

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y
HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



Tesis para optar el título profesional:

“Diseño de Intervención:

DISEÑO DE ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA
LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA GUARDERIA EN EL
DISTRITO GREGORIO ALBARRACÍN LANCHIPA- TACNA

Presentado por:

Bach. Lucero Janet Rodriguez Rodriguez

Tacna – Perú

2016

Dedicatoria

La presente Tesis está dedicada a Dios, ya que gracias a él he logrado mis principales metas.

A mi madre Edith Rodriguez Giraldes, pues ella fue el principal cimiento para la construcción de mi vida, sentó en mí las bases de superación y amor. En ella tengo el espejo en el cual me quiero reflejar, pues sus virtudes infinitas y su gran corazón me llevan a admirarla cada día más. Gracias por todo mamá.

A mi padre Benjamín Rodriguez Zabaleta, hermanos Gina Rodriguez Rodriguez, Benjamín Rodriguez Rodriguez y mi hermosa sobrina Celeste Muñoz Rodriguez, mi ejemplo de éxito y fortaleza. Gracias familia.

A mi amado esposo Hans Quisocala Supo, por su amor, confianza y apoyo infinito en cada paso que doy. Tu mano será mi soporte, nuestro amor el impulso a la felicidad y la admiración del uno por el otro nuestro progreso. Te amo.

ÍNDICE

1. Resumen Ejecutivo.....	5
2. Introducción	14
3. Marco conceptual.	21
4..Proyecto:	29
4.1. Estudio de mercado.....	39
4.2. Estudio Técnico	111
4.3. Estudio Financiero.....	128
4.5. Estudio de capacidad organizacional	139
5. Plan de Marketing:.....	142
5.1. Diagnóstico (matriz FODA).....	142
5.2. Producto	144
5.3. Cliente / usuario.....	147
5.4. Competidores	149
5.5. Justificación de plan de marketing.....	150
5.6. Objetivos de marketing.....	151
5.7. Estrategias de marketing	152
6. Campaña Publicitaria	154
6.1. Denominación	154
6.2. Objetivos.....	154
6.3. Cuadro mix publicidad	154
7. Producción de piezas	157
7.1. Pre Producción	157
7.2. Producción y Post producción	157

7.3.. Ficha de validación	157
8. Conclusiones.....	158
9. Biografía.....	160

RESUMEN EJECUTIVO

Oportunidad del negocio

La guardería ANQAWAWA es una propuesta para la instalación de una empresa especializada en el cuidado de infantes que por su edad todavía no ingresan al sistema escolar, por la ubicación de la propiedad disponible y por su intenso movimiento comercial, su ámbito de influencia es el distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa y tiene como estrategia de diferenciación la instalación de un circuito cerrado de cámaras de video vigilancia ubicado en los diferentes ambientes de la guardería cuyas imágenes podrán ser visualizadas en tiempo real por los padres de familia y tutores de los infantes a fin de que en todo momento puedan estar al tanto de los progresos y sobre todo la seguridad de sus niños.

El servicio de guardería contará con:

- Personal profesional capacitado para el cuidado de los niños
- Servicio de video vigilancia conectado a los aparatos tecnológicos de los padres de familia y tutores.
- Áreas de aprendizaje:
 - Lactantes: 3 meses a 11 meses
 - Maternales: 12 meses a 18 meses

- Caminantes: 19 meses a 24 meses
- Medianos: 25 meses a 36 meses
- Instalaciones adecuadas para cada área con los respectivos materiales psicomotrices para las mismas.
- Lugar de esparcimiento y recreación.
- Jornada Completa desde las 7:00 am hasta las 16:00 pm de Lunes a Viernes
- Permisos Legales
- Métodos innovadores: Estimulación Temprana, Terapias de Lenguaje y Psicomotrices.
- Servicio de Comedor.

A quién está dirigido el servicio

Infantes entre los 03 meses y los 03 años de edad, Realizando una segmentación etarea en el distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, los niños entre 1 y 11 meses son 1,176 habitantes, mientras que la población entre 1 y 4 años es de 5691 habitantes, por lo que la población que potencialmente puede consumir los servicios de la guardería es de **6,867 infantes.**

Se deben considerar a los padres que requieran de cuidados especializados y que pertenezcan a los segmentos socio económicos A, B y C1.

Variables macroeconómicas

A la fecha el distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa se encuentra en un franco proceso de crecimiento demográfico, económico, político, empresarial y social, y se encuentra acorde con el crecimiento que presenta la economía peruana en su conjunto.

Según los indicadores macroeconómicos del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) y el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), se aprecia que en la última década el Perú viene creciendo a un ritmo promedio de 6% anual, esto implica que el consumo crece a un ritmo similar en nuestro país, lo que genera grandes oportunidades de emprendimiento para los empresarios que se suman a la Población Económicamente Activa (PEA).

Dentro de este contexto nacional, la provincia de Tacna se ve particularmente beneficiada por ser escenario directo de grandes inversiones producto de las empresas mineras, el sector comercio y el incremento del turismo proveniente del vecino país de Chile.

