alta y alta, que cuentan con un nivel de ingresos importante. Los de los estratos bajos generalmente su grupo familiar esta conformado por varias personas por lo cual tienen donde dejar a sus hijos, en cambio que en los estratos altos no se tiene con quien dejarlos por lo cual se acudiría a enviarlos a la guardería.

6. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Analizando las variables Producto- Cuidado de niños en la Guardería “La casa de mi tía”, Precio, único-base pero con dstos , Plaza- instalaciones adecuadas y ubicación en una barrio de la zona nor occidente de la ciudad San Juan de Pasto, y Promoción encargada de comunicar al grupo objetivo sobre la oferta de nuestro producto y donde se emplearan medios masivos de comunicación como es radio, televisión se ha determinado que el enfoque estratégico será dirigido a alcanzar los objetivos de :

- Desarrollar el producto,
- Penetrar el mercado
- Posicionamiento.




Como lo podemos ver en las matrices del cuadro 1 y 2.

Cuadro 1. Matriz Igor Ansoff

	Productos Actuales	Productos Nuevos
Mercado Actual	Penetración en el mercado	Desarrollo de producto
Mercado Nuevo	Desarrollo del mercado	Diversificación

Fuente. Esta investigación

Cuadro 2. Matriz BCG

MATRIZ BCG		
Participación del mercado	ALTO	BAJO
Crecimiento del mercado.	 GUARDERIA LA CASA DE MI TIA	
BAJO		

Fuente. Esta investigación

Para la guardería “La casa de mi Tía”, se ubican dentro de la matriz BCG en la condición de producto *estrella*, con base en que es una organización a pesar de estar en etapa de introducción, busca crecer en el mercado y obtener una alta participación en el mismo.

Se debe tener en cuenta que los productos ubicados en este cuadrante, representan las mejores oportunidades para el crecimiento y la rentabilidad para la empresa a largo plazo.

Es importante aclarar que los productos estrella se caracterizan por tener equilibrado su flujo de caja, ya que a los menores atendidos en corto tiempo el pago se realizaría de contado debido a que los beneficios que se obtiene son equiparados por los requerimientos de dinero destinados a financiar dicho crecimiento y además para mantener su cuota de mercado.

6.1 ESTRATEGIAS MARKETIN MIX

Las estrategias del plan de mercadeo estarán encaminadas al Producto, Promoción y los precios.

- ✓ Estrategia de comunicación: es una de las estrategias mas importantes dentro del plan de mercadeo, por que es la encargada de hacer saber a nuestros grupo Objetivo las bondades de nuestro producto, la ubicación de nuestra empresa, la comodidad de sus instalaciones , además de la permanente recordación de nuestra marca Guardería “ La casa de mi tia”
- ✓ Estrategia de portafolio de productos: en la empresa debe enfocarse e implementar continuamente de acuerdo a la necesidad del cliente la diversificación o complementación del producto básico.
- ✓ Estrategia de descuentos: política de descuentos por volumen o frecuencia de compra del cliente.
- ✓ Estrategias de servicios: toda la organización debe estar enfocada hacia el objetivo que es el cliente, en ofrecer mas que un buen servicio un Excelente servicio. Porque se esta vendiendo un producto intangible , luego el cliente tiene que percibir el beneficio.

6.2 PLAN DE ACCIÓN

6.2.1 Plan de acción de la estrategia de comunicación. La empresa tiene que designar un rubro económico, considerable con el fin de realizar diferentes campañas publicitarias en medios radiales, televisivos, materiales p.o.p catálogos con el fin de que el cliente conozca y se informe sobre la creación de la Guardería “ La casa de mi tía” donde se hará énfasis de las bondades de nuestro producto. En el lanzamiento se puede contemplar un evento con algunos clientes potenciales (padres y niños) y mucha propaganda radial. El evento lógicamente se haría en las instalaciones de la guardería

Es importante transmitir a nuestro clientes potenciales que tanto instalaciones y talento humano forman parte de una Marca “ la casa de mi tia” que tienen Imagen Corporativa, maneja un color, un logo tipo dándole identidad y se va constituir en la primera impresión para nuestro cliente.

La meta perseguida en esta acción es dar a conocer La Marca “ La casa de mi tia y el producto con el fin de iniciar la recordación o posicionamiento de la misma para hacer que los clientes potenciales se vuelvan clientes fieles.

Indicador las ventas e inscripciones de nuevos clientes que estuvieron en algún evento o que conocieron de la existencia de la Guardería a través de la estrategia de comunicación.

6.2.2 Plan de acción de la estrategia del portafolio del producto. El producto básico es cuidar los niños, pero el valor agregado es brindarle al padre de familia la tranquilidad de que está dejando su hijo en una institución responsable. Y esto se logra con un personal profesional e idóneo en el cuidado y atención para niños. La empresa será exigente en la escogencia de sus colaboradores y con el perfil adecuado para cada cargo. El valor agregado para los niños es una feliz y agradable estadía.

Las instalaciones de la guardería, sus espacios también juegan un papel importante dentro del producto. Luego su diseño arquitectónicamente debe ser adecuado para sus usuarios.

El producto que se ofrece debe tener diversificación o complementación conservando su línea y sub línea. Es decir se ofrece servicio de cuidar al niño en el tiempo que el padre de familia lo requiera, reforzamiento en las tareas escolares, reforzar sus habilidades o destrezas ya sea en pintura, artes, danzas, entre otras.

La meta es dar a conocer nuestro producto en el mercado para lograr penetración.

Indicador para medir esta acción, inscripciones o venta frecuentes de nuevos niños para estas actividades.

6.2.3 Plan de acción para la estrategia de precios. El precio base será un solo \$ 1.500 para horario diurno y \$ 2.500 para el horario nocturno. Su tarifa será por hora, o proporcional al tiempo de estadía del niño. La empresa manejará una tabla de descuentos donde los otorgará, dependiendo de la frecuencia del cliente, o del volumen en la compra de varios productos.

Podrá diseñar tiqueteras con el fin de vender o asegurar las ventas en la semana o mes. Lógicamente otorgando descuentos.

La meta es lograr incrementar clientes nuevos y fidelizarlos.

6.2.4 Plan de acción para estrategias de servicios. Toda la organización de la “Guardería La casa de mi tía” empresa debe estar encaminada a ofrecerle al cliente un valor agregado, es decir más de lo que el cliente en realidad está esperando. Ofrecer Responsabilidad, Tranquilidad Bienestar, Alegría

De lo que el cliente perciba en el servicio, se convertirá en otra estrategia de promoción del producto

La empresa maneja un Manual de procedimientos con el fin de asegurar de que todos los procesos establecidos se cumplan en el servicio al cliente.

La empresa cuenta con una herramienta efectiva y buena en un sistema de información que le permita manejar no solamente la base de datos de clientes, sino todo lo concerniente a ventas, inventarios etc.

