

UNIVERSIDAD NACIONAL TECNOLÓGICA DE LIMA SUR
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS Y ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



“PLAN DE NEGOCIO
CASA CUNA EN SANTA ANITA”

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
Para optar el Título Profesional de
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PRESENTADO POR EL BACHILLER
TAMAYO ROLDAN, EVELYN NOEMI

VILLA EL SALVADOR
2015

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a mis padres por su apoyo incondicional en todo momento.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por todo lo que tengo y por poner en mi camino a buenas personas, importantes en mi vida.

ÍNDICE

Descripción	pág.
INTRODUCCIÓN	05
I. LOS FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS	06
1.1 Resumen ejecutivo	06
1.2 Análisis de Mercado	16
1.2.1 Análisis del Sector	16
1.2.2 Estimación del Mercado Potencial	16
1.2.3 Análisis de la Competencia	19
1.2.4 Análisis de la Ventaja Competitiva	21
1.3 El FODA empresarial	23
1.4 Establecimiento de una Dirección para la organización	24
1.5 Estrategia de Comercialización y Ventas	26
1.5.1 Estrategia de Producto	26
1.5.2 Estrategia de precio	27
1.5.3 Estrategia de promoción	28
1.5.4 Estrategia de Posicionamiento	30
1.6 Análisis del proceso productivo	34
1.6.1 Diseño del Producto o del Servicio	34
1.6.2 Proceso Operativo	35
1.6.3 Distribución del espacio en el área de trabajo	36
1.6.4 Cálculo de materiales	39
1.6.5 Determinación gastos y financiamiento	40
1.6.5.1 Para las máquinas	40
1.6.5.2 Asignación de personal	41
1.6.5.3 Estructura de financiamiento	41
1.6.5.4 Gastos pre operativos	41
1.7 Análisis económico y Financiero	42
1.7.1 Presupuesto de Ventas e Ingresos	42
1.7.2 Presupuesto de Costos	42
1.7.3 Análisis Financiero	44
1.7.3.1 El Flujo de Caja Económico	44

INTRODUCCIÓN

Dentro de la gestión empresarial constantemente se toman decisiones estratégicas, cuya concepción y puesta en práctica están en estrecha relación con el Plan de Negocios que todo egresado de la UNTELS está totalmente capacitado para elaborarlo y ejecutarlo.

En el presente plan de negocio encontraremos el organigrama, el análisis de la competencia, la estrategia de precios, análisis de la ventaja competitiva.

Asimismo, ha sido diseñado básicamente con el objeto de brindarle a nuestro público objetivo una opción pensada en sus requerimientos y necesidades en la que puedan encargar a sus menores hijos mientras ellos realizan sus actividades económicas, comerciales y laborales, dándoles de este modo la seguridad y confianza para que ellos puedan realizar sus actividades con la tranquilidad de que sus hijos se encuentran en un ambiente que les brinda la seguridad necesaria.

Asimismo, la guardería no solo se encargará de velar por el bienestar y seguridad del infante, así también, se les hará participes de talleres que desarrollen sus habilidades y fortalezcan su formación.

El Autor

1.1 RESUMEN EJECUTIVO: RESUMEN Y CONCLUSIONES

a) La descripción del proyecto. Casa Cuna Santa Anita es una guardería dedicada al cuidado de niños de 0 a 7 años. Somos una empresa dirigida a satisfacer la necesidad de padres de familia que realizan sus actividades comerciales y laborales en el entorno al Gran Mercado Mayorista de Lima (GMML) y el Mercado de Productores, ambos ubicados en el Distrito de Santa Anita, quienes debido a la naturaleza de sus actividades comerciales cuentan con un horario complicado, lo cual les dificulta realizar sus actividades comerciales-laborales y a la vez cuidar de sus menores hijos.

Somos una empresa dedicada al cuidado de menores de edad con el servicio de guardería diurna y atención nocturna, talleres de estimulación temprana, y otras actividades recreativas que permitan el desarrollo del infante. Este proyecto surge como una alternativa para los comerciantes y personas que trabajen en los alrededores del Gran Mercado Mayorista de Lima y el Mercado de Productores, en el distrito de Santa Anita.

b) La estructura organizativa. La guardería cuenta con un personal altamente capacitado que consta de 8 niñeras con instrucción en educación inicial, 1 psicóloga y 2 enfermeras, así también, contamos con los servicios de un administrador, 2 agentes de seguridad y 3 personas encargadas del aseo constante de la Guardería.

c) Los principales objetivos y la visión a futuro. Nuestro objetivo principal es brindarles un servicio que cumpla con las expectativas de los padres de familia, con responsabilidad y compromiso en el que los niños y las niñas aprendan valores y desarrollen habilidades afectivas, motoras y cognitivas, formando individuos valiosos para la vida en sociedad y nuestra visión a futuro es que **Casa Cuna Santa Anita** sea un lugar idóneo que proporciona a los niños y a las niñas las bases de una formación moral y cívica, interactuando con los niños para una adecuada educación y desenvolvimiento con la sociedad.

OBJETIVOS ESTRATEGICOS

- Obtener un 20% de rentabilidad anual neta en los próximos 2 años
- Se espera obtener el doble niños atendidos de la muestra inicial durante los próximos 6 meses.
- Lograr un Posicionamiento dentro de 3 años en el mercado como un centro de confianza para los padres en el cuidado de los niños
- Identificarnos como el primer centro del cuidado infantil con servicio nocturno dentro de 5 años.
- Contar con un personal altamente especializado en el cuidado infantil para el óptimo desarrollo de las actividades de la empresa.

d) Organización:

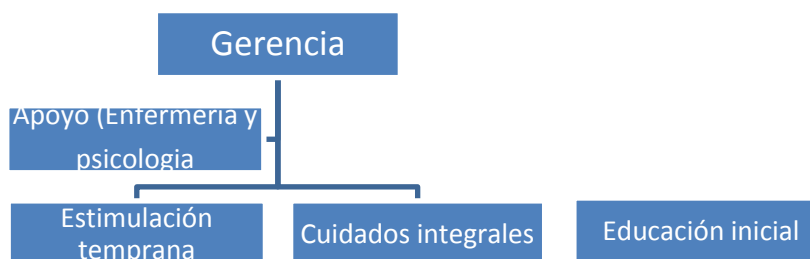
Casa Cuna Santa Anita contará con la siguiente organización:

D1) Órgano de Dirección – Gerencia.

D2) Órganos de Apoyo – Servicio de enfermería, psicología y mantenimiento.

D3) Órganos de línea – Departamento de Educación inicial y Cuidados integrales.

D4) Organigrama.



D5) Funciones generales de cada unidad estructural:

D5.1) De la Gerencia:

- * Planear, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento de la empresa.
- * Preparar Programas de trabajo de la institución.
- * Organizar y registrar el uso de recursos en el marco de los programas de trabajo velando por un manejo eficiente y eficaz.
- * Comparar la programación de actividades con el registro de la institución.
- * Tomar medidas correctivas en busca de buen funcionamiento institucional.
- * Recabar los informes de cumplimiento de roles de su personal e informar a las instancias correspondientes según procedimientos establecidos.
- * Las demás funciones que especifiquen los sistemas (salud, seguridad, educación, etc.).

D5.2) De la Unidad de Servicios Auxiliares:

- Se encarga en velar por la salud física y mental del menor dentro de la guardería.

D5.3) Del Departamento de Educación Inicial

- Orientar al menor en desarrollar sus capacidades y aprendizaje

D5.4) Del Departamento de Servicios Integrales:

- Área encargada del cambio de pañales.
- Alimentación del menor
- Cuidados necesarios del menor

e) Las oportunidades de mercadeo. Según el estudio de mercado se vio la posibilidad de poner una guardería entre los mercados mayoristas más grandes del país; **El Gran Mercado Mayorista y El Mercado Productores** en los cuales se puede observar que la mayoría de mayoristas y trabajadores son mujeres en un 80% y tienen hijos menores, los cuales en la mayoría de veces se encuentran en los alrededores de las instalaciones donde realizan sus actividades, compartiendo los riesgos para su salud y bienestar que esto involucra por la naturaleza de sus actividades.

f) Las principales ventajas competitivas. Contamos con un personal profesional que cuenta con certificado y experiencia, además los menores contarán con estimulación temprana y relajación auditiva lo cual permitirá un desarrollo intelectual y creativo.

FUENTES GENERADORAS DE VENTAJA COMPETITIVA

Nuestras ventajas competitivas para la guardería “**Casa Cuna Santa Anita**” nos ayudaran a poder tener éxito en el logro de nuestros objetivos establecidos, son las siguientes:

- Tendremos una ubicación privilegiada con ambientes muy agradables y espaciosos.
- Compraremos implementos de marcas que cuentan con certificación sanitaria de la dirección general de salud ambiental (DIGESA) de no toxicidad que nos ofrecen nuestros proveedores, obteniendo juegos elaborados con materia prima de alta calidad lo cual hace que sean durables y confiables para nuestra organización.
- Crearemos una fuerza laboral con talento en el cuidado de niños y totalmente comprometida a transmitir la imagen que la empresa quiere dar a conocer en el mercado.
- La ventaja competitiva que presenta “**Casa Cuna Santa Anita.**” SAC es la seguridad que nosotros brindamos a través de una vigilancia monitoreada las 24 horas del día, dando mayor confiabilidad a los padres para dejar a sus hijos en nuestras instalaciones.

g) Las principales proyecciones económicas y financieras. Entre trabajadoras de las empresas, bancos, y mayoristas. Se estima un mínimo de demanda que oscila en 250 niños a más al día y el cobro será de 7 soles el día en un mes sería un ingreso aproximado de 52,500 (s/210 por cada uno).