Toda este conjunto de tendencias en la economía nacional y local hace propicia la apertura de nuevos emprendimientos

como la guardería ANQAWAWA, que tiene un gran mercado objetivo potencial por la cantidad de padres que trabajan y se suman al sector empresarial de nuestra ciudad.

Inversión requerida

ITEM/AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACONDICIONAMIENTO DE INFRAESTRUCTURA	11,800.00					11,800.00					
REQUERIMIENTO DE EQUIPOS	14,640.00	-				8,000.00					
REQUERIMIENTO DE MOBILIARIO	16,352.00										
EVENTO DE LANZAMIENTO Y MERCADEO	3,400.00										
MATERIALES OPERATIVOS	0	32,004.00	32,004.00	32,004.00	32,004.00	32,004.00	32,004.00	32,004.00	32,004.00	32,004.00	32,004.00
REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS	0	16,800.00	16,800.00	16,800.00	16,800.00	16,800.00	16,800.00	16,800.00	16,800.00	16,800.00	16,800.00
PERSONAL PERMANENTE	0	71,544.00	71,544.00	71,544.00	71,544.00	71,544.00	71,544.00	71,544.00	71,544.00	71,544.00	71,544.00
OTROS EGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTALES	46,192.00	120,348.00	120,348.00	120,348.00	120,348.00	140,148.00	120,348.00	120,348.00	120,348.00	120,348.00	120,348.00

Indicadores de evaluación económica

INDICADOR ECONOMICO	VALOR
VALOR ACTUAL NETO (V.A.N.)	S/. 377,791.61
FACTOR DE ACTUALIZACION (F.A.)	9%
TASA INTERNA DE RETORNO (T.I.R.)	145.55%
PERIODO DE RECUPERACION (P.R.I.)	09 Meses
BENEFICIO/COSTO (B/C)	1.71

Conclusiones

- La ubicación de la guardería está en la zona de mayor concentración residencial y empresarial del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa.
- El estudio de mercado del presente estudio permite identificar una demanda insatisfecha de 151 Infantes. Sin

embargo las características de la infraestructura física donde desarrollará sus actividades la guardería ANQAWAWA, permiten atender un máximo de 60 infantes. Esto otorga viabilidad comercial al proyecto.

- La distribución y las áreas de los ambientes de la guardería, permite diseñar una oferta en las siguientes cantidades
 - Infantes Lactantes: 10 Niños (Segundo Piso)
 - Infantes Maternales: 10 Niños (Segundo Piso)
 - Infantes Caminantes: 25 Niños (Primer Piso)
 - Infantes Medianos: 15 Niños (Primer Piso)
- La inversión inicial (Año 0) es de S/. 44,752.00 los costos operativos anuales (Año1al 10) son de S/. 120,348.00, mientras que los ingresos anuales se proyectan en S/. 216,732.00, lo que evidencia rentabilidad en todos los periodos.
- Las cifras de Ingresos y Egresos, permiten proyectar indicadores de evaluación positivos como un VAN de S/. 379,231.61 y una TIR de 150.27%, lo que otorga viabilidad económica al proyecto.

RESUMEN

El presente trabajo tiene como base legal la Resolución N° 211 – 2013 – UPT – CU aprobada por la alta dirección de la Universidad Privada de Tacna, normativa que ofrece al bachiller la facultad de escoger esta modalidad como una opción válida para la obtención del grado académico de “Licenciado en Ciencias de la Comunicación” y cuya estructura, utilizada aquí, consta de 3 partes: Un proyecto de tesis de diseño de intervención (Estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero, estudio de capacidad organizacional), un Plan de Marketing (Diagnóstico, producto de posicionamiento, justificación del plan, objetivos de marketing, estrategias de marketing), la Campaña Publicitaria (Denominación, objetivos, cuadro de mix de publicidad, cronograma, presupuesto, control), la Producción de las Piezas Publicitarias (Pre – Producción, Producción y Post producción) y las conclusiones finales generales (Proyecto, Plan de Marketing, Campaña Publicitaria, Producción de piezas).

Las guarderías son los centros especializados para el cuidado de los infantes; los padres buscan no solamente el cuidado de

sus hijos sino también que estos establecimientos trabajen en el desarrollo de sus destrezas psicomotrices.

Los aspectos antes mencionados han permitido considerar como idea de negocio, la creación de una guardería en el distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa.

Mediante la evaluación financiera en donde se obtuvo el VAN, TIR y PRI, positivos y ante un análisis de sensibilidad en donde estos valores se encuentran dentro de los rangos establecidos se pudo determinar que el proyecto es viable y rentable bajo las condiciones establecidas desde el punto de vista del proyecto puro como del inversionista.