La empresa debe contar con rubro que le permita estar en permanente investigación de lo que el cliente está necesitando (Desarrollar un marketing relacional)

Contar con un buzón de sugerencia y una página web.

Se persigue fidelizar al cliente y cautivar al potencial.

Indicador incremento de ventas , nuevos clientes, posicionamiento de marca, efectividad en el buzón de sugerencias.

7. PLAN DE OPERATIVO

7.1 METODOLOGÍA DEL SERVICIO

La guardería “La Casa de mi Tía”, es una empresa dedicada a prestar el servicio de cuidado a niños de 4 meses a 9 años de edad las 24 horas del día, de lunes a sábado incluido días festivos, brindando apoyo a los menores en relación a sus actividades académicas, y procurando utilizar la estimulación temprana como medio para lograr niños más felices, entre otros.

El cuidado de los menores estará a cargo de personas idóneas y con el perfil adecuado para realizar esta actividad, para lo cual se contratará a profesionales en educación pre-escolar, quienes recibirán a los niños, realizarán un diagnóstico general de sus capacidades y a continuación integrarán a los menores en las actividades establecidas para la jornada.

Brindar al padre de familia la confianza suficiente para que pueda dejar a sus hijos a nuestro cuidado otorgándole una feliz estadía con responsabilidad.

Por lo tanto para nuestro caso la estrategia tiene que cumplir y dar: CONFIANZA, RESPONSABILIDAD, GARANTÍA Y SEGURIDAD para los padres de familia Y UNA FELIZ, DIVERTIDA Y AGRADABLE ESTADÍA para los niños

7.2 PROCESOS

7.2.1 Inscripciones y salidas:

- Inscripción de los niños en recepción se diligencia un formulario donde la madre o el adulto que va dejar al niño, lo llene donde constan los datos personales del niño como: Nombres tanto del niño como de los padres, dirección, teléfonos fijos y celulares y observaciones particulares (salud, alimenticios) que sea necesario que la institución deba conocer.
- Después de la revisión por parte de la funcionaria del jardín de que el formulario quedo debidamente diligenciado se le otorga un código de entrada y la hora posible de salida y se le coloca al niño una escarapela con su nombre, y al padre o la persona que a llevado al niño se le entrega una ficha que presentara a la hora de salida.
- Para el registro de salida el padre llega a la recepción y presenta la orden o ficha de salida, la funcionaria mediante comunicación interna llama al niño y hace el respectivo chequeo junto con el formulario de ingreso y se firma la

salida y la orden de cobro del servicio. El costo es de acuerdo al tiempo y consumo extra del niño.

7.2.2 Programación diaria:

- Juguemos aprendiendo juegos didácticos y lúdicos
- Fortalezca las destrezas de sus niños (música, pintura, danzas y etc.)
- Películas y cuentos infantiles
- Actividades recreativas – parque de diversiones
- Aprendamos con responsabilidad tareas escolares

Se establecerá un horario fijo de estas actividades de lunes a Sábado.

7.3 ESTANDARES DEL SERVICIO

- Talento humano: el personal será debidamente seleccionado, altamente calificado; un administrador profesional, secretaria, recepcionista de inscripciones, personal idóneo en el cuidado de los niños con un perfil en la educación infantil, mensajeros, vigilantes.
- Servicio de transporte

7.4 INFRAESTRUCTURA ARQUITECTONICA

Será unas instalaciones de una sola planta que constara de las siguientes instalaciones:

- a) recepción que es el lugar donde se hará la respectiva inscripción del niño
- b) Sala de espera lugar donde los padres esperan a sus hijos
- c) Biblioteca infantil
- d) dormitorio de los niños de sala cuna
- e) dormitorio para niños mayores a 3 años
- f) Comedores y cocina
- g) Sala de teatro
- h) Auditorio para música y danzas

- i) Parque de diversiones- zona verde
- j) patio para juegos didácticos

La guardería: “La Casa de mi Tía”, funcionará en el centro del municipio de San Juan de Pasto, departamento de Nariño y la posibilidad de la empresa de contar con unas instalaciones adecuadas, la guardería: “La Casa de mi Tía”, estará ubicada en el barrio San Ignacio.

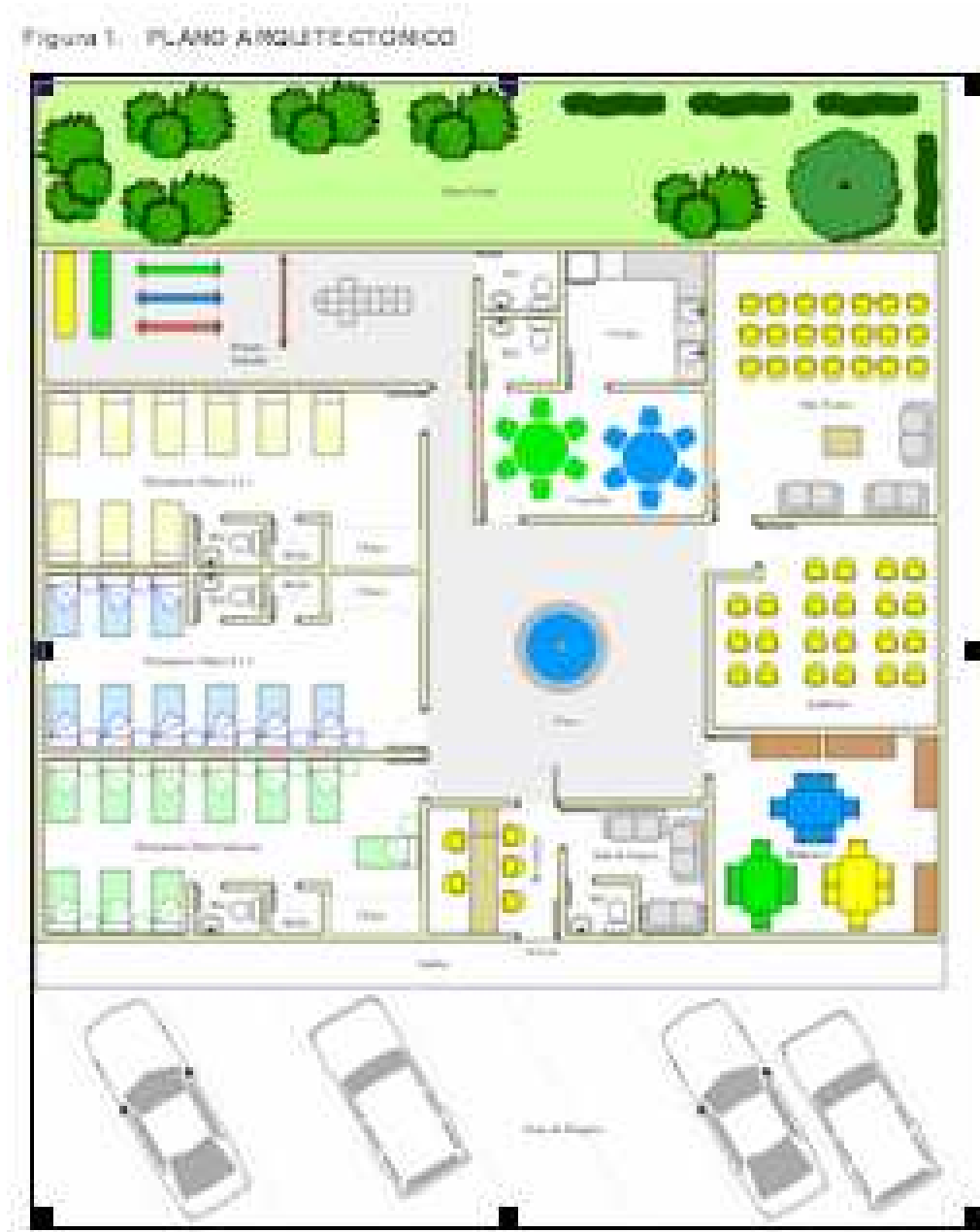
Para el adecuado funcionamiento de la guardería, se establece que las instalaciones posean varias características para brindar un servicio adecuado y la comodidad para los menores y las personas que laboren en la empresa. La locación tiene que tener como mínimo 500 m²