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y DEL NEGOCIO

Al analizar el horario laboral de los padres de familia que trabajan en las instalaciones del Gran Mercado Mayorista de Lima, el Mercado de Productores, la Empresa Municipal de Mercados S.A. (EMMSA), los trabajadores de los bancos y alrededores, que ante lo complicado de sus horarios no cuentan con quien encargar el bienestar de sus menores hijos en las horas de trabajo, esto ocasiona que no desarrollen sus actividades en un 100% y en algunas ocasiones no lleguen a obtener los resultados esperados en el desarrollo de sus actividades. En el caso de los mayoristas del Gran Mercado Mayorista y del Mercado Productores las comerciantes se ven forzados a llevar a sus menores hijos al trabajo exponiéndolos a los riesgos que estos implican, debido a que muchas veces se ven obligados a acomodarlos entre la mercadería que comercializan, pudiendo esta caer sobre los menores en cualquier momento debido a la mala manipulación u otro hecho fortuito, asimismo, el riesgo que implica que en estos establecimientos comerciales es frecuente el tránsito de vehículos pesados, carretillas y otros. Por lo tanto, es necesario para los padres los servicios de una guardería que se acomode a sus horarios, presupuesto y que les ofrezcan la seguridad de que sus menores estarán bajo el cuidado de adultos responsables y debidamente capacitados.

Estas guarderías constituyen el segundo hogar de los menores y por tanto la calidad de atención que brinden a los niños resulta decisiva en su formación física, psicológica y social.

Adicionalmente, por tratarse de familias con ingresos inestables, requieren frecuentemente de flexibilidad en los pagos.

Por estas razones, este sector de la población acude a servicios de guardería, en donde además de la flexibilidad en los horarios encuentren bajos costos.

En el mercado actual del sector de servicios de cuidado de niños identificamos una gran demanda por parte de padres con la necesidad de

encargar a sus menores hijos en lugares que le brinden la confianza necesaria para poder así realizar sus actividades con la tranquilidad de que el bienestar de sus hijos está asegurado. La demanda de este sector está en pleno crecimiento y se está imponiendo en los últimos años como consecuencia del crecimiento de la mypes y pymes. Por ello es favorable que exista un centro donde sus niños estén bien cuidados, protegidos y a la vez supervisados con una atención adecuada, mientras que los padres realizan sus actividades. Es por ello que nace la idea de este negocio de innovar en el servicio del sector del cuidado de niños conocido e identificado como GUARDERIA. Una guardería es un establecimiento de gestión pública o privada que forma a niños entre 0 y 7años. Los encargados de supervisar a los menores son profesionales en el área de la educación temprana, educación pre-escolar o educación infantil y su trabajo consiste no sólo en supervisar a los niños y proveerles de los cuidados necesarios para su edad, sino también en alentarlos a aprender de una manera lúdica mediante la estimulación de sus áreas cognitivas. Las guarderías son parte de la educación pre-escolar.

A. FORMA DE EMPRESA:

TIPO DE SOCIEDAD

Razón social	: “Casa Cuna Santa Anita” SAC
Tipo societario	: Sociedad Anónima Cerrada
Sector económico	: Servicios
Actividad económica	: Guardería y estimulación temprana.
Régimen tributario	: Régimen general
Impuestos	: IGV, Es salud, renta 3ra categoría, renta de 5ta categoría, retención de 4ta categoría.

“Casa Cuna Santa Anita” SAC vio como conveniente constituirse como una Sociedad Anónima Cerrada SAC por los siguientes motivos:

- a. El mínimo de accionistas es de dos (2) y máximo de veinte (20), en nuestro caso el número de accionistas será de cuatro (4), además las acciones no pueden ser inscritas en el registro Público del Mercado de Valores y por lo tanto nuestro patrimonio personal no está afecto.
- b. El capital social está representado por acciones y se integra a los aportes de cada uno de los socios. De los aportes: Está constituido por los aportes de los socios que constituyan los primeros activos con que la SAC. Inicia el desarrollo de las actividades económicas para las cuales fue creada en este caso el aporte total de los socios será de S/. 10,000.0 El capital social está integrado por los aportes de los socios, el mismo que está dividido en participaciones sociales.

B. BASE LEGAL

- Obligaciones de llevar planilla de pago D. Leg. N°681 de 14-10-1991. Modificado por la ley N°26612 de 21-05-1996.
- Reglamento interno de trabajo D.S. N°039.91-tr de 31-12-1991
- Compensación por tiempo de servicios TUO de la ley de compensación por tiempo de servicios, D.S. N° 001-97-TR de 01-03-1997
- Gratificaciones legales ley N° 25129 de 14-12-1989.
- Remuneración familiar ley N° 25129 de 04-12-1989
- Seguro de vida D. Leg. N°688 de 04-11-1991
- Permiso por lactancia materna ley N°27240 ley que otorga permiso por lactancia materna.

C. ANALISIS DEL ENTORNO

El país como vemos en la actualidad está creciendo económicamente, como también en valores, por eso sabemos que **“Casa Cuna Santa Anita Sac”** saldrá a competir con mayor confianza en el mercado, asimismo, ante la poca oferta de servicios de guardería en los alrededores del Gran Mercado Mayorista de Lima y el Mercado de Productores lo cuales no llegan a satisfacer las necesidades del mercado objetivo, conocedores de esta situación hacemos la inversión para dar trabajo y a la vez mejorar la calidad de vida de nuestros clientes, brindando un servicio de calidad a precio accesible. .

C.1. FUERZAS POLITICAS

- El estado establecerán un Programa Empezando a Trabajar, mediante el cual el estado financiara a alumnos de las universidades e institutos para la elaboración de sus planes y proyectos de inversión.
- Nuestro Gobierno dará facilidades para una titulación de activos en los registros públicos, para que las PYMES puedan usarlos como garantía en la búsqueda de créditos.
- Serán muy estrictos con la formalidad de las PYMES.
- Promoverán mecanismos sencillos de declaración y pago de impuestos para formalizar las PYMES.

C.2. FUERZAS SOCIALES

- En nuestra sociedad actual toda persona tiene deseo de superarse, trabajar, crecer, de salir adelante ya sea profesionalmente como también en lo personal, de ser unos buenos padres esto lleva a que cada vez seamos más exigentes al momento de buscar satisfacer nuestras necesidades.
- El crecimiento económico, y las necesidades laborales y culturales, han propiciado un tipo de estilo de vida, donde cada vez la mujer se encuentra más inserta en el trabajo fuera de casa, y donde las condiciones laborales y la competitividad obligan, en ocasiones, a tener

horarios cambiantes y desplazamientos que dificultan el ritmo de vida de algunas familias.

- Anteriormente, la familia era la célula fundamental de la sociedad, el sitio privilegiado donde la niña y el niño aprendían lo que necesitaban para su educación y socialización básica. Pero hoy, la familia ha perdido cierto protagonismo en esas funciones, quedando más en mano de la sociedad, a través de otros agentes sociales, como profesores/ as, educadores/ as, monitores/ as.

C.2.1. NECESIDADES DE LA SOCIEDAD ACTUAL Y RESPUESTAS OFRECIDAS DESDE LA GUARDERÍA

Las necesidades que actualmente se detectan en la sociedad y a las cuales las guarderías han tratado de dar respuesta, podríamos agruparlas en cuatro vertientes que se relacionan entre sí. Observemos:

C.2.1.1.Necesidades Laborales

Como ya hemos comentado, la mayor incorporación de la mujer al mundo del trabajo ha ocasionado que éstas tengan que buscar la manera de compatibilizar el desarrollo de su trabajo y el cuidado de los hijos e hijas. Generalmente ha sido la madre la encargada de permanecer con los hijos, mientras el padre realizaba la jornada laboral, aunque en algunos casos contados sea al revés, pero al aumentar el nivel de formación, también aumentan las aspiraciones del sujeto, en este caso de la mujer, por aprovechar la formación adquirida para desempeñar un puesto de trabajo remunerado, ya que la realización de las labores del hogar carecen de tal incentivo económico y reconocimiento social. Unido a esto, se presenta el hecho, de que moverse en una situación social y económica desahogada requiere de unos ingresos, muchos más fáciles de conseguir con más de un sueldo.

Además, cada vez es mayor el número de trabajos que requieren una formación continua de los trabajadores, los cuales necesitan de un tiempo extra, después de la jornada laboral, y ello implica menor tiempo para el cuidado de los hijos.

Las respuestas que ofrecen las guarderías ante estas necesidades, se encaminan hacia la posibilidad de contar con un horario amplio y flexible que pueda adecuarse a las necesidades de las familias, salvaguardando la posibilidad de que el niño establezca sus necesarias rutinas y hábitos, a través de un amplio repertorio de servicios.

C.3. FUERZAS TECNOLÓGICAS

Utilizaremos tecnología moderna.

- El uso actual de internet para realizar publicidad, de funciones de las actividades que realizara
- El uso de telecomunicaciones nos permitirá llegar a cada uno de nuestros clientes. En un mediano y largo plazo.

1.2 ANÁLISIS DE MERCADO

1.2.1. ANÁLISIS DEL SECTOR

“Casa Cuna Santa Anita”, está dirigido a los comerciantes y trabajadores del Gran Mercado Mayorista de Lima, los comerciantes y trabajadores del Mercado Productores, los trabajadores de la Empresa Municipal de Mercados, los trabajadores de los bancos aledaños, y población que vive en los alrededores del distrito de Santa Anita, que pertenecen a los estratos socio-económicos A, B y C, ya que residen y laboran en un mismo sector demográfico. Entre los clientes estarán personas con hijos, que trabajan exponiendo a sus hijos a posibles accidentes de tránsito por la existencia de alto tránsito vehicular y demás peligros que presentan los establecimientos de comercio mayorista, y los trabajadores de bancos y empresas que no tienen con quien dejar a sus menores hijos.