SUMMARY

This file has as legal sustain the N° 211 – 2013 – UPT – CU – Resolution approved by the higher directive of the Universidad Privada de Tacna, norm that gives the bachelor the opportunity to choose this modality as a valid option to reach the academic grade of “Graduate in Communication Sciences” and whose structure contains 3 parts: A Thesis Project of Intervention Design (Market investment, technical studies, financial studies, organizational capacity studies), a Marketing Plan (Diagnostic, positioning product, plan justification, marketing plan objectives, marketing strategies), the Publicity Campaign (Campaign name, objectives, publicity mix, schedule, budgets, control), the Production of the Publicity Pieces (Pre – production, production, post- production) and the final conclusions (Project, Marketing Plan, Publicity Campaign, Production of the Publicity Pieces).

Nurseries are specialized centers for the care of infants; parents are looking not only childcare but also that these institutions work in the development of psychomotor skills.

Tacna population has grown in recent years and families have to work outside the city and in many cases have no family or people close to entrust the care of their children is why we are looking for a specialized it.

The above aspects are considered allowed business idea, creating a nursery in Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa

.
By financial assessment which yielded the NPV, IRR, and PRI positive, with a sensitivity analysis in which these values are within the ranges established it was determined that the project is viable and profitable under the conditions from the standpoint of pure project as the investor.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la sociedad exige cada vez más que tanto el padre como la madre trabajen para mantener sus hogares y más aún que la mujer se integre al mundo laboral no solamente por el aspecto económico sino también por su desarrollo personal y profesional; este contexto socio económico cultural, incide en la necesidad de recurrir a instituciones especializadas en el cuidado de sus infantes. Las guarderías son los centros especializados para el cuidado de infantes; los padres buscan no solamente el cuidado y seguridad de sus hijos, sino también que estos establecimientos trabajen en el desarrollo de sus destrezas psicomotrices.

Por otra parte, es necesario considerar que la población del Distrito Gregorio Albarracín Lanchipa de la Provincia de Tacna, ha crecido en los últimos años, y a pesar de ser uno de los distritos más jóvenes de la Provincia, es el más poblado con una totalidad de 116,497 habitantes que incluye a la población del distrito propiamente y a la población de las pampas de Viñani. A su vez, la población de este distrito, tiene un desarrollo socio-económico ascendente en el que las familias trabajan dentro y fuera del distrito, y en muchos de

los casos no tienen un familiar o personas cercanas a quien confiar el cuidado de sus hijos, es por eso que buscan un lugar especializado que ofrezca un servicio de calidad en el cuidado de niños y que cuente con técnicas innovadoras para contribuir al desarrollo de sus destrezas y habilidades.

Dentro de este contexto, es necesario analizar la situación económica de la población objetivo, como sustento financiero del presente emprendimiento, la Región Tacna en general y el distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa en particular presenta un importante de crecimiento y desarrollo, dado que cuenta con importantes atractivos turísticos y riquezas naturales, además de un alto índice de crecimiento en los sectores productivos como el agrario, el pesquero y sobre todo el minero. Además se aprecia un crecimiento sostenido en los últimos 20 años para sectores secundarios como la construcción, los servicios, la transformación (Gran cantidad de carpinterías, metal mecánicas, vidrierías, etc.) y sobre todo el Comercio.

Dentro de este contexto económico, tenemos que considerar que en el sector educación, diferentes autores proponen que uno de los objetivos fundamentales de la estimulación temprana es: Permitir el máximo desarrollo del niño a escala

general o en áreas específicas tales como la intelectual, social, del lenguaje, etc. Considerando las estadísticas que arroja el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en el último censo, refleja el número de niños y niñas en edades de 0 a 4 años de edad en el distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, es de 6867, se puede notar que existe una gran población a la cual ofrecer los servicios de guardería y estimulación temprana adecuada y oportuna. Es por ello que nace la iniciativa de formular un plan de negocios para la creación de una empresa que se dedique a brindar servicios de cuidado y estimulación temprana adecuada a los niños y niñas en el distrito.

La estrategia de diferenciación del presente proyecto que pretende gestionar una guardería denominada ANQAWAWA, se centra en el uso de un circuito cerrado de cámaras de video vigilancia instalado en las diferentes áreas de la guardería cuyas imágenes podrán ser visualizadas en tiempo real por los padres de familia y tutores de los infantes a fin de que en todo momento puedan estar al tanto de los progresos y la seguridad de sus niños.

Para tal fin, se cuenta con una propiedad que cuenta con un terreno de 150 m² con dos niveles que permiten un área

construida de 195 m²., misma que ubicada en los lotes 26 y 27 de la Asociación de Vivienda Alfonso Ugarte, Manzana K 1. Se considera esta ubicación como una ventaja, por ser una zona densamente poblada con presencia de edificios de interés social, residencias y con un sector comercial pujante y consolidado.



Frontis de la propiedad destinada a la implementación de la guardería ANQAWAWA

Esto implica que la población menesterosa que tengan hijos de la zona de influencia del presente proyecto en la que se aprecia claramente que ambos padres son parte de la población Económicamente Activa (PEA) que cuenta con hijos de entre 03 meses y 03 años de edad, requiere de servicios de guardería para sus menores hijos, lo que seguramente otorgará viabilidad comercial, económica y

financiera a la presente intervención, lo que será evidenciado durante el desarrollo del proyecto.