Tomando en cuenta lo anterior se determina las siguientes características:

- ✓ **Recepción:** es el lugar donde ingresan los menores, desde este lugar se puede tomar las llamadas para atender las necesidades de los padres de familia y de los menores, se brinda toda la información requerida a quien la solicite.
- ✓ **Cocina y comedor:** en caso de requerirlo, esta es la zona donde los menores pueden tomar sus alimentos.
- ✓ **Salón de estudio y o Biblioteca:** en este espacio, los menores que tengan trabajos o tareas las pueden realizar, o en caso de que un menor desee leer este es el lugar adecuado.
- ✓ **Salón de lúdica:** este espacio es para realizar las actividades de música, pintura, y entre otras que se hayan establecido.
- ✓ **Salón de Teatro:** es el espacio destinado para los menores que deseen ver televisión o actividades teatrales.
- ✓ **Salón de juegos:** es el espacio determinado para que los menores se recreen con otro tipo de actividades diferentes a las nombradas con anticipación.
- ✓ **Alojamiento para bebés:** espacio destinado para el descanso de los menores de 4 meses a tres años de edad.
- ✓ **Alojamiento para menores:** espacio destinado para los menores mayores de tres años de edad, que quieran descansar.
- ✓ **Administración:** es el espacio destinado para el manejo administrativo y financiero de de la guardería.

- ✓ **Baños y duchas:** espacio destinado para el aseo personal de los menores que pernoctan en la guardería y para el uso del personal de planta.

Figura 1. PLANO ARQUITECTONICO



Fuente. Este estudio

7.5 ESQUEMAS DEL SERVICIOS

Las instalaciones tienen que estar debidamente señalizadas tanto para el cliente interno como para el cliente externo, la infraestructura como baños dormitorios tienen que ser adecuados para usuarios infantiles, sin gradas y piso antideslizante, la ubicación fácil vías de acceso, un barrio seguro, confiable y tranquilo.

La papelería empleada tiene que ser con el logotipo de la empresa y su facturación con todo lo de ley.

Tenemos que lograr posicionamiento de marca tratando de darle a nuestro cliente la necesidad básica, más el valor agregado el cual es el diferencial a nuestra competencia, el horario y la confianza que vamos a brindarles a los padres para que puedan dejar a sus hijos con toda la tranquilidad como si estuvieran en casa.

La campaña promocional es la estrategia mas importante de nuestro plan de mercadeo puesto que tenemos que informar a nuestros clientes potenciales y objetivos lo que somos , lo que hacemos. Las campañas de promoción radial con cuñas , en diferentes emisoras y horarios en programas que sabemos los escuchan (Noticiero y programas de opinión y deportivos) los padres de familia; el lema para cuña radial será VEINTICUATRO HORAS CON TU HIJO

7.6 INDICADORES

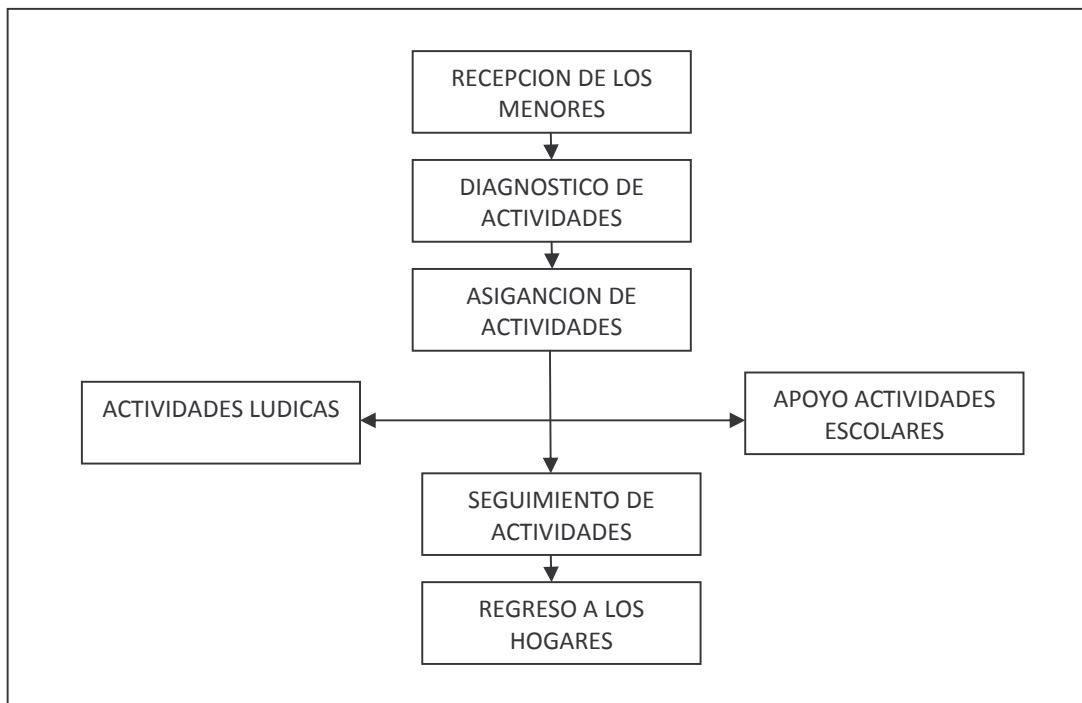
Se establecerán unos indicadores que nos permitan evaluar continuamente el grado de aceptación de nuestros servicios y el crecimiento de la empresa.