1.2.2. ESTIMACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL

1.2.2.1 Localización Geográfica De Los Clientes

La guardería **“Casa Cuna Santa Anita”**, estará ubicada en el distrito de Santa Anita, en la AV. La Cultura. Se escogió dicha zona debido a su ubicación estratégica, ya que después de una evaluación se pudo observar que es un lugar céntrico por encontrarse en una avenida muy transitada y se encuentra en un punto estratégico de nuestro mercado objetivo. Es un mercado donde no existe mucha oferta de servicios de guarderías infantiles y tenemos mucha demanda insatisfecha lo cual nos beneficiara pues podremos aprovechar dicha demanda insatisfecha.

1.2.2.2 Mercado Objetivo Y Tipo De Investigación

A. Mercado objetivo y ubicación de clientes potenciales

El mercado objetivo está conformado por padres de familia con hijos de 0-7 años de edad que tienen la necesidad de realizar diferentes tipos de actividades con un poder adquisitivo medio-alto, que pertenezcan a los estratos económicos A, B y C.

B. Tipo de investigación de mercados

Esta investigación será de tipo EXPLORATORIA ya que la misma tiene por objetivo la de situación-problema y con esto se identificarán las variables más importantes que afectarán directa o indirectamente el desarrollo del plan de negocios y así poder analizar las necesidades que puedan tener.

1.2.2.3 Recolección De Datos

A. Metodología de recolección de datos

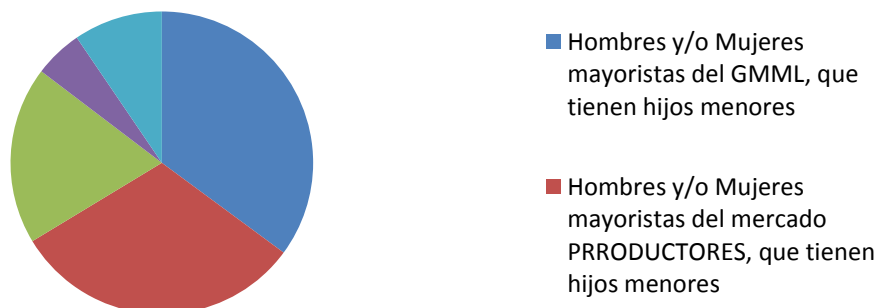
- Cuantitativa: Se realizaron encuestas donde se evaluaron: hábitos, frecuencias, preferencias, comportamientos y gustos. Estas se aplicaron principalmente por encuestas personales a madres de familia con niños de 0 a 7 años quienes son las principales autoras de nuestra información.
- Cualitativa: Se realizaron observaciones en los diferentes guarderías cercanas a nuestro segmento de mercado, se recolectaron datos sobre servicio al cliente, calidad en el cuidado de los niños, entre otras.

CUADRO N° 1: MERCADO POTENCIAL DE SANTA ANITA

(POBLACIÓN DE NIÑOS DE 0 A 7 AÑOS EN EL GMML)

CONCEPTO	NÚMERO Aprox. niños
Comerciantes en el GMML, con niños de 0 a 7 años	850
Comerciantes del mercado PRODUCTORES, con niños de 0 a 7 años.	756
Trabajadores de EMMSA (GMML), con niños de 0 a 7 años	460
Trabajadores de entidades bancarias de la zona, con niños de 0 a 7 años	125
Familias de zonas aledañas, con niños de 0 a 7 años	230

CUADRO N° 1: MERCADO POTENCIAL DE SANTA ANITA Número



Nuestro cliente potencial son los padres de 18 a 40 años de edad solteros con hijos, con un estado civil variable (casados(as), separados(as), divorciados(as), viudos(as)) que están dispuestos a salir profesionalmente y distraerse como toda persona los fines de semana con compañeros de trabajos o amigos de estudio de un socioeconómico A – B con un monto de ingreso de s/. 2,000.00 a s/. 5,000.00 soles diarios tratándose de mayoristas y de s/2,000 a s/7,000 mensuales tratándose de trabajadores dependientes, que tengan un estilo de vida muy atareada en su trabajo que puede ser de madrugada, tener un puesto muy importante en la empresa donde se encuentre laborando o no contar con horarios flexibles y además las que este ejerciendo conocimiento de su carrera. Y eso les lleva a no contar con tiempo disponible para la atención de sus hijos, y por ello optan por buscar un centro de cuidado de niños.

1.2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

1.2.3.1 *Competidores Actuales*

Nuestro mercado meta está conformado por guarderías, cunas, jardines, nido y pre-escolar ya que todos ofrecen el mismo tipo de servicio de cuidado de niños y aprendizaje.

1.2.3.2 *Los Competidores Potenciales*

Basado a nuestros servicios que vamos a brindar identificamos que solo existen competidores con la atención que se brinda de DIA, por lo que podríamos determinar que no tenemos competidores potenciales ya que ninguno de estas brinda ATENCION NOCTURNA.

1.2.3.3 *Producto O Servicios Sustitutos*

En esta industria del cuidado de niños (guarderías) el servicio está basado en la estimulación temprana, talleres, psicomotricidad donde el niño aprende e identifica sus necesidades y sentidos, donde la mayoría de centros de guardería utilizan el mismo concepto de servicio ofrecido, es por ello que “**Casa Cuna Santa Anita**”, se diferenciará en su servicio único en el mercado con ATENCION NOCTURNA, de la cual ningún centro de guardería ofrece. LOS CLIENTES: “**Casa Cuna Santa Anita**” SAC, maneja dos tipos de clientes, que son los siguientes:

CLIENTE OBJETIVO: LOS NIÑOS de 0-7 años de edad, ya que ellos son nuestra razón de ser.

CLIENTE POTENCIAL: LOS PADRES con visiones de superación profesional y en lo personal

Responder a las siguientes preguntas nos puede ayudar a conocer mejor a la competencia:

Lista de competidores:

- ALFONSO UGARTE Jr. Los Pinos 514, Tel:4780104
 - Inicial - Jardín Alto Los Ficus-Santa Anita
- AMIGOS DE JESUS Jr. Los Canarios 209, Tel:3621104
 - Inicial - Jardín -Santa Anita
- ANGEL DE LA GUARDA * Las Grullas, Tel:3621388

- Inicial - Jardín -Santa Anita
- ANGELITOS DE MARIA Calle María P De Bellido 896, Tel:3621766
 - Inicial - Jardín Universal-Santa Anita
- ANTONIO RAIMONDI Calle 7 Mz V Lote 21-22, Tel:
 - Inicial - Jardín San Carlos-Santa Anita
- APRENDIENDO Y JUGANDO * Monterrey Mz D Lote 8, Tel:3541093
 - Inicial - Jardín Monterrey-Santa Anita
- ARCANGELES Y QUERUBINES Jr. Los Jilgueros 372, Tel:
 - Inicial - Jardín -Santa Anita
- ARCANGELES Y QUERUBINES Jr. Los Jilgueros 372, Tel:
 - Inicial - Jardín -Santa Anita
- BENJAMIN FRANKLIN Av. Santa Ana 431 Mz A-32 Lote 40 - 41 -42, Tel:3548561
 - Inicial - Jardín -Santa Anita
- CESAR VALLEJO Av. José Carlos Mariátegui 500, Tel:3830357
 - Inicial - Jardín Universal-Santa Anita
- CETTI Jr. Las Golondrinas N° 387 , Telf.: 788-4626/ 989-224438
 - Centro Estimulación Temprana, Guardería A 3 Cdras del Ovalo Santa Anita)
- CESAR VALLEJO DE LAS PRADERAS Jr. Las Moras S/N Mz F Lote 8-33-34, Tel:3545382
 - Inicial - Jardín Las Praderas-Santa Anita
- CULTURA NASCA Av. Huancaray Mz L Lote 3-7, Tel:3530828
 - Inicial - Jardín San Carlos-Santa Anita
- DIEGO THOMSON Av. Colectora Mz LI Lote 8, Tel:3545820
 - Inicial - Jardín Sol De Santa Anita-Santa Anita
- DIEGUITO THOMSON Jr. Avutardas 571, Tel:
 - Inicial - Jardín -Santa Anita
- DIVINO MAESTRO Jr. Los Aymaras 233, Tel:99907348
 - Inicial - Jardín Andahuaylas-Santa Anita
- DON BOSCO Jr. Los Robles 101, Tel:3621583
 - Inicial - Jardín Alto Los Ficus-Santa Anita

1.2.4. ANÁLISIS DE LA VENTAJA COMPETITIVA

Nuestras estrategias se refieren a la forma como la organización alcanzan sus objetivos, sólo tenemos cuatro opciones para ingresar al mercado o mantenernos en él. Estas son: Estrategia de liderazgo en costos, Estrategia de diferenciación, Estrategia de enfoque en costos, Estrategia de enfoque en diferenciación. **“Casa Cuna Santa Anita” SAC**, ha seleccionado dos tipos de estrategias para alcanzar sus objetivos: Estrategia de enfoque en costos:

- Tener un precio medio de la competencia con la diferencia en la calidad del servicio, es decir, nuestros precios no serán mayores ni menores al de la competencia, sino un precio accesible pero brindando un alto grado de calidad en el servicio.
- Mantener la imagen de la empresa mediante una publicidad no muy costosa y a la vez que sea efectiva para lograr transmitir el mensaje del negocio.
- Buscaremos los implementos y materiales de un costo moderado pero a la vez que cumplan los estándares de calidad que serán manipulados por los niños. Estrategia de enfoque en diferenciación:
- La fortaleza o diferenciación de **“Casa Cuna Santa Anita”**, es el servicio de atención nocturna ya que en una investigación de estudio de mercado se encontraron guarderías que solo brindan el servicio común que es de día y nosotros encontramos una oportunidad de negocio en encontrar la necesidad de que algunos padres no tienen donde dejar sus hijos mientras tienen que realizar sus labores en horarios de noche donde existe una gran probabilidad de éxito.
- En un tiempo no mayor de dos años estaremos lanzando un servicio adicional para nuestros clientes, este servicio es llamado como CANGURO A DOMICILIO, que será brindado para aquellos padres que tienen la dificultad de ir hasta nuestro local a dejar a sus hijos o simplemente se les hace más seguro y fácil que un personal calificado de nuestra organización vaya a su hogar para cuidar a sus hijos mientras sale a divertirse por la noche o trabaje de amanecida, etc.