Como una de las actividades principales del presente estudio, es necesario diseñar un **ESTUDIO DE MERCADO** minucioso, que determine por un lado, el tipo y nivel de demanda de los habitantes como son: La cantidad de hijos de entre 03 meses y 03 años de edad en la zona de influencia del proyecto, el nivel de ingresos de los padres, la ubicación de su vivienda, la ubicación de su centro de trabajo, las características que requiere en un servicio de guardería como la seguridad, la alimentación y en general las necesidades del público objetivo. Todo esto a fin de delinear la oferta de este servicio de guardería, en función a la cantidad de usuarios existente y proyectada. Por otra parte, en este estudio de mercado se pretende proyectar la cantidad de demanda del servicio de tal manera que se determine un **INGRESO PROYECTADO** por la venta del servicio a fin de otorgarle viabilidad comercial.

Delineando de esta manera el estudio de mercado, es posible determinar el tamaño de esta empresa como parte del **ESTUDIO TECNICO**, detallando posteriormente las necesidades en infraestructura física, materiales, equipos para la inversión inicial; además de los costos operativos

representados en los gastos de personal, los insumos, los servicios y otros egresos. Se deben considerar las áreas disponibles en la propiedad y la capacidad de albergar infantes teniendo en cuenta que cada uno de ellos requiere de un área de 1.5m² de área de salones según el reglamento de educación inicial, además se deben contar las áreas necesarias para estimulación, recreación, servicios higiénicos, refrigerios, entre otras.

Posteriormente es menester elaborar el **ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO** mediante la elaboración de Flujos de caja proyectados a 10 años, para finalmente obtener los **INDICADORES DE EVALUACION** que determinen si la intervención es viable y sostenible en el tiempo. Se tratarán puntos complementarios como las características técnicas de los materiales y equipos, principalmente los equipos de video vigilancia, así como el estudio organizacional y las estrategias de mercadeo, entre otras. Adicionalmente se tendrán en cuenta la elaboración de un plan de marketing, como documentación clave en la planificación estratégica de una empresa, con el fin de recoger los objetivos y estrategias, además de las acciones que van a ser necesarias realizar para conseguir estos objetivos, lo que involucra el respectivo análisis FODA, campaña publicitaria y las piezas publicitarias.

Por último se presentaran las conclusiones y sugerencias, la bibliografía consultada, entre otros como anexos.

MARCO CONCEPTUAL

a. Guardería:

Una guardería es un establecimiento educativo que se dedica de manera excluyente al cuidado de niños muy pequeños, que aún no están en edad de ingresar al proceso escolar porque disponen desde días a 3 años de edad.

b. Estimulación temprana:

Estimulación Temprana es aquella actividad de contacto o juego con un bebe o niño que propicie, fortalezca y desarrolle adecuada y oportunamente sus potenciales humanos.

c. Estilos de vida:

Ahora presentaremos las principales características de los peruanos según sus estilos de vida. (*Arellano 2015*)

*Sofisticados: Segmento de género mixto (hombres y mujeres), con más ingresos que el promedio. Son muy modernos, educados, liberales, cosmopolitas y valoran mucho la imagen personal. Siguen la moda, son innovadores en el consumo y cazadores de tendencias. Les importa mucho su estatus y valoran el servicio y la calidad. La mayoría son más jóvenes que el promedio de la población.

*Progresistas: Hombres que buscan permanentemente el progreso personal y familiar. Aunque están en todos los

niveles socioeconómicos, son en su mayoría obreros y empresarios (formales e informales). Los mueve el deseo de revertir su situación y avanzar, y están siempre detrás de las oportunidades. Son extremadamente prácticos y modernos. Tienden a estudiar carreras cortas para salir a producir lo antes posible.

*Las modernas: Mujeres que trabajan y/o estudian, cuyo principal centro de atención no es el hogar. Buscan su realización personal como mujeres y como mamás. Se maquillan, se mantienen siempre arregladas y buscan el reconocimiento de la sociedad. Son modernas, reniegan del machismo y les encanta salir de compras. Prefieren productos de marca y los que les faciliten las tareas del hogar. Están en todos los niveles socioeconómicos.

*Los adaptados: Hombres trabajadores y orientados a la familia, que valoran mucho su estatus social. No son conformistas, pero generalmente buscan el mantenimiento de status que o la mejora de la sociedad dentro de sus cánones tradicionales. Aceptan con dificultad los cambios drásticos. Les gusta estar informados y esperan el reconocimiento de sus pares. Llegan siempre un poco tarde a la adopción de modas, pues no se arriesgan a ser los primeros en usarlas.

Trabajan usualmente como oficinistas, empleados medios, profesores, obreros o en actividades independientes de mediano nivel.