7.6.1 Satisfacción en niños. Numero de niños que desean volver / Total de niños

7.6.2 Satisfacción en padres. Numero de padres que desean llevar a su hijo / Numero total de Padres

7.6.3 Capacidad instalada. Numero de niños inscritos / capacidad instalada

Cuadro 3. Flujo general de actividades



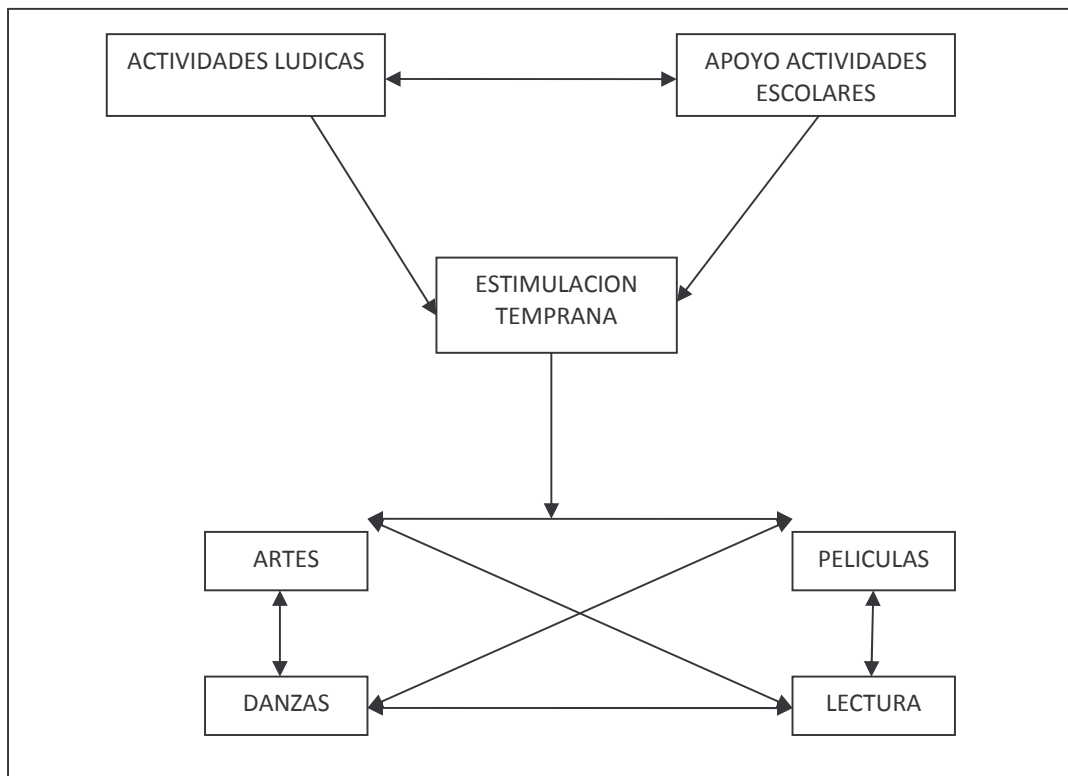
Fuente. Este estudio

En referencia a las actividades lúdicas, se establecen dos áreas: artes y varios.

Las artes, hace referencia a las actividades de expresión corporal, como danzas y pintura. En relación a varios, permite realizar otro tipo de actividades recreativas, como ver películas, escuchar música y actividades de estimulación temprana.

Es decir, los menores que no deban realizar actividades escolares o que las hayan terminado, pueden realizar actividades lúdicas u otras actividades, en todo caso, las actividades están programadas para fomentar el desarrollo de sus capacidades psicomotoras, y la estimulación temprana.

Cuadro 4. Flujo de actividades específicas.



Fuente. Este estudio

7.7 OPORTUNIDAD DE SERVICIO

La guardería “La Casa de mi Tía”, cuenta con 5 habitaciones grandes para los menores mayores de tres años de edad, en cada habitación se encuentran 2 camarotes, con un total de 20 camas para los menores que pernocten en la guardería o que lleguen por espacios cortos de tiempo, adicionalmente, se cuenta con 4 habitaciones con 4 cunas cada una, para los menores de tres años que se queden o permanezcan por poco tiempo.

Con lo anterior se puede establecer que la guardería “la Casa de mi tía”, cuenta con un total de capacidad para atender a los menores que pernocten en la empresa de 20 mayores de tres años y 16 menores de tres años, para un total de 36 niños.

Cuadro 5. Capacidad de menores para pernoctar en la guardería

	Habitaciones	camarotes	camas	total camas
Mayores 3 años	5	2	4	20
Menores de 3 años	4		4	16
TOTAL	9	2	8	36

Fuente: esta investigación

Adicionalmente, para los menores que permanezcan en el día o que no pernocten en la guardería, pueden acceder a los mismos espacios establecidos.

7.8 FRECUENCIA DEL SERVICIO

Tomando en cuenta las características del mercado, se establece que existe una frecuencia del servicio de la siguiente forma:

Cuadro 6. Nro de Visitas o estadías al mes

	Mañana	Tarde	Noche	Total	Total Mes
Mayores 3 años	10	25	10	45	1.350
Menores de 3 años	15	15	5	35	1.050
TOTAL	25	40	15	80	2.400

Fuente: esta investigación

Cuadro 7. Nro. Estadías o visitas al año

visitas año	
día	noche
23.400	4.500
27.900	

Fuente: esta investigación

Se establece que el promedio de visitas al mes es de 2.940 menores y de 29.400 menores al año, tomando en cuenta que el calendario de trabajo es de 10 meses. Por motivo de festividades, temporadas especiales y demás actividades culturales de la región y la empresa.

7.9 PLAN DE COMPRAS

Tomando en cuenta los requerimientos de materiales para los menores, en sus actividades diarias con la guardería, se establece la siguiente proyección de compras:

Cuadro 8. Plan de compras

Descripción	Valor Año	2009	2010	2011	2012	2013
Papelería	4.800.000	5.088.000	5.393.280	5.716.877	6.059.889	6.423.483
Juguetes didácticos	18.000.000	19.080.000	20.224.800	21.438.288	22.724.585	24.088.060
Instrumentos musicales	10.800.000	11.448.000	12.134.880	12.862.973	13.634.751	14.452.836
Otros	2.400.000	2.544.000	2.696.640	2.858.438	3.029.945	3.211.741
TOTAL	36.000.000	38.160.000	40.449.600	42.876.576	45.449.171	48.176.121

Fuente: esta investigación

Con el fin de cumplir los objetivos de la guardería en apoyar a los menores en su formación, por medio de la estimulación temprana, se requiere la oportunidad de aprovechar elementos didácticos y la posibilidad de acceder a instrumentos musicales, por lo cual, la guardería ha presupuestado la adquisición de elementos fundamentales para este fin, tales como son papelería, juguetes didácticos, instrumentos musicales, entre otros que se hacen necesarios para lograr que los menores adquieran destrezas en el arte.

7.10 CONTROL DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO

Con el propósito de mantener un resultado favorable para la empresa y para los menores, se propone la implementación de procesos de control y calificación de la calidad en el servicio por medio de seguimiento de actividades de las auxiliares, logros de los menores durante el tiempo en la guardería, entre otros que permitan realizar un mejoramiento continuo de los procesos interno y del talento humano de la empresa.