FUENTES GENERADORAS DE VENTAJA COMPETITIVA

Nuestras ventajas competitivas para la guardería **“Casa Cuna Santa Anita”** nos ayudaran a poder tener éxito en el logro de nuestros objetivos establecidos, son las siguientes:

- Tendremos una ubicación privilegiada con ambientes muy agradables y espaciosos.
- Compraremos implementos de marcas que cuentan con certificación sanitaria de la dirección general de salud ambiental (DIGESA) de no toxicidad que nos ofrecen nuestros proveedores, obteniendo juguetes elaborados con materia prima de alta calidad lo cual hace que sean durables y confiables para nuestra organización.
- Crearemos una fuerza laboral con talento en el cuidado de niños y totalmente comprometida a transmitir la imagen que la empresa quiere dar a conocer en el mercado.
- Nuestros Horarios serán flexibles para que nuestros clientes no tengan ninguna dificultad en dejarnos con la responsabilidad de cuidar a su tesoro que son sus hijos.
- Motivar el desarrollo de niños (a) menores de 6 años mediante una atención integral y de calidad

1.3 ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS (ANÁLISIS FODA)

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Un valor agregado en brindar un servicio nocturno de guardería. - Contaremos con una infraestructura totalmente adecuada y decorado. - “Casa Cuna Santa Anita” S.A.C. contara con un ambiente amplio, en una zona donde se favorece por su poco nivel de competencia cercana y por estar en una av., muy céntrica y cercana al centro de labores de nuestro público objetivo. - Adecuada vigilancia para los niños a través de sistemas sofisticados como cámaras de vigilancia, participación de los padres, basándose en un futuro muy cercano. - Capital humano calificado Personal y continuamente capacitado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Una creciente valoración de los aspecto educativos por parte de los padres - Desarrollo de nuevos servicios (ATENCIÓN NOCTURNA). - Posibilidad de aumentar la participación aún más - Mejor nivel de cuidado y atención a los niños - Crecimiento económico en el mercado local - Mayor desenvolvimiento de los menores frente a la sociedad - Desarrollo nacional, somos un país con posibles futuros emprendedores - Contar con cartera de clientes
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de confianza por parte de nuestros clientes potenciales. - El alto costo de inversión en publicidad impide que centros de guardería no realicen actividades por los medios publicitarios. - Precios relativos bajos frente a la competencia - No contar con un LOCAL PROPIO. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existencia previa de otros centros con el mismo servicio como jardines, cunas y nidos. - Cambio de gobierno, basado en su plan de gobierno. - Las culturas de las familias que limitan la contratación de nuestros servicios con sus inquietudes de desconfianza con personas que en principio "no conocen". - Desconfianza de la sociedad ante este nuevo servicio de ATENCIÓN NOCTURNA. - Rivalidad con los competidores más cercanos por la participación del mercado. - Poco interés de los padres acerca de las guarderías nocturnas

1.4 ESTABLECIMIENTO DE UNA DIRECCIÓN PARA EL NEGOCIO: *VALORES, VISIÓN Y MISIÓN DEL NEGOCIO*

VISIÓN

“Ser un servicio de alta calidad e Innovadora diferenciándose en su servicio nocturno y especializada en el desarrollo emocional y social mediante la actualización de sus actividades, común equipo de trabajo personalizado buscando mejora continua en el cuidado infantil”.

MISIÓN

“Somos una empresa dedicada al servicio de guardería con un servicio eficaz, eficiente e innovador bajo un ambiente acogedor y cordial que brinda diversión, seguridad, amabilidad y confianza”

VALORES

“***Casa Cuna Santa Anita***”, tiene muy presente que los valores dentro de la organización es sumamente importante, es por ello que seleccionamos los más resaltantes y a la vez importante para nosotros, transmitiéndolo mediante nuestro servicio que brindaremos a nuestros clientes entre ellos están:

- ***CONFIANZA***: Hacer que los padres pierdan ese temor de dejar a sus hijos, creando un ambiente agradable entre el cliente y la organización.
- ***SEGURIDAD***: Dar una tranquilidad asegurada mientras que los padres están dejando a sus hijos en nuestras manos cuidándolos dentro y fuera de nuestro local.
- ***AMABILIDAD***: Ser cordial y tener talento de trabajar en compañía de niños y comunicarse bien con adultos nos permitirá crecer con éxito.
- ***DIVERSION***: Aprender y entretenernos, crecer jugando y educándose a la vez.
- ***HONESTIDAD***: Ser siempre sincero con nuestros clientes nos permite actuar con transparencia, confianza e igualdad.
- ***IDENTIFICACION***: Sentirse parte de un mundo ideal, que la familia forme parte de la organización, estar orgulloso del lugar de trabajo y

cuidar nuestra imagen como organización especializada en el cuidado infantil.

- **RESPONSABILIDAD:** Cumplir con nuestra misión de cuidar y proteger a los niños mientras estén bajo nuestra responsabilidad llegando contentos y sanos de regreso a casa.
- **COMPROMISO:** Llevamos la camiseta de la excelencia y el éxito que hacemos que nuestros niños formen parte de nosotros mismos brindándoles amor.
- **PASION:** Hacer las cosas con amor y cariño dando el 100% de nuestro esfuerzo y compromiso en cuerpo, mente y alma en el cuidado infantil.
- **RESPECTO Y HUMILDAD:** Tratar a los demás como queremos ser tratados, atendiendo con cortesía al público y a mis compañeros estando dispuestos a aprender de nuestros errores.
- **EXCELENCIA EN EL SERVICIO:** Tener empatía y tener un buen sentido del humor te permite atraer a nuevos clientes y brindar el mejor servicio y atención al cliente.
- **UNION:** Trabajar en equipo y comunicarnos respetuosamente para alcanzar metas comunes.
- **ALEGRIA:** Propiciar el entusiasmo y dar nuestra mejor sonrisa, sentirnos felices en nuestro trabajo.
- **INNOVACIÓN:** Buscar, imaginar, crear, enseñar y deleitar libertad para expresar nuestras ideas.

1.5 ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS

En esta sección debemos definir *cómo* vamos a llevar nuestros productos hasta los clientes. ¿Los vamos a entregar directamente o utilizaremos terceros (distribuidores)? ¿Cómo vamos a dar a conocer nuestro producto? ¿Realizaremos una campaña agresiva de promoción? ¿Qué aspectos debemos tener en cuenta para asignar un precio a nuestro producto?

1.5.1 ESTRATEGIA DE SERVICIO

Nuestras estrategias se refieren a la forma como la organización alcanzan sus objetivos, sólo tenemos cuatro opciones para ingresar al mercado o mantenernos en él. Estas son:

1. Estrategia de liderazgo en costos,
2. Estrategia de diferenciación,
3. Estrategia de enfoque en costos,
4. Estrategia de enfoque en diferenciación.

“Casa Cuna Santa Anita”, ha seleccionado dos tipos de estrategias para alcanzar sus objetivos:

A.- Estrategia de enfoque en costos:

- Tener un precio medio de la competencia con la diferencia en la calidad del servicio, es decir, nuestros precios no serán mayores ni menores al de la competencia, sino un precio accesible pero brindando un alto grado de calidad en el servicio.
- Mantener la imagen de la empresa mediante una publicidad no muy costosa y a la vez que sea efectiva para lograr transmitir el mensaje del negocio.
- Buscaremos los implementos y materiales de un costo moderado pero a la vez que cumplan los estándares de calidad que serán manipulados por los niños.

B.- Estrategia en servicios que brindamos como:

- Psicomotricidad.
- Juegos dramáticos, literarios y musicales, Experimentos, Exposiciones

- Talleres de: cocina, Taller de Danzas Folklóricas, Tae Kwon Do, Plan Lector, reciclado.
- Lonchera Sana
- Guardería
- Proyectos
- Salidas y paseos
- Reuniones, asambleas, talleres para padres
- Evaluaciones Psicológicas.
- Enseñanza Integral Basada en el Enfoque Educativo Montessori
- Método Personalizado y Vivencial
- Material Especializado y concreto
- Desarrollo de las inteligencias múltiples.
- Ambientes preparados para el auto-aprendizaje.
- Educación en Valores

1.5.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

PRECIO

De acuerdo a la investigación y a la fijación de precios del mercado hemos llegado a la conclusión que nuestro precio no estará elevado al de la competencia ni por debajo de ella, nos mantendremos en un precio promedio-medio del mercado, lo cual será estimado por horas.