*Las conservadoras: Segmento conformado íntegramente por mujeres, de tendencia bastante religiosa y tradicional. Típicas “mamás gallina”, siempre persiguen el bienestar de sus hijos y la familia, y son responsables de casi todos los gastos relacionados con el hogar. Se visten con prendas para “cubrirse” y solo usan maquillaje ocasionalmente. Gustan de las telenovelas y su pasatiempo preferido es jugar con sus hijos. Están en todos los niveles socioeconómicos.

*Los resignados: Segmento mixto con bajos recursos económicos y resignados a su suerte. Generalmente son personas de mayor edad, que prefieren la vida simple y sin complicaciones. Si fuese posible, vivirían en el campo. Son reacios a los cambios, no les gusta tomar riesgos, y no les agrada probar nuevas cosas. Muchos son inmigrantes y aquí es donde está el porcentaje más alto de personas de origen indígena. (Arellano, 2015)

d. Estrategias de comunicación:

El concepto de estrategia de comunicación se fundamenta en el esquema de la comunicación en general, lo distintivo es su integración al proceso de planeación estratégica, cumpliéndose todos los procesos de un hecho comunicacional habituales. *(Peña, 2008)*

e. Estrategias de posicionamiento:

La estrategia de posicionamiento consiste en definir la imagen que se quiere conferir a nuestra empresa o a nuestras marcas, de manera que nuestro público objetivo comprenda y aprecie la diferencia competitiva de nuestra empresa o de nuestras marcas sobre la empresa o marcas competidoras. *(Olamendi, 2009)*

f. Marketing:

El marketing se define como el proceso de definir, anticipar, crear y satisfacer las necesidades y deseos del cliente con productos y servicios. *(Friedman, 2011)*

g. Marketing Mix: El término marketing mix fue acuñado en los años 50 por Neil Borden, profesor de la Universidad de Harvard. Años más tarde sería Edmund Jerome McCarthy quien adoptase el concepto de las “cuatro p's”, es decir, las

cuatro variables que la empresa maneja para lograr la respuesta deseada en el consumidor. Ofrecer un producto adecuado, a un precio conveniente, que se dé a conocer a través de un mensaje apropiado y cuyo sistema de distribución lo coloque en el lugar y momento oportunos, es el objetivo de todo negocio. Para alcanzarlo basta con combinar acertadamente los elementos del marketing mix. (*Barragán, 2015*)

h. Mercado:

El mercado son "los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio". Complementando este concepto, ambos autores mencionan que existen tres elementos muy importantes: La presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer, la presencia de un producto que pueda satisfacer esas necesidades, la presencia de personas que ponen los productos a disposición de los individuos. (*Fisher & Espejo, 2007*)

i. Nicho de mercado:

Un nicho de mercado es un grupo con una definición más estrecha (que el segmento de mercado). Por lo regular es un mercado pequeño cuyas necesidades no están siendo bien atendidas. Complementando ésta definición, el nicho de

mercado (a diferencia de los segmentos de mercado que son grupos de mayor tamaño y de fácil identificación), es un grupo más reducido (de personas, empresas u organizaciones), con necesidades y/o deseos específicos, voluntad para satisfacerlos y capacidad económica para realizar la compra o adquisición. *(Kotler, 2007)*

j. Oferta:

Ofrecer es tener la intención, o estar dispuesto a vender, mientras que vender es hacerlo realmente. La oferta, recoge las intenciones de venta de los productores. *(Hill., 2005)*

k. Demanda: La demanda tiene que ver con lo que los consumidores desean adquirir. “Demandar” significa, estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar, realmente, la adquisición, la demanda refleja una intención, mientras que la compra constituye una acción. *(Hill., 2005).*

l. Tecnología: La tecnología es un fenómeno con dos caras: por un lado el operador, por el otro el objeto. Allí donde el operador y el objeto son seres humanos, la acción técnica es un ejercicio de poder. Más aún: allí donde la sociedad está organizada en torno a la tecnología, el poder tecnológico es la principal forma de poder social, realizado a través de diseños que estrechan el rango de intereses y

preocupaciones que pueden ser representados por el funcionamiento normal de la tecnología y las instituciones dependientes de ella. (*Feenberg, 2005*).

m. TICs: Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro, abarcan un abanico de soluciones muy amplio, incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes. (*Beit, 2005*).

n. Comunicación: La comunicación es la capacidad que poseen algunos seres vivos de relacionarse con otros seres vivos intercambiando información. (*Serrano, 1993*).