Adicionalmente de dispondrá de buzones de sugerencias para que los padres de familia opinen del servicio que se les esta ofreciendo y determinar otras necesidades o requerimiento pueden tener.

8. PLAN ADMINISTRATIVO Y LEGAL

8.1 RAZON SOCIAL

“La Casa de mi Tía”

8.2 SLOGAN

Apoyando a nuestra familia

8.3 MISIÓN

“La Casa de mi Tía”, es una guardería dedicada al cuidado y desarrollo psicomotor y de apoyo al aprendizaje de los niños de 4 meses a 9 años de edad, cuyos padres o familiares por motivos laborales o profesionales deben realizar actividades extras. “La Casa de mi Tía”, posee instalaciones adecuadas, desarrolla programas y actividades lúdicas para la formación y la atención de las necesidades de los menores, además cuenta con un personal altamente capacitado y comprometido con la guardería y los requerimientos de los asistentes.

8.4 VISIÓN

“La Casa de mi Tía”, busca para el año 2013, tener posicionamiento y ser reconocida como una de las organizaciones líderes en el cuidado, apoyo en la formación psicomotora y de aprendizaje de los niños en el momento que lo requiera el padre de familia, del municipio de San Juan de Pasto, contribuyendo al bienestar familiar y laboral de los padres de familia, contando con un talento humano especializado en el tema, honesto, íntegro, responsable y comprometido con el mejoramiento continuo de la guardería.

8.5 PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS

8.5.1 Integridad. Se actúa con honestidad y liderazgo con el ejemplo.
Servicio: se brinda un servicio comprometido con las necesidades de los clientes, orientando todos los esfuerzos en busca de la fidelización de los mismos.

8.5.2 Responsabilidad. Se actúa en busca de la protección del medio ambiente y los recursos naturales.

8.5.3 Honestidad. Es una cualidad humana que consiste en comportarse y expresarse con coherencia y sinceridad, y de acuerdo con los valores de verdad y justicia.

8.5.4 Compromiso. Actitud positiva y responsable por parte del equipo, para el logro de los objetivos, fines y metas.

8.6 MACROLOCALIZACIÓN

La guardería: “La Casa de mi Tía”, funcionará en el centro del municipio de San Juan de Pasto, departamento de Nariño.

8.7 MICROLOCALIZACIÓN

Tomando en cuenta los requerimientos del mercado y la posibilidad de la empresa de contar con unas instalaciones adecuadas, la guardería: “La Casa de mi Tía”, estará ubicada en el barrio San Ignacio, en la carrera 32 con calle 14.

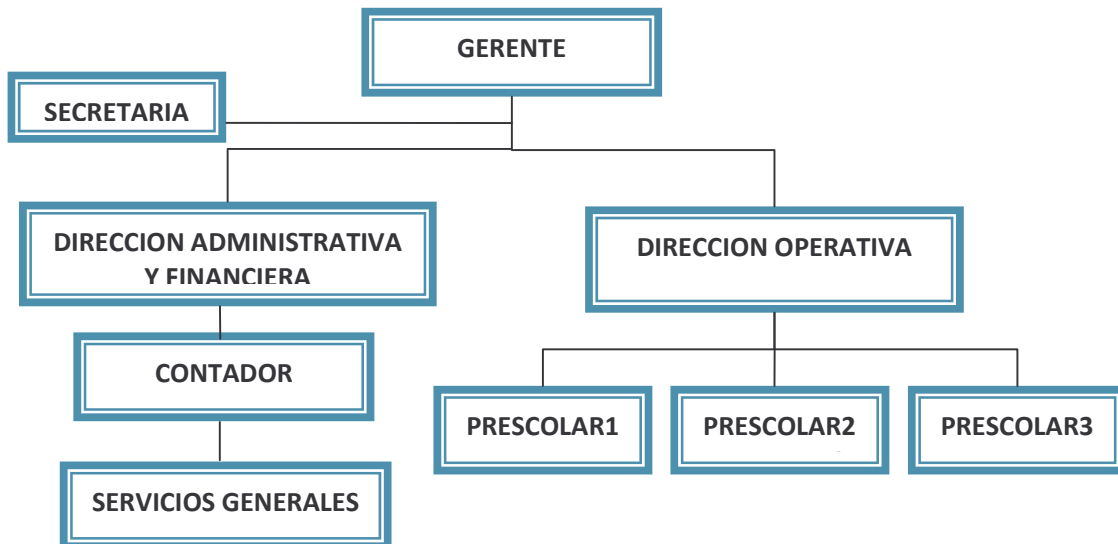
8.8 VENTAJAS COMPETITIVAS

- No existen guarderías que se dedican al cuidado de menores las 24 horas del día.
- Las guarderías actuales, solo funcionan de lunes a viernes, mientras que “La Casa de mi Tía”, funciona todos los días de la semana.
- Ubicación adecuada de la guardería para el mercado objetivo al que se dirige.
- Personal altamente capacitado para el cuidado y apoyo a los menores.
- Se reconoce como un servicio innovador y de gran apoyo a los padres de familia.
- Servicio de transporte para recoger y dejar a los menores que utilicen el servicio.

8.9 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

8.9.1 Organigrama:

Cuadro 9. Organigrama



Fuente. Este estudio

8.9.2 Descripción de los cargos:

- **Gerente:** es el encargado de planear, organizar, dirigir y controlar cada uno de los procesos, metas, objetivos y demás situaciones de la guardería, es responsable de mantener un clima organizacional adecuado, de fomentar el liderazgo y desarrollar programas de capacitación acordes a los requerimientos de la organización, así como las funciones de mercadeo.
- **Dirección administrativa y financiera:** se encarga del manejo financiero de la organización, propone estrategias para mejorar la organización y sus procedimientos, es el encargado de velar por el cumplimiento de los objetivos financieros, es el encargado de desarrollar programas de mercadeo requeridos por la organización, este cargo realizará las funciones de contador, por lo cual es requisito ser titulado como contador.
- **Dirección operativa:** es el encargado de verificar los procesos de la organización, que se realicen acorde a lo estipulado por la gerencia, desarrolla procesos de calidad, propone talleres y diferentes capacitaciones para los empleados del área según las necesidades para brindar un servicio con excelencia, de igual forma colaborará con el cuidado de los menores cuando sea necesario.
- **Contador:** es quien colabora, analizar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de

la empresa. Colaborar con la empresa en los aspectos relativos a sus funciones.