- ATENCION S/. 7.00

TABLA DE COMBINACIONES ENTRE CALIDAD Y PRECIO

PRECIO	CALIDAD ALTA	CALIDAD MEDIA	CALIDAD BAJA
PRECIO ALTO	Estrategia de recompensa	de Estrategia de margen excesivo	Estrategia de robo
PRECIO MEDIO	Estrategia de calidad alto	Estrategia de valor medio	Estrategia de falsa economía
PRECIO BAJO	Estrategia de súper valor	Estrategia de buen valor	Estrategia de economía

De acuerdo a la tabla de combinaciones, **Casa Cuna Santa Anita** ha seleccionado la estrategia de calidad alta por lo que tiene un PRECIO - MEDIO al de la competencia y está dispuesto a brindar una guardería de alta calidad.

- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio bajo, para que, de ese modo, podamos lograr una rápida penetración, una rápida acogida, o podamos hacerlo rápidamente conocido.
- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio alto, para que, de ese modo, podamos aprovechar las compras hechas como producto de la novedad.
- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio alto, para que, de ese modo, podamos crear una sensación de calidad.
- Reducir el precio de un producto, para que, de ese modo, podamos atraer una mayor clientela.
- Reducir los precios por debajo de los de la competencia, para que, de ese modo, podamos bloquearla y ganarle mercado

1.5.3 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

De acuerdo con las promociones nombradas aquí detallaremos las principales promociones que se realizarán durante nuestros primeros meses.

- **Programa De Fidelidad:** Este programa consiste en la elaboración de control de asistencia por 3 días a la semana con duración de 3 meses para poder obtener la consulta gratis del psicólogo y/o nutricionista (duración de 30 minutos), para un buen crecimiento de sus hijos.
- **Relaciones Públicas:** El Programa de Arborización de su distrito llevando a nuestros niños para que se capaciten en lo importante que es cuidar nuestro medio ambiente.
- **Marketing Directo:** internet Mi mundo ideal cuenta con un medio de comunicación a través del internet mediante el Facebook, pagina web, páginas amarillas que llegaremos directamente con el consumidor.
- **El Merchandising:** Obsequiar a los clientes artículos publicitarios tales como lapiceros, llaveros y cartucheras, que llevarán el logo de la marca, a parte que tendremos una buena decoración del local, con una

disposición de espacios, una buena iluminación, una buena distribución del mobiliario, un buen uso de los colores, y un personal calificado brindando en conjunto un servicio de alta calidad.

“**Casa Cuna Santa Anita**” SAC, busca atraer en su lanzamiento al mercado una aceptación de nuestros servicios al público objetivo y así ganarnos su atención y curiosidad por formar parte de nuestra organización a través de las siguientes propuestas de promoción y publicidad.

- FIDELIZAR a nuestros clientes con una consulta gratis del NUTRICIONISTA Y/OPSILOGO (de acuerdo a sus necesidades) por traer a sus hijos a nuestra guardería durante un periodo de 3 días a la semana durante los 3 primeros meses.
- Contaremos con nuestros personajes propios para la elaboración de nuestros talleres dinámicos para los niños que se dará una vez al mes.
- Celebraremos los cumpleaños de nuestros niños al término del mes que estén festejando, mediante una coordinación con los padres de familia en nuestro local.
- Plantearemos visitas de juegos fuera del local como al coney park, la granja villa, parque de las leyendas entre otros juegos recreacionales, así como también las visitas a museos.(solo para el turno mañana)
- Alianzas con Animaciones infantiles que promocionan nuestra organización
- Crearemos un muñeco para que el niño nos distingan

Publicidad “**Casa Cuna Santa Anita**”, utilizara una publicidad no muy costosa en sus dos primeros trimestres ya que solo se dedicara a sobresalir por sus principales atributos:

- Folletos, volantes
- Anuncio en los periódicos, y páginas amarillas
- Web: <http://www.CasaCunaSantaAnita.com//>
<http://www.CasaCunaSantaAnita.cc.co> Facebook / Twitter / net log / Blog
- Revista Casa Cuna Santa Anita (futuro)

- **PRESUPUESTO PARA PAGINA WEB**

Empresa: CR SOLUCIONES

Costo: S/ 480.00 anuales

Web: www.cr-soluciones.comwww.CasaCunaSantaAnita.com

Diseño de la web s/ 150.00 único pago

1.5.4 Estrategia de plaza (distribución)



Como se visualiza en el grafico podemos ver que **Casa Cuna Santa Anita** va directamente al consumidor sin ninguna escala o agente para su distribución del servicio ya que eso es una ventaja que nos da el beneficio de disminuir costos.

1.5.5. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

ESTRATEGIA DE ATRACCION:

“**Casa Cuna Santa Anita**” busca atraer a sus clientes y para ello se ha diseñado su página web que será usado como medio electrónico para poder llegar hacia ellos por medio de spot publicitario por la web, con una respuesta inmediata al cliente de acuerdo a sus inquietudes o consulta que pueda presentar frente a nuestros servicios.

ESTRATEGIA PSICOLOGICOS:

Esta cuenta con la motivación del cliente por el envío de cartas o tarjetas de saludo ya sea por celebración de cumpleaños del padre o de su hijo, así como también por algún buen desempeño de su hijo, de la cual nos servirá para preguntarle qué tal le está sintiendo con nuestro servicio brindado a sus hijos durante las primeras semanas de uso. De este modo, no solo le haríamos sentir al cliente que nos preocupamos por él, sino que también podremos conocer sus impresiones frente a nuestro servicio y si es posible saber en qué aspecto deberíamos mejorar.

ESTRATEGIA DE SEGURIDAD:

Es lo principal e importante de toda nuestra organización, es por ello que mediante esta estrategia otorgaremos garantía al cliente por dejar a sus hijos en manos de profesionales calificados con nuestro sistema de vigilancia monitoreada.

ESTRATEGIA DE SERVICIO AL CLIENTE O POSTVENTA

Aquí identificamos una serie de ventajas competitivas que nos diferencian de los competidores, ya sea por la creación de un nuevo servicio (atención nocturna) o por la buena ubicación del local pero para llegar a la mente del consumidor hemos optado por los más resaltantes.

1.5.6. POSICIONAMIENTO A TRAVES DEL NOMBRE

“Casa Cuna Santa Anita” es un nombre cuyo significado es claro y preciso para el ámbito de la educación inicial de nuestros niños, es muy fácil de recordar y de mencionar ya sea por los padres de familia pero es más interesante si los niños son quienes más los mencionen ya que es por ellos que los padres toman confianza frente a personas que no conocen en un principio al ver a sus hijos muy felices de que los dejen en una guardería mientras ellos realizan sus actividades y así puedan ir tranquilos. El nombre de la guardería estará siempre escrita y nombrada en todo momento ya sea en los volantes, en la puerta principal del local, en nuestra página web entre otros medios publicitarios ya mencionados, aparte que se ha escogido colores fuertes que llamen la atención en nuestro logotipo.

1.5.7. POSICIONAMIENTO POR ATRIBUTOS ESPECIFICOS

Para esta estrategia escogimos solo a aquellos atributos más resaltantes e importantes que queremos dar a conocer siempre a nuestros clientes como son: CONFIANZA: la atención de nuestro personal desde el momento que ingrese el padre de familia a pedir información de nuestros servicios será muy agradable y cordial como primer impacto de comunicación con ellos para que se pueda sentir cómodo ya que son clientes muy exigentes en la buena

atención. Profesionales calificados: nuestro departamento de Recursos Humanos plantea el perfil de cargo con el objetivo de tener un rango de características necesarias que debe tener nuestro personal para una buena educación y sobre todo un buen cuidado infantil haciéndolo sentir al niño querido, importante y sobre todo necesario para su familia y para la sociedad, por medio de ellos transmitir a los padres de familia que sus hijos son bien cuidados en nuestra organización.

1.5.8 SEGURIDAD

Tecnología moderna: Vigilancia Monitoreada: Se contara con una cámara de vigilancia interactuada que capte tantas imágenes como también de audio. En el que se monitoreara el tiempo que sea necesario para poder ser explícito el cuidado de los menores, Pues nos ayudara a monitorear constantemente los precisos momentos de cómo los niños se divierten y son atendidos en “**Casa Cuna Santa Anita**” SAC moderna tecnología para la tranquilidad por parte de los padres pues podrá ver que hacen sus niños desde su centro de trabajo o tan solo conectándose a una PC con conexión a internet a través de un ID y contraseña proporcionado por el servidor de RECMA. Esto permitirá vigilarlos en toda ocasión aparte que nuestro personal está sumamente orientado a brindar un servicio de cuidado y vigilancia.

1.5.9 CALIDAD

Es nuestro principal atributo dentro de ello tenemos distintivos tipos que son: **Calidad en el servicio:** consiste en la buena atención ya sea cordial, amable, con respeto y mucho énfasis para cualquier tipo de comunicación ya sea con los padres o con los niños. La limpieza del local estará impecable ya que serán diariamente revisados por el encargado de limpieza y por administración. **Calidad en el aprendizaje:** ofrecemos estimulación para los más pequeños que recién están aprendiendo a conocer su entorno, psicomotricidad para que puedan reforzar su nivel de inteligencia y destreza, así como también sección de juegos que hará que no sean tímidos frente a otros niños y así aprendan a

desenvolverse, aprendiendo lo que es trabajar en equipo y lo muy importante de hacer amigos. Calidad en el personal a cargo: Nuestro personal altamente capacitado y profesional en el cuidado infantil, con experiencia y dedicación, todo lo que sea necesario para que sus niños reflejen un mejor enfoque a lo que queremos “niños felices”.

Nuestro indicador de cumplimiento de personal se da según la opinión y satisfacción de los padres de familia y los niños. Calidad en los suministros (juguetes): en este punto El sistema de calidad que usaremos será en base a los juguetes, insumos que usaremos dando a conocer que estos serán de una calidad no toxica a pesar de tener colores llamativos con proveedores que tengan un nivel de atención correcta y productos de calidad superior.