ñ. Marketing: Es el proceso de planear y ejecutar la concepción, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales. (*Vicente, 2000*).

o. Gadgets: Son dispositivos que han sido creados con un propósito y una función. Suelen ser de pequeñas

proporciones, muy prácticos y casi siempre presentan una novedad. (Reig, 2009).

p. Infantes Lactantes: Niños en edad pre escolar cuyas edades fluctúan entre los 03 y los 11 meses de edad.

q. Infantes Maternales: Niños en edad pre escolar cuyas edades fluctúan entre los 12 y los 18 meses de edad.

r. Infantes Caminantes: Niños en edad pre escolar cuyas edades fluctúan entre los 19 y los 24 meses de edad.

s. Infantes Medianos: Niños en edad pre escolar cuyas edades fluctúan entre los 25 y los 36 meses de edad.

t. Infantes Pre: Kinder: Niños en edad pre escolar cuyas edades fluctúan entre los 37 y los 48 meses de edad.

u. Niño Indigo: Los Niños de la Nueva Era, los niños indigos parecen de alguna manera más inteligentes, más brillantes y más sabios. Ellos se sienten muy atraídos por la tecnología moderna, pudiendo dominarla fácilmente, incluso las más complejas y difíciles. Son impetuosos, se concentran en lo que hacen y son honestos en relación con sus sentimientos. Las relaciones son importantes para ellos.

PROYECTO

Problemática del proyecto

a) Consideraciones de la Normativa Legal y Reglamentación

Se debe tener en cuenta que no existe una reglamentación para la apertura y operatividad de guarderías o instituciones especializadas en el cuidado de infantes menores de 03 años.

Sin embargo, se tiene como referente la normativa del Ministerio de Educación, para la Educación Inicial, misma que en su Directiva N° 032 -DRELM-UGI/EI-ER-2010, indica entre otras cosas que toda institución de nivel inicial debe contar con un área mínima de 160 m². Las clases solo se deben dictar en la primera planta. También deben tener un mínimo de dos aulas y tres servicios higiénicos. La dirección, secretaria, tópico, patio de formación y/o de honor y área de juegos recreativos. Los muros y techos del local escolar no deben ser de material inflamable.

El MINEDU también establece como requisito que el área mínima de un aula sea de 20 m², con un índice de ocupación de 1,8 m² por alumno. Las puertas de los salones deben abrirse hacia afuera (ancho ideal de 1.20m). No se aceptarán puertas corredizas.

Los servicios higiénicos deben ser de acuerdo a la medida del niño. Contarán con un mínimo de un inodoro baby, por cada género, si fuera posible adyacentes a las aulas”, agrega la citada directiva.

Adicional a ello, estos centros de estudios deben contar con un tópico debidamente equipado en el primer piso y con un espacio de atención psicológica.

El patio deberá ser del 30% del terreno en el primer piso sin techar y tendrá una superficie proporcional al número de alumnos el cual será de 1,50 m² por alumno. No puede existir un colegio sin patio.

El local deberá ser exclusivo para la actividad educativa y solo podrá funcionar el nivel de inicial.

Como medidas de seguridad, el Ministerio de Educación recomienda utilizar vidrios inastillables o similares. Los pisos no deben ser pulidos. La norma indica en este punto que todo desnivel debe ser solucionando con una rampa de 10-12% de pendiente.

No deben existir escaleras y todo desnivel deberá ser reemplazado por rampa con una pendiente entre 10% a 12% como máximo, caso contrario, deben ser cerrados con una puerta y/o reja que proteja al niño de cualquier riesgo.

Los tomacorrientes deben tener protectores o estar a una altura de 1,60 metros sobre el nivel de piso. Además, se debe evitar el uso de cocinas o equipos que puedan ocasionar incendios.

La institución educativa deberá contar con un extintor, botiquín de primeros auxilios y señalización mínimos de seguridad de acuerdo a la ordenanza municipal.

Finalmente, el acceso al local escolar no debe ser por jirones y avenidas de alta velocidad o tráfico intenso.

ANALISIS:

No se cuenta con una normativa específica para la gestión y puesta en marcha de una guardería.

CONCLUSION:

DEBILIDAD

b) Consideraciones Demográficas

Se debe tener en cuenta que el Distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, es el más poblado de la Provincia de Tacna, según las estimaciones del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

CUADRO No 01
POBLACION DE TACNA POR DISTRITOS

POBLACION	HABITANTES
Tacna	85 228
Alto de la Alianza	39 180
Calana	3 189
Ciudad Nueva	37 671
Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa	116 497
Pocollay	21 278
Pachía	1 964
TOTAL	305 007