- **Secretaria:** resguardar y controlar los archivos del centro de trabajo, recibir, clasificar, registrar, tramitar y archivar correspondencia, dar atención al público, contestar los teléfonos, a efecto de desempeñar con eficiencia y responsabilidad sus actividades, coadyuvar en la elaboración de reportes, desempeñar sus funciones con responsabilidad eficiencia y discreción y apoyar en el cuidado de los menores.
- **Auxiliar:** es la persona encargada de velar por el cuidado de los menores que asisten a la guardería, quien brinda apoyo en la formación en áreas académicas, o de estimulación temprana.
- **Servicios generales:** asistir en las labores operativas y auxiliares del manejo de la documentación y mensajería, así como en la atención telefónica al usuario y la orientación a los visitantes de la entidad, de acuerdo con los estándares establecidos, velar por la buena presentación y aseo de la organización.

8.10 MATRIZ DOFA

Cuadro 10. Matriz DOFA

<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Poca experiencia en este tipo de establecimientos. ➤ Alta inversión inicial en materiales didácticos, adecuación de instalaciones, etc. ➤ Poca conocimiento del mercado. ➤ Es una empresa nueva. 	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Personal comprometido con la organización. ➤ Personal capacitado en las diferentes áreas de la empresa. ➤ Alta orientación hacia el servicio. ➤ Ubicación estratégica para la empresa. ➤ Servicio las 24 horas del día, todos los días. ➤ Control continuo en los procesos ➤ Capacitación constante del personal ➤ Capacidad de servicio.
<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Frágil economía en el departamento de Nariño. ➤ El sector servicios tiene una bajo dinamismo. ➤ Cambios en las políticas comerciales, económicas y sociales. ➤ Reacción de otras empresas. 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ No existen empresas que brinden sus servicios las 24 horas del día, 7 días a la semana. ➤ Incremento en la tasa de natalidad. ➤ Desarrollo de reconocimiento a nivel regional. ➤ Posibilidad de extender los servicios a nuevos mercados.

Fuente. Este estudio

Tomando en cuenta lo anterior, se establece una serie de estrategias para superar las debilidades y amenazas, así como aprovechar las fortalezas y amenazas.

- ✓ Aprovechar el talento humano para el correcto desarrollo de las actividades planeadas por la organización.
- ✓ Realizar un estudio de mercados para determinar los gustos y preferencias del mercado objetivo y establecer sus necesidades.

- ✓ Desarrollar y fortalecer la imagen de la guardería por medio del desarrollo de marca y aprovechar los medios publicitarios más aceptados por el mercado para posicionar la empresa.
- ✓ Realizar continuas capacitaciones al talento humano para desarrollar fortalezas constantemente.
- ✓ Realizar programas de mejora continua en los procesos de la organización
- ✓ Amplia difusión por los diferentes medios.

9. ESTUDIO FINANCIERO

El presente estudio financiero pretende establecer la viabilidad del proyecto detallando las inversiones para la puesta en marcha de la guardería “La casa de mi tía”, para el año 2009. A continuación se determina las inversiones requeridas, las proyecciones para el quinquenio y los estados financieros.

9.1 INVERSIONES NECESARIAS PARA LA GUARDERIA

Cuadro 11. Inversiones

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Muebles y Enseres			
Escritorios	4	180.000	720.000
Sillas para escritorio	4	80.000	320.000
Sillas	20	60.000	1.200.000
equipo de sonido	1	1.300.000	1.300.000
escritorios estudiantes	10	90.000	900.000
Camarote	10	350.000	3.500.000
Cama cunas	16	100.000	1.600.000
Archivadores	4	90.000	360.000
Televisores	2	1.100.000	2.200.000
Muebles para sala	1	700.000	700.000
mesas	5	60.000	300.000
subtotal			13.100.000
Equipo de computación y comunicación			
Computadores	5	1.300.000	6.500.000
Multifuncional	2	250000	500.000
teléfonos fijos	5	30.000	150.000
Impresoras	3	120000	360.000
subtotal			7.510.000
Remodelación local	1	6.500.000	6.500.000
subtotal			6.500.000
TOTAL INVERSION			27.110.000

Fuente: esta investigación

9.2 GASTOS FIJOS

Se relacionan todos los gastos para la constitución legal de la empresa.

Cuadro 12. Constitución de la empresa

Descripción	Valor Total
Constitución de la empresa	2.300.000
subtotal	2.300.000

Fuente: esta investigación

9.3 GASTOS GENERALES

Se relacionan como los gastos en que incurre la empresa para su funcionamiento.

Cuadro 13. Gastos generales

Descripción	Valor Mes	Valor Año
Arrendamiento	650.000	7.800.000
Servicios	450.000	5.400.000
Elementos de aseo	45.000	540.000
Botiquín primeros auxilios	17.000	204.000
Elementos de oficina y papelería	350.000	4.200.000
Mantenimiento	100.000	1.200.000
Seguros	150.000	1.800.000
Publicidad	250.000	3.000.000
subtotal	2.012.000	24.144.000
Imprevistos	201.200	2.414.400
TOTAL GASTOS GENERALES	2.213.200	26.558.400

Fuente: esta investigación

Cuadro 14. Materiales

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mes	Valor Año
Papelería	1	400.000	400.000	4.800.000
Juguetes didácticos	1	1.500.000	1.500.000	18.000.000
Instrumentos musicales	1	900.000	900.000	10.800.000
Otros	1	200.000	200.000	2.400.000
TOTAL			3.000.000	36.000.000

Fuente: esta investigación

Cuadro 15. Nomina

Cargo	Cantidad	Asignación salarial	total salarios	año
Gerente	1	1.200.000	1.200.000	12.000.000
Director administrativo	1	900.000	900.000	9.000.000
Director operativo	1	900.000	900.000	9.000.000
Prescolares	3	800.000	2.400.000	24.000.000
secretaria	1	550.000	550.000	5.500.000
Servicios generales	1	510.000	510.000	5.100.000
subtotal		4.860.000	6.460.000	64.600.000
Parafiscales	52%	2.527.200	3.359.200	33.592.000
Total Nomina		7.387.200	9.819.200	98.192.000

Fuente: esta investigación

Cuadro 16. Total de inversiones requeridas

Descripción	Valor
Inversiones Fijas	27.110.000
Inversiones Diferidas	2.300.000
Capital de trabajo	39.710.400
TOTAL	69.120.400

Fuente: esta investigación

Cuadro 17. Capital de trabajo

Descripción	Valor
Nomina	7.387.200
Costos Generales (inversión)	27.110.000
Gastos generales	2.213.200
Materiales de trabajo	3.000.000
TOTAL	39.710.400

Fuente: esta investigación

9.4 FIJACIÓN DE PRECIOS

Para la fijación de los precios se analizaron los recursos y principalmente los valores que pagarían los padres de familia para acceder a los servicios, así como el tiempo promedio en que dejarían a sus hijos en la guardería.