1.5.10. SERVICIO INNOVADOR: ATENCION NOCTURNA

Se dará a conocer desde el inicio del negocio a los padres de familia de este servicio innovador como para que tengan presente que en un futuro lo puedan utilizar, pero será implementado en el 6to mes de apertura del negocio, siendo así la primera guardería que brindara este servicio para aquellos padres que no tengan con quien dejar a sus hijos en horario de noche para poder realizar sus diferentes actividades.

1.6 ANÁLISIS DEL PROCESO PRODUCTIVO⁴

En esta etapa se definirán los elementos con los que debe contar la futura empresa para realizar sus actividades de producción o de servicio.

1.6.1 DISEÑO DEL PRODUCTO O DEL SERVICIO

Guardería “Casa Cuna Santa Anita”, brindara horarios flexibles para la comodidad de nuestros clientes y como parte de nuestra diferenciación al del mercado cada horario estará denominado con un significativo y creativo nombre para una mejor recordación de nuestros horarios que son los siguientes:

- **Turno Mañana** “SALIDITAS DE SOL” (8:00 am – 12:00 pm)
- **Turno Tarde** “HORA DE LA LECHESITA” (1:00 pm – 5:00 pm)
- **Turno Nocturno** “UNA NOCHE SIN PAPIS” (a partir de las 6:00 pm hasta las 7:00 am)

A.- DESCRIPCION DE TURNO MAÑANA: “SALIDITAS DE SOL”

Este servicio consiste en un horario de 8:00am a 12:00pm, donde se realizaran varias secuencias de entretenimiento, Realizaremos lectura de cuentos, canto de canciones, secciones de juegos, estimulaciones, psicomotricidad, un pequeño break alimenticio y su pequeña siesta hasta que el padre de familia venga por su hijo.

- Ingreso al centro de cuidado: 8:00 am
- Saludo de bienvenida: 8:30 a 9:00 am
- Estimulación: 9:00 a 10:00am
- Psicomotricidad: 10:00 a 11:30am
- Canto de canciones: 11:30am a 12:pm
- Break alimenticio: 12:00 a 1:00pm
- Lectura de cuentos: 1:00 a 2:00pm
- Pequeña siesta: 2:00 a 4:00 pm
- Sección de juegos: 4:00 a 5:00pm

B.- DESCRIPCION DEL TURNO TARDE: “HORA DE LA LECHESITA” (1:00 a 5:00pm)

Este servicio consiste en un horario de 1:00am a 5:00pm, donde se realizaran varias secuencias de entretenimiento Realizaremos lectura de cuentos, canto de canciones, secciones de juegos, estimulaciones, psicomotricidad, un pequeño break alimenticio y su pequeña siesta hasta que el padre de familia venga por su hijo.

- Ingreso al centro de cuidado: 1:00pm
- Saludo de bienvenida: 1:30 a 2:00 pm
- Estimulación: 2:00 a 3:00pm
- Psicomotricidad: 3:00 a 4:30am
- Sección de juegos: 4:30 a 5:00pm

C.-DESCRIPCION DEL TURNO NOCHE: “UNA NOCHE SIN PAPIS”

El servicio consiste en un cuidado más delicado y de mayor seguridad para los niños, el horario consiste a partir de las 6:00pm hasta la hora que el padre nos diga que quiere que se quede su hijo y él lo venga a recoger. Está dirigido para aquellos padres fiesteros, que tengan un trabajo de amanecida o alguna actividad nocturna. Sección de juego, break alimenticio, sección de cuentos e imaginación, sesión de relajación y su siesta.

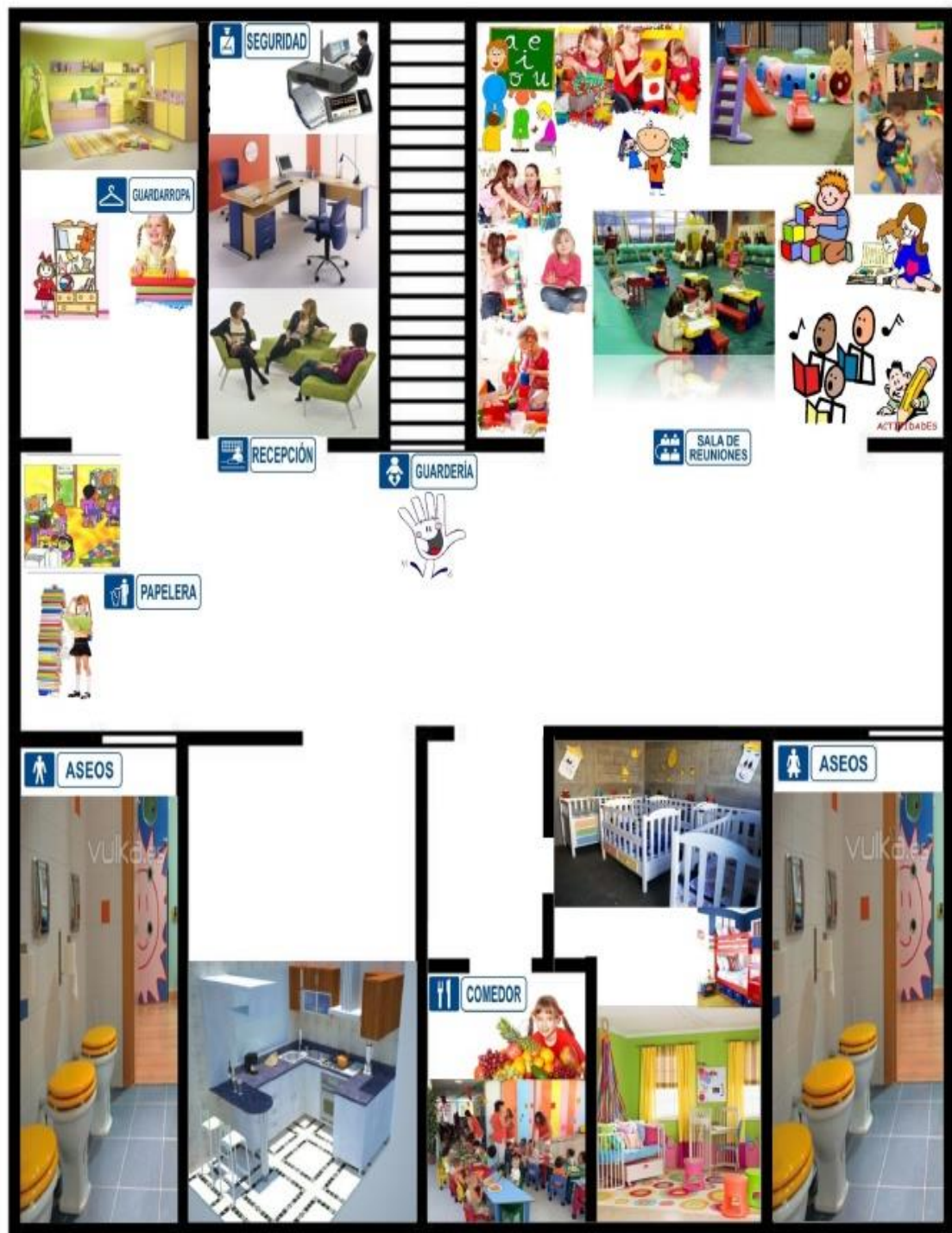
- Ingreso al centro de cuidado: a partir de las: 6:00pm
- Canto de canciones: 6:30 a 7:00pm
- Break alimenticio: 7:00 a 8:00pm
- Lectura de cuentos y pijamas: 8:00 a 8:30pm
- Hora de la leche y la Soñando con papis: 8:30pm

1.6.2 PROCESO OPERATIVO

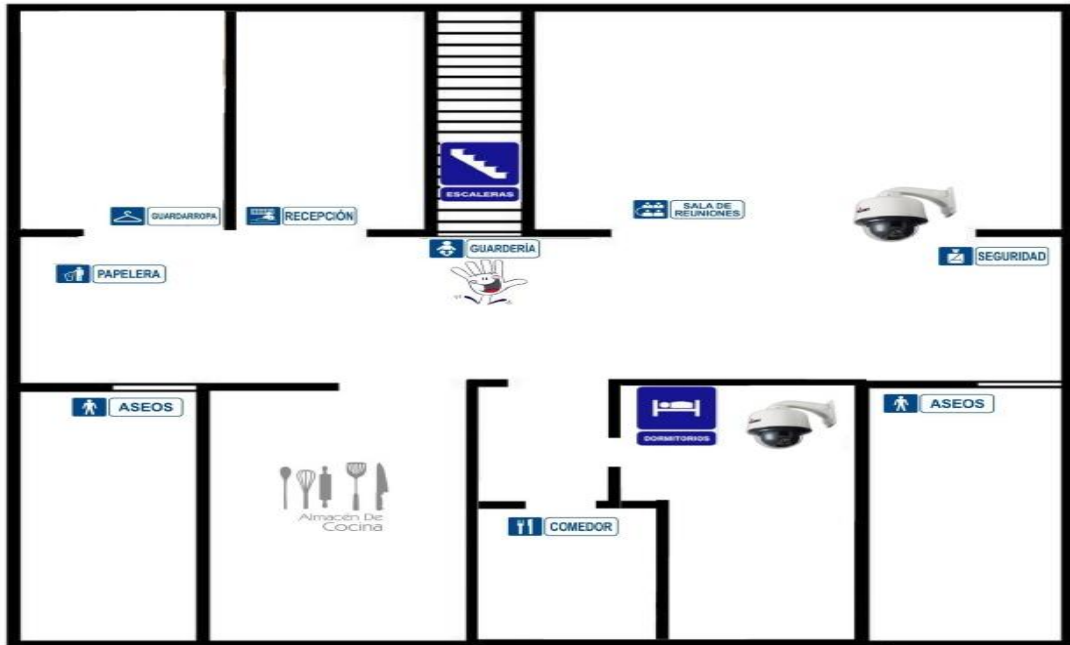
Para poner en marcha una guardería debemos tener una buena infraestructura. En esta etapa también debemos poner atención en un tema de creciente importancia: los aspectos ambientales.