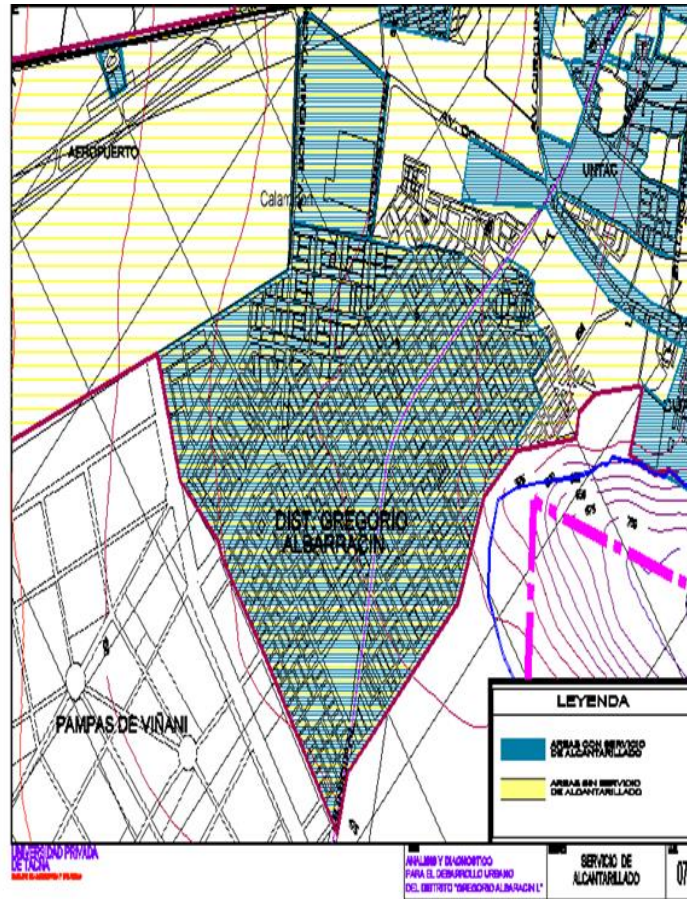
FUENTE: INEI – POBLACIÓN ESTIMADA AL 30 DE JUNIO 2015.

Dentro de este contexto poblacional, se debe considerar que el distrito está claramente dividido entre dos zonas, denominadas: a) Cono Sur (Es el distrito Gregorio Albarracín propiamente dicho) y b) Pampas de Viñani.

Teniendo en cuenta que para la puesta en marcha y operación de nuestra guardería, se cuenta con una infraestructura física situada en los lotes 26 y 27 de la Asociación de Vivienda Alfonso Ugarte, Manzana K 1, por lo que se considera el área de influencia del proyecto a la zona del Cono Sur, como se aprecia en el siguiente gráfico:

GRAFICO No 01

AREA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO



FUENTE: DIRECCION REGIONAL DE VIVIENDA

Teniendo en cuenta que el área de influencia solamente afecta a la población del Distrito Coronel Gregorio Albarracín, se debe considerar a la siguiente población:

GRAFICO No 02

POBLACION POR EDADES EN EL AREA DE INFLUENCIA

CUADRO N° 1: POBLACIÓN TOTAL, POR ÁREA URBANA Y RURAL, Y SEXO, SEGÚN DEPARTAMENTO, PROVINCIA, DISTRITO Y EDADES SIMPLES

DEPARTAMENTO, PROVINCIA, DISTRITO Y EDADES SIMPLES	POBLACIÓN			URBANA			RURAL		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
Distrito CORONEL GREGORIO ALBARRACIN LANCHIPA	68989	33973	35016	68858	33882	34976	131	91	40
Menores de 1 año	1281	635	646	1279	633	646	2	2	
Menores de 1 mes	105	59	46	105	59	46			
De 1 a 11 meses	1176	576	600	1174	574	600	2	2	
De 1 a 4 años	5691	2903	2788	5688	2901	2787	3	2	1
De 5 a 9 años	7120	3582	3538	7117	3579	3538	3	3	
De 10 a 14 años	7494	3855	3639	7488	3853	3635	6	2	4
De 15 a 19 años	7182	3681	3501	7172	3675	3497	10	6	4
De 20 a 24 años	6967	3324	3643	6952	3312	3640	15	12	3
De 25 a 29 años	6641	3023	3618	6632	3015	3617	9	8	1
De 30 a 34 años	6114	2720	3394	6107	2717	3390	7	3	4
De 35 a 39 años	5849	2735	3114	5840	2729	3111	9	6	3
De 40 a 44 años	5028	2481	2547	5017	2474	2543	11	7	4
De 45 a 49 años	3440	1761	1679	3428	1753	1675	12	8	4
De 50 a 54 años	2334	1226	1108	2319	1216	1103	15	10	5
De 55 a 59 años	1436	773	663	1426	766	660	10	7	3
De 60 a 64 años	933	496	437	927	490	437	6	6	
De 65 y más años	1479	778	701	1466	769	697	13	9	4

Fuente : INEI - Censos Nacionales 2007 : XI de Población y VI de Vivienda

De los 68,989 habitantes de Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, 35,016 son mujeres y 33,973 son hombres. Por lo tanto, el 49,24 por ciento de la población son hombres y el 50,76 mujeres.

Se aprecia que de la población total, tenemos que realizando una segmentación etarea los niños entre 1 y 11 meses son 1,176 habitantes, mientras que la población entre 1 y 4 años es de 5691 habitantes, por lo que la población que potencialmente puede consumir los servicios de la guardería es de **6,867 infantes**.

Análisis:

El total poblacional del distrito y la cantidad de habitantes menores de 04 años es considerable en comparación con otros distritos de la Provincia.