Cuadro 18. Proyección de la inversión

Descripción	2009	2010	2011	2012	2013
Muebles y Enseres	13.100.000	14.017.000	14.998.190	16.048.063	17.171.428
Equipo de computación y comunicación	7.510.000	8.035.700	8.598.199	9.200.073	9.844.078
TOTAL	20.610.000	22.052.700	23.596.389	25.248.136	27.015.506

incremento del 7%

Fuente: esta investigación

Cuadro 19. Proyección de Visitas

Descripción	2009	2010	2011	2012	2013
Día	23.400	24.804	26.292	27.870	29.542
Noche	4.500	4.770	5.056	5.360	5.681
Total	27.900	29.574	31.348	33.230	35.223
incremento 6%					

Fuente: esta investigación

Cuadro 20. Proyección costo hora

Descripción	2009	2010	2011	2012	2013
Hora	1,253	1,329	1,408	1,493	1,582
TOTAL	1,253	1,329	1,408	1,493	1,582
incremento 6%					

Fuente: esta investigación

Cuadro 21. Proyección precio de la hora

Descripción	2009	2010	2011	2012	2013
Día	1.500	1.590	1.685	1.787	1.894
Noche	2.500	2.650	2.809	2.978	3.156

Incremento del 6%

Fuente: esta investigación

Cuadro 22. Proyección de (ingresos) ventas

Descripción	2009	2010	2011	2012	2013
Día	140,400,000	148,824,000	157,753,440	167,218,646	177,251,765
Noche	40,500,000	42,930,000	45,505,800	48,236,148	51,130,317
TOTAL	180,900,000	191,754,000	203,259,240	215,454,794	228,382,082

incremento del 6%

Fuente: esta investigación

Cuadro 23. Proyección Gastos

Descripción	2009	2010	2011	2012	2013
Gastos generales	26.558.400	28.151.904	29.841.018	31.631.479	33.529.368
Nomina	98.192.000	104.083.520	110.328.531	116.948.243	123.965.138
TOTAL	124.750.400	132.235.424	140.169.549	148.579.722	157.494.506

incremento del 6%

Fuente: esta investigación

Cuadro 24. Proyección cuentas por cobrar

Descripción	2009	2010	2011	2012	2013
Cuentas por cobrar	3.712.500	3.935.250	4.171.365	4.421.647	4.686.946
TOTAL	3.712.500	3.935.250	4.171.365	4.421.647	4.686.946

15% de los ingresos

Fuente: esta investigación

Cuadro 25. Proyección cuentas por pagar

Descripción	2009	2010	2011	2012	2013
Proveedores	5.400.000	5.724.000	6.067.440	6.431.486	6.817.376
TOTAL	5.400.000	5.724.000	6.067.440	6.431.486	6.817.376

15% de los ingresos

Fuente: esta investigación

Cuadro 26. Materiales de trabajo

Descripción	Valor Año	2009	2010	2011	2012	2013
Papeleña	4.800.000	5.088.000	5.393.280	5.716.877	6.059.889	6.423.483

Fuente: esta investigación

Cuadro 27. Proyección de depreciaciones

Descripción	2009	2010	2011	2012	2013
Equipo de computación y comunicación	1.502.000	1.502.000	1.502.000	1.502.000	1.502.000
TOTAL	1.502.000	1.502.000	1.502.000	1.502.000	1.502.000

Fuente: esta investigación

Cuadro 28. Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	2009
costos ventas	36.000.000
Ingreso de menores	27.900
Valor promedio de la hora	2.000
Punto equilibrio visitas	18.000

Fuente: esta investigación

9.5 ESTADO DE RESULTADOS

Cuadro 29. Estado de resultados

	2009	2010	2011	2012	2013
VENTAS	180,900,000	191,754,000	203,259,240	215,454,794	228,382,082
Costos	36,000,000	38,160,000	40,449,600	42,876,576	45,449,171
Depreciaciones	1,502,000	1,502,000	1,502,000	1,502,000	1,502,000
UTILIDAD BRUTA	143,398,000	152,092,000	161,307,640	171,076,218	181,430,912
Gastos de ventas	50,160,000	53,169,600	56,359,776	59,741,363	63,325,844
Gastos de administracion	74,590,400	79,065,824	83,809,773	88,838,360	94,168,661
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	18,647,600	19,856,576	21,138,091	22,496,496	23,936,406
Impuesto de renta (33%)	6,153,708	6,552,670	6,975,570	7,423,844	7,899,014
UTILIDAD NETA	12,493,892	13,303,906	14,162,521	15,072,652	16,037,392

Fuente: esta investigación

9.6 BALANCE GENERAL

Cuadro 30. Balance general

Activo	2009	2010	2011	2012	2013
Efectivo	33,785,892	34,979,206	36,139,572	37,264,002	38,349,262
Cuentas por cobrar	6,075,000	6,439,500	6,825,870	7,235,422	7,669,548
Muebles y Enseres	13,100,000	14,017,000	14,998,190	16,048,063	17,171,428
Equipo de computo y comunicación	7,510,000	8,035,700	8,598,199	9,200,073	9,844,078
Depreciación acumulada	(1,502,000)	(3,004,000)	(4,506,000)	(6,008,000)	(7,510,000)
TOTAL ACTIVO	58,968,892	60,467,406	62,055,831	63,739,560	65,524,315
Pasivos					
cuentas por pagar	6,075,000	6,439,500	6,825,870	7,235,422	7,669,548
Proveedores	5,400,000	5,724,000	6,067,440	6,431,486	6,817,376
TOTAL PASIVO	11,475,000	12,163,500	12,893,310	13,666,909	14,486,923
Patrimonio					
Capital social	35,000,000	35,000,000	35,000,000	35,000,000	35,000,000
utilidad del ejercicio	12,493,892	13,303,906	14,162,521	15,072,652	16,037,392
TOTAL PATRIMONIO	47,493,892	48,303,906	49,162,521	50,072,652	51,037,392

Fuente: esta investigación

9.7 FLUJO DE EFECTIVO

Cuadro 31. Flujo neto de efectivo

Flujo neto de efectivo					
Descripción	2009	2010	2011	2012	2013
Visitas al año	27,900	29,574	31,348	33,229	35,223
Utilidad Neta	12,493,892	13,303,906	14,162,521	15,072,652	16,037,392

Fuente: esta investigación

9.8 RAZONES FINANCIERAS

LIQUIDEZ

	<u>ACTIVO CTE</u> <u>PASIVO CTE</u>	
RAZON CORRIENTE.	<u>39,860,892.00</u> <u>11,475,000.00</u>	3.47

	<u>ACT.CTE -</u> <u>INV.</u> <u>PASIVO CTE</u>	
RAZON ACIDA	<u>39,860,892.00</u> <u>11,475,000.00</u>	3.47

APALANCAMIENTO

	<u>T.DEUDAS</u> <u>T. ACTIVOS</u>	
	<u>11,475,000.00</u> <u>58,968,892.00</u>	0.19

	<u>UT.ANTES IMP</u> <u>GASTOS T</u>	
--	--	--

<u>18,647,600.00</u>	0.15
<u>124,750,400.00</u>	

RENTABILIDAD

UTILIDAD NETA
<hr/>
VENTAS

<u>12,493,892.00</u>	0.7
<u>180,900,000.00</u>	

UTILIDAD NETA
<hr/>
CAPITAL

<u>12,493,892.00</u>	0.36
<u>35,000,000.00</u>	

Estas formulas o razones financieras nos demuestran : Que la empresa tiene la capacidad de responder por cada peso que tenga en pasivo, la empresa cuenta con 3.47 pesos en activos.