1.6.3 DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO EN EL ÁREA DE TRABAJO

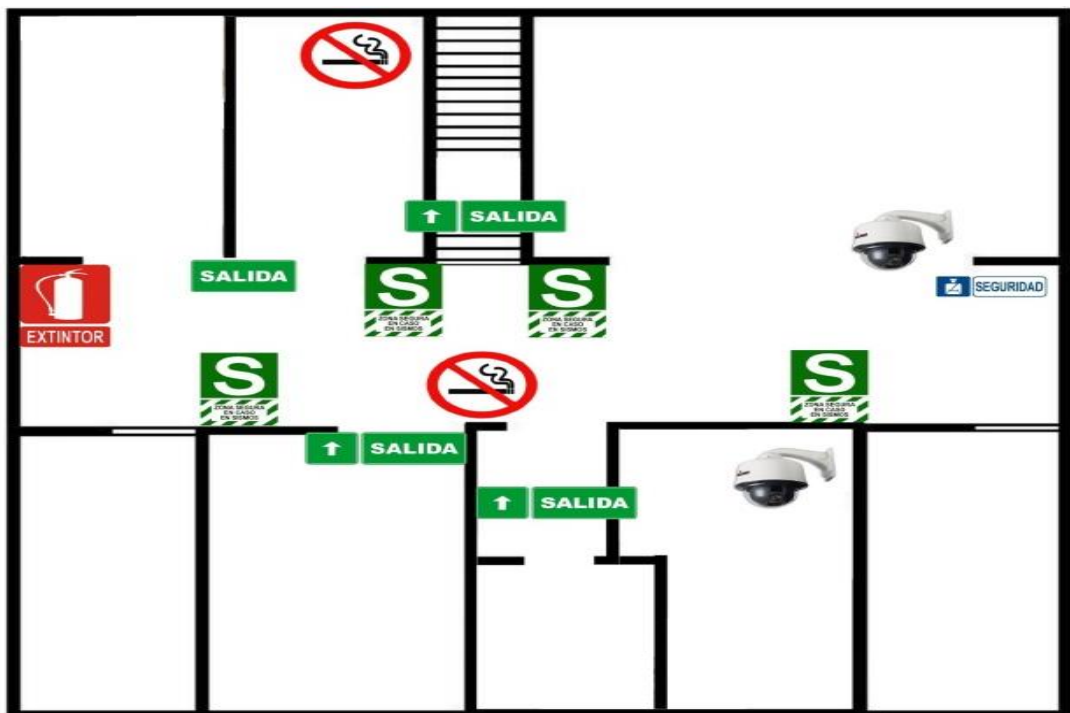
En la siguiente figura veremos las subdivisiones que se crearan en el ambiente para tener un mejor control de las áreas de actividades planteadas y como se desarrollarían estas



En este flujo grama diferente vemos el control y cómo será la movilización con la señalización del ambiente.



El siguiente flujo grama se ve a detalle de las normas de seguridad que se planteara en el local para un mejor uso de este.



La distribución en planta tiene dos intereses:

a) Interés económico: Aumentar la producción, reducir los costos y satisfacer al cliente mejorando el servicio y el funcionamiento de la empresa.

b) Interés social: Dar seguridad al trabajador y satisfacer al cliente.

Hacer una buena distribución del área de trabajo es importante porque permite:

- Disminuir las distancias que deben recorrer los materiales, las herramientas y los trabajadores.
- La utilización efectiva del espacio disponible según la necesidad.
- Brindar seguridad al personal y disminuir los accidentes.
- Definir la localización de sitios para la inspección.
- El mejoramiento de las condiciones de trabajo.

Para una adecuada distribución, debemos seguir, entre otros, los siguientes criterios:

1. Funcionalidad: Que las cosas se sitúen donde puedan ser efectivamente trabajadas.

2. Economía: Ahorro en distancias recorridas y utilización plena del espacio.

3. Flujo: Permitir que los procesos se den continuamente y sin tropiezos.

4. Comodidad: Crea espacios suficientes para el bienestar de los trabajadores y el traslado de los materiales.

5. Buena iluminación: No debemos descuidar este elemento, que varía según cada labor específica.

6. Buena ventilación: Indispensable en procesos que demanden una corriente de aire, ya que comprometen el uso de gases o altas temperaturas, etc.

7. Accesos libres: Hay que permitir el tráfico sin tropiezos.

8. Flexibilidad: Es necesario prever cambios futuros en la producción que demanden un nuevo ordenamiento de la planta.

9. Seguridad: Hay que garantizar el cumplimiento de normas de seguridad que eviten que las personas, el equipo, el material, la infraestructura y el medio ambiente sufran accidentes.

1.6.4 CÁLCULO DE MATERIALES

Calcular la cantidad de materia prima e insumos requeridos posibilita garantizar un buen equipamiento en la guardería.

Cuadro N° 2: Materia prima

CUADRO N° 2: MATERIALES NECESARIOS PARA LA ATENCIÓN DE UNA GUARDERÍA	
Materia Prima e Insumos	CaNtidad y unidad
JUGUETES	150
JUEGOS DIDÁCTICOS	60
PAÑALES	500
BOTIQUIN	10
COLCHONETAS	50
SABANAS	200
FRAZADAS	200

La cantidad de materiales está determinada por el total necesario para producir cierto número de clientes que puede estar definido por un pedido o la proyección de ventas que calculamos alcanzar durante la siguiente semana, mes, etc. Se debe elaborar una lista de los requerimientos estimando la cantidad (en kilos, metros, unidades, etc.).

Cuadro N° 3: Materia Prima necesaria para atención de 150 niños

CUADRO N° 3: MATERIA PRIMA NECESARIA PARA LA ATENCIÓN DE 150 NIÑOS			
Materia prima e insumos	Cantidad por unidad	Unidades por niño	Necesidad de materiales
JUGUETES	150	1	UNIDADES
JUEGOS DIDÁCTICOS	60	0.5	UNIDADES
PAÑALES	500	1	UNIDADES
BOTIQUIN	10	1	UNIDADES
SABANAS	200	1	UNIDADES
FRAZADAS	200	1	UNIDADES

1.6.5 DETERMINACIÓN DE GASTOS Y FINANCIAMIENTO

Así como hemos calculado la materia prima y los insumos que necesitamos comprar, debemos determinar las máquinas, equipos y herramientas con los que debemos contar para elaborar el producto o brindar el servicio que hemos definido como nuestra oportunidad de negocio. Este cálculo se debe hacer en función del diagrama de operaciones en proceso que hemos diseñado y de la cantidad de producción regular de la empresa, tomando en cuenta los siguientes criterios:

1.6.5.1 Para las máquinas, muebles, equipos y gastos fijos

- Definir aquellas operaciones que se harán manualmente y aquellas en las que se usarán máquinas.

Cuadro N° 4 Máquinas y equipos necesarios para la guardería.

CUADRO N° 4: MÁQUINAS, MUEBLES Y EQUIPOS NECESARIOS PARA LA ATENCIÓN EN LA GUARDERÍA	
Muebles y equipos	Cantidad y unidad
CUNAS	120
COLCHONES	120
ANDADORES	30
MESAS DIDACTICAS	10
PIZARRAS ACRILICAS	5
ESTANTES	15
COMPUTADORA	1
IMPRESORA	1
TELEVISOR	2
DVD	2
COCINA	1
MICROONDAS	3
MAQUINA ESTERILIZADORA	1
REFRIGERADORA	2
LAVADORA	1
SECADORA	1

Cuadro N° 5 Gastos fijos

CUADRO N° 5: GASTOS FIJOS	
ALQUILER DE LOCAL	5,000.00
LUZ	1,200.00
AGUA	500.00
TELEFONO	100.00
CABLE	100.00
INTERNET	100.00
PERSONAL	22,200.00
TOTAL	29,200.00

1.6.5.2 Para asignación de personal

Cuadro N° 6: Cuadro de Asignación de Personal.

A estas alturas, ya estamos en condiciones de preparar la Estructura de Inversión y Financiamiento

CUADRO N° 6: CUADRO DE ASIGNACIÓN DE PERSONAL			
Cargo	Cantidad	Pago mensual	Gasto total
ADMINISTRADOR	1	2,500.00	2,500.00
PSICOLOGA	1	2,200.00	2,200.00
ENFERMERA	2	1,500.00	3,000.00
NIÑERA	8	1,200.00	9,600.00
PERSONAL DE MANTENIMIENTO	3	900.00	2,700.00
SEGURIDAD	2	1,100.00	2,200.00
TOTAL			22,200.00

1.6.5.3 Estructura de la inversión y financiamiento

CUADRO N° 7: ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO			
DESCRIPCIÓN	APORTE PROPIO	APORTE FINANCIERO	INVERSIÓN TOTAL S/.
Activos Fijos	30,000.00	31,350.00	61,350.00
Capital de Trabajo		29,200.00	29,200.00
TOTALES S/.	30,000.00	60,550.00	90,550.00
PROPORCIÓN	33.13%	66.87%	100.00%

1.6.5.4 Gastos pre operativos

CUADRO N° 8: GASTOS PREOPERATIVOS	
Total	1540
Licencia de Funcionamiento	320
Gastos de Constitución Legal	800
Licencia de avisos	100
Estatutos	320

1.7 ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

Para saber si el negocio es rentable o no es necesario proyectar sus ingresos y egresos, es decir, si dará ganancias sobre el capital invertido y a cuánto ascenderán.