La misma formula se aplica en la prueba acida , por cuanto no se tiene inventario, por ser una empresa de servicios. Los acreedores tienen una participación de un 19 % . Lo que se demuestra que la empresa puede cumplir con sus compromisos en un corto plazo.

En cuanto a la rentabilidad la empresa genera un 7% de margen, se considera como bueno si se compara con una tasa de intereses bancarios. O sea que por cada 100 pesos que se venda, 7 pesos son ya la utilidad neta descontado impuestos.

La tasa de retorno de capital esta en un 36%. Es el interés que ganan los socios por el aportes de 35.000.000. Esta es la que mas interesa a los dueños de la empresa pues permite analizar cuanto ganan en % por el monto invertido. Y de igual forma se demostraría en cuanto tiempo se devolvería la inversión.

Por lo tanto analizando las razones financieras podemos deducir que el negocio es viable, si llegamos al punto de equilibrio establecido.

10. ESTUDIO DE IMPACTOS

10.1 IMPACTOS AMBIENTALES

10.1.1 Manejo de residuos. Tomando en cuenta que la Guardería “La casa de mi tía”, es una empresa que se encuentra en el sector servicios, se establece que la generación de residuos es de mínimo impacto al medio ambiente, esto tomando en cuenta que no se dedica a la educación como tal, sino, al apoyo a los estudiantes menores de 9 años de edad.

Para los niños menores de tres años bajo el impacto ambiental generado por ellos, tomando en cuenta que son los menores de dos años quienes por utilizar pañales.

Para el manejo de los residuos, se establece realizar campañas de sensibilización y manejo del reciclaje a los menores asistentes a la guardería, por lo cual se mantendrá constante el plan de control de basuras en la empresa.

10.1.2 Riesgos de contaminación. Tomando en cuenta el programa constante de sensibilización y necesidad del reciclaje, se determina que no existen riesgos de contaminación para los asistentes o para el talento humano que labora en la guardería, así como para la comunidad en general.

10.1.3 Mecanismos de higiene. Para asegurar la higiene y la salud en la guardería “La casa de mi tía”, se implantará en los baños, elementos de aseo personal como jabones anti bacteriales, toallas desinfectadas, y cestos de basura con tapa sean plásticas o metálica.

10.2 IMPACTOS SOCIALES

10.2.1 Empleo. Tomando en cuenta las características de la guardería, esta generará en total un empleo directo iniciando labores de 8 personas, con una proyección a mediano plazo de contratación de 3 personas más. Adicionalmente se establece que el empleo indirecto también se verá favorecido, así como los familiares de los empleados.

10.3 IMPACTO LABORAL, FAMILIAR Y SOCIAL

Tomando en cuenta que la empresa busca dar solución a un problema muy frecuente en los hogares nariñenses e incluso nacionales, como es el contar con un establecimiento de confianza donde los menores puedan pasar el tiempo sanamente, donde reciban apoyo en sus actividades y que sean cuidados de la mejor manera posible, debido a que la mayoría de los padres de familia no tiene el tiempo para hacerlo por motivo de sus trabajos o múltiples ocupaciones.

En relación a lo familiar, existen momentos en que las parejas desean salir para compartir momentos especiales o que por eventos familiares no pueden llevar a sus hijos, estos por lo general no pueden asistir o los dejan al cuidado de familiares de avanzada edad.

En cualquier caso, la guardería abre múltiples oportunidades para brindar espacios a los padres de familia, sean laborales, familiares o sociales, con la confianza de que están en un lugar de confianza, con personas capacitadas para cuidarlos, y en el momento en que lo requieran.

11. CONCLUSIONES

Se determina que el plan de negocios es viable y el grupo objetivo estará en permanente crecimiento, puesto que la necesidad de una institución para el cuidado de niños en horas extras o nocturnas esta latente.

12. RECOMENDACIONES

Determinar un presupuesto mensual encaminado a desarrollar e investigar lo que el cliente objetivo esta necesitando, con fin de diversificar o complementar el producto.

Actualizar la base de datos con el fin de estar en permanente comunicación con los clientes.

Crear un departamento de Ventas con el fin de ofrecer y buscar clientes potenciales en el mercado.

Otorgar todas las herramientas necesarias para realizar un verdadero plan de mercadeo.

Generar por parte de las directivas un verdadero clima organizacional.

BIBLIOGRAFÍA

KOTLER, Philip. Dirección de Marketing. 12 Edición. Madrid: Pearson Education, 2006. 220 p.

CHAN, Kim. MAUBORGNE, Reneé. La estrategia del océano azul. Verticales de Bolcillo. Bogotá: Editorial Norma, 2008. 120 p.

NETGRAFÍA

Disponible en:

www.google.com

www.colombiamania.com/educacion/jardines

www.dane.gov.co

www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/calidad_vida/autocapacitacion/CapituloG

www.redprimerainfancia.org

www.educaedu-colombia.com

www.emagister.com

www.gobernar.gov.co

www.pasto.com

ANEXOS

Anexo A. Encuesta

ENCUESTA No. 001

FECHA: _____

1. ESTADO CIVIL: SOLTERO CASADO UNION LIBRE
2. No. DE HIJOS: UNO DOS 3 O MAS
3. EDAD HIJOS: 1 AÑO O MENOS 2 A 4 AÑOS 5 A 6 AÑOS 7 A 9 AÑOS
4. EN QUE BARRIO VIVE: _____
5. EL INGRESO FAMILIAR PROVIENE DEL TRABAJO DE:
UN SOLO CONYUGUE LOS DOS NINGUNO OTROS
6. CON QUIEN DEJA SUS HIJOS CUANDO ESTA TRABAJANDO:
ESPOSA EMPLEADA ABUELOS
OTRO FAMILIAR JARDIN O GUARDERIA
7. EN EVENTOS SOCIALES EN HORAS DE LA NOCHE CON QUIEN DEJA A SUS HIJOS:
EMPLEADA FAMILIAR OTRO FAMILIAR OTROS
8. USARIA LOS SERVICIOS DE GUARDERIA POR HORAS QUE OFRECE UN HORARIO DE 24 HORAS DE LUNES A SABADO:
SI NO
9. ADEMÁS DE UN PRECIO ECONOMICO Y LA CONFIANZA EN LA INSTITUCION, QUE MAS EXIGIRIA:

10. QUE PRECIO PAGARIA POR HORA POR EL SERVICIO DE GUARDERIA?
\$1500 A \$2500 \$2501 A \$3500 \$3501 A \$4500
11. LE GUSTARIA EL SERVICIO DE TRANSPORTE PARA RECOGER Y DEJAR A SUS HIJOS?
SI NO
-