1.7.1 PRESUPUESTO DE VENTAS E INGRESOS

CUADRO Nº 8: PRESUPUESTO DE VENTAS E INGRESOS: SERVICIO DE GUARDERIA DE NIÑOS DE 0 A 7 AÑOS													
Periodo	Total	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
SERVICIO DE GUARDERIA	69,000	3,000	3,300	3,600	3,900	5,100	6,000	6,600	7,500	7,500	7,500	7,500	7,500
INGRESOS	S/. 483,000	S/. 21,000	S/. 23,100	S/. 25,200	S/. 27,300	S/. 35,700	S/. 42,000	S/. 46,200	S/. 52,500	S/. 52,500	S/. 52,500	S/. 52,500	S/. 52,500

1.7.2 PRESUPUESTO DE COSTOS

CUADRO Nº 12: PRESUPUESTO DE COSTOS*						
Rubro	Unidad de Medida	de Unidades requeridas	Valor Unitario	Costo Total (S/.)		
				Fijo	Variable	
1. COSTOS DIRECTOS				14500.00	6,000.00	
Materia prima e insumos						
Utiles Didacticos	Unidades	1000	6.00		6000.00	
Mano de Obra				14500.00		
Niñeras		8	1200.00	9600.00		
Personal de mantenimiento		3	900.00	2700.00		
Seguridad		2	1100.00	2200.00		
2. COSTOS INDIRECTOS				15,628.33	0.00	
Gastos Preoperativos **				128.33		
Gastos Administrativos				10500.00		
Mantenimiento del local		1	5000.00	5000.00		
Sueldo Personal Admtvo:						
Sueldo Administrador		1	2500.00	2500.00		
Sueldo psicologa		1	2200.00	2200.00		
Sueldo Enfermera		2	1500.00	3000.00		
Luz		1	1200.00	1200.00		
Agua		1	500.00	500.00		
Teléfono		1	100.00	100.00		
Cable		1	100.00	100.00		
Internet		1	100.00	100.00		
Transporte		1	300.00	300.00		
Útiles de Oficina		1	500.00	500.00		
TOTAL COSTOS				36,128.33		

CUADRO Nº 13: PRESUPUESTO DE INVERSION: GUARDERIA, CASA CUNA SANTA ANITA

Rubro	Unidades requeridas	Valor Unitario	Costo total
Infraestructura			10,000
Acondicionamiento de local	1	10,000	10,000
Maquinaria y Equipos			12,750
COMPUTADORA	1	1,300	1,300
IMPRESORA	1	200	200
TELEVISOR	2	1,500	3,000
DVD	2	150	300
COCINA	1	500	500
MICROONDAS	3	350	1,050
MAQUINA ESTERILIZADORA	1	1,500	1,500
REFRIGERADORA	2	1,200	2,400
LAVADORA	1	1,200	1,200
SECADORA	1	1,300	1,300
Herramientas			8,350
JUGUETES	150	20	3,000
JUEGOS DIDÁCTICOS	60	40	2,400
PAÑALES	500	1	350
ANDADORES	30	70	2,100
BOTIQUIN	10	50	500
Muebles y enseres			61,000
CUNAS	120	150	18,000
COLCHONES	120	200	24,000
MESAS DIDACTICAS	10	220	2,200
PIZARRAS ACRILICAS	5	100	500
SABANAS	200	30	6,000
FRAZADAS	200	30	6,000
ESTANTES	15	120	1,800
COLCHONETAS	50	50	2,500
TOTAL PRESUPUESTO DE INVERSIONES			92,100

1.7.3 Análisis Financiero: Se determina las utilidades haciendo un flujo de caja teniendo en cuenta los ingresos y egresos.

1.7.3.1 El Flujo de Caja Económico

CUADRO N° 17: FLUJO DE CAJA ECONÓMICO Y FINANCIERO													
Concepto	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
(A) Ingresos	-	21,000.00	23,100.00	25,200.00	27,300.00	35,700.00	42,000.00	46,200.00	52,500.00	52,500.00	52,500.00	52,500.00	52,500.00
(B) Egresos		31,128.33	31,128.33	31,128.33	31,128.33	31,128.33	31,128.33	31,128.33	31,128.33	31,128.33	31,128.33	31,128.33	31,128.33
- Costo de Ventas		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Gastos Administrativos		10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00	10,500.00
- Costo de Operación (Costos directos)		20,500.00	20,500.00	20,500.00	20,500.00	20,500.00	20,500.00	20,500.00	20,500.00	20,500.00	20,500.00	20,500.00	20,500.00
- Gastos PreOperativos		128.33	128.33	128.33	128.33	128.33	128.33	128.33	128.33	128.33	128.33	128.33	128.33
- Inversiones (activo Fijo)													
(C) Saldo antes de Impuestos (A - B)		-10,128.33	-8,028.33	-5,928.33	-3,828.33	4,571.67	10,871.67	15,071.67	21,371.67	21,371.67	21,371.67	21,371.67	21,371.67
(D) Impuesto a la Renta*		-300.10	-247.60	-195.10	-142.60	67.40	224.90	329.90	487.40	487.40	487.40	487.40	487.40
(E) Flujo de Caja Económico (C - D)		-9,828.23	-7,780.73	-5,733.23	-3,685.73	4,504.27	10,646.77	14,741.77	20,884.27	20,884.27	20,884.27	20,884.27	20,884.27
Financiamiento Bancario (préstamo)	70,000.00												
Pagos constantes		-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34
(F) Flujo de Caja Financiero	70,000.00	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34	-2,333.34
Flujo de Caja Final (E - F)	70,000.00	-12,161.57	-10,114.07	-8,066.57	-6,019.07	2,170.93	8,313.43	12,408.43	18,550.93	18,550.93	18,550.93	18,550.93	18,550.93

EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO DE INVERSIÓN

Inversión inicial	miles
Cantidad a invertir	93,000.00
Rendimiento bruto anual esperado*	84,776.00
Años esperados de rendimiento	5
Tasa variación rendimientos	5.0%
Tipo impositivo	30.0%
Tasa actualización	8.0%
Tasa crecimiento perpetuo	0.0%
Tasa reinversión beneficios	100.0%

* Utilidad Nata del Estado de Ganancias y Pérdidas.

Inversiones adicionales y rendimientos anuales obtenidos											
	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5					
Activo no corriente		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Activo corriente		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Rendimientos brutos anuales obtenidos		84,776.00	89,014.80	93,465.54	98,138.82	103,045.76	0	0	0	0	11,000.00
Rendimientos netos anuales obtenidos		59,343.20	62,310.36	65,425.88	68,697.17	72,132.03	0.00	0.00	0.00	0.00	7,700.00
Flujos de caja inversión	-93,000.00	59,343.20	62,310.36	65,425.88	68,697.17	72,132.03	0.00	0.00	0.00	0.00	7,700.00
VAN Inversión		170,458.58									
TIR Inversión		61.42%									
Escenario optimista											
Desviación optimista rendimientos anuales		25%									
Flujos de caja inversión	-93,000.00	74,179.00	77,887.95	81,782.35	85,871.46	90,165.04	0.00	0.00	0.00	0.00	9,625.00
VAN Inversión		236,323.22									
TIR Inversión		79.29%									
Escenario pesimista											
Desviación optimista rendimientos anuales		-25%									
Flujos de caja inversión	-93,000.00	44,507.40	46,732.77	49,069.41	51,522.88	54,099.02	0.00	0.00	0.00	0.00	5,775.00
VAN Inversión		104,593.93									
TIR Inversión		42.55%									

- ✓ VAN = Valor Actual Neto, de una Inversión es el Valor actualizado de los rendimientos esperados durante el número de años en que la Inversión estará en funcionamiento, normalmente se cogen como rendimientos los beneficios antes de Intereses y después de impuestos (BAIDI), para así aislar el rendimiento neto de una inversión de la forma en que se financia. De este modo, una inversión creará valor si el importe actualizado de los rendimientos anuales futuros es mayor al importe de Inversión inicial. Por lo tanto, cuanto mayor sea la diferencia entre los rendimientos actualizados y el capital inicial, invertido, más valor creará la Inversión.
- ✓ Factores que inciden en el VAN de una Inversión:
- ✓ La Inversión Inicial Cuanto menor sea, más probabilidad de que el VAN sea positivo, es decir que la inversión cree Valor.
- ✓ Los Flujos de Caja futuros, el rendimiento anual esperado de la Inversión. Cuanto mayores sean, más probabilidades de que el VAN sea positivo.
- ✓ El número de años que las Inversión estará en funcionamiento. Si los Flujos de Caja son positivos, cuanto más años dure la Inversión, mayor será el VAN.
- ✓ La Tasa de Actualización de los flujos de caja. Esta Tasa se determina en función de los tipos de interés de referencia y rentabilidades ofrecidas por otros proyectos, cuanto menor sea la tasa, más probabilidades ahí que el VAN sea positivo.
- ✓ TIR = Tasa Interna de Retorno, de una Inversión es la tasa de actualización que iguala los rendimientos futuros con el Valor de la Inversión inicial, es decir, la tasa de actualización que hace que el VAN sea cero. Del mismo modo, esa Tasa interna de Retorno indicará la rentabilidad en términos porcentuales de la Inversión, es decir, cuánto dinero generará la Inversión por cada Nuevo Sol (S/.) Invertido. Por lo tanto, cuanto mayor sea la TIR, más rentable será la Inversión.
- ✓ BAIDI= Beneficios antes de Intereses y Después de Impuestos