Conclusión:

OPORTUNIDAD

c) Consideraciones técnicas

Para la apertura y operatividad, es necesario seguir los siguientes pasos:

Definir el servicio

Para iniciar este negocio se debe pensar qué servicios adicionales puede ofrecer además de cuidar a los niños; por ejemplo, movilidad (recogerlos y llevarlos a sus casas), lonchera, juegos, etc. La guardería ANQAWAWA pretende ofertar un servicio de circuito cerrado de video vigilancia, mismo que podrá ser visualizado en tiempo real por los padres de familia y apoderados en sus aparatos tecnológicos conectados a internet como celulares, smarphone, tablets, lap top, etc.

Elegir el cliente

En una guardería suele atenderse a niños de 03 meses a 03 años, mientras que las niñeras cuidan desde bebés recién nacidos hasta púberes de 11 años. Los clientes son padres que no disponen de tiempo.

Establecer la ubicación

Su guardería debe instalarse en el distrito donde ubique a sus clientes potenciales, para facilitar que los adultos encargados del niño puedan llevarlo y recogerlo sin desviarse mucho de su camino hacia el trabajo.

La formalización

Las guarderías dependen de las Unidades de Gestión Educativa Local (UGEL) que son las encargadas de formular los requisitos necesarios para que las personas puedan comenzar en este negocio. Los requisitos exigidos son cunas, área de biberones, bañeras, aulas de estimulación temprana, aula de recreo, entre otras cosas, no olvide la licencia de funcionamiento municipal y los requisitos de la Superintendencia de Administración Tributaria (SUNAT).

Equipos y mobiliario

Necesitará de una decoración apropiada para los niños; paredes con dibujos de colores vivos, alfombras para que puedan moverse sin estar en contacto con el suelo, sillas y mesas pequeñas, abundante material didáctico apropiado para diferentes edades, etc.

Ubicar los proveedores

Con cierta frecuencia deberá adquirir juguetes, material didáctico, muebles, mantenimiento de equipos, etc. Debe encontrarlos cercanos y cuidando que no sean tóxicos, no querrá tener problemas de alergia o intoxicación con algún niño y sus padres.

Contratar personal

El personal debe ser cuidadosamente seleccionado ya que estará en contacto directo con los niños. Dependiendo de la atención que se les dé los niños se acostumbrarán o no al lugar. Los candidatos ideales son profesores especializados en educación inicial. Como auxiliares puede contratar a alumnos de institutos o universidades que estudien la misma profesión.

Capacitación del personal

El personal debe estar muy bien presentado. Los uniformes deben mantenerse pulcros, este detalle influirá mucho en la imagen. Antes de iniciar sus actividades, prepare un manual de funciones que indique las responsabilidades. Además debe capacitar a sus trabajadores en primeros auxilios para que puedan actuar en caso de emergencia.

Lanzamiento y promoción

Puede promover su servicio mediante avisos en tiendas y establecimientos comerciales cercanos así como repartiendo volantes en su barrio, urbanización o distrito. Para incentivar a los futuros clientes haga ofertas, como recoger al niño sin ningún cargo adicional. Es posible utilizar los medios tecnológicos a su disposición que no representan costos, como las páginas Web, el Facebook, el twiter, el whatsapp, etc.

Ajustes

Una de las herramientas más efectivas para controlar la eficiencia de sus servicios es pedir a los padres que respondan encuestas. Por medio de éstas, los clientes podrán calificar el servicio y dar ideas que podrían ser implementadas. Las reuniones con el mismo personal y las dinámicas de grupos también son efectivas.

Análisis:

La infraestructura existente cuenta con todas las condiciones físicas para la puesta en marcha y operación de una guardería.

Conclusión:

FORTALEZA

ESTUDIO DE MERCADO

Para la formulación del estudio de mercado se deben tener en cuenta cinco aspectos importantes:

- a) El consumidor y las demandas actuales y proyectadas del mercado; este estudio debe analizar las características, preferencias, hábitos de consumo y motivaciones de los consumidores potenciales que consumirá el servicio, todo esto para poder establecer una estrategia comercial en base a su perfil.
- b) El análisis de la demanda para determinar el número posible de consumidores que podrían adquirir el servicio.
- c) La competencia ya que la estrategia comercial que se determine para el proyecto tiene que ir relacionada con el comportamiento positivo y negativo de la misma; de igual manera se debe analizar las ofertas actuales y proyectadas del mercado.
- d) La comercialización del servicio para poder establecer una adecuada estrategia comercial para el proyecto.
- e) El análisis de los proveedores y la disponibilidad y precio de los insumos actuales y proyectados.

(Sapag Chain 2005)

4.1.1. Descripción del servicio

La guardería ANQAWAWA es una propuesta para la instalación de una empresa especializada en el cuidado de infantes que por su edad todavía no ingresan al sistema escolar, es decir, se encuentran entre los 03 meses y los 03 años de edad, por la ubicación de la propiedad disponible y por su intenso movimiento comercial, su ámbito de influencia es el distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa y tiene como estrategia de diferenciación la instalación de un circuito cerrado de cámaras de video vigilancia ubicado en los diferentes ambientes de la guardería cuyas imágenes podrán ser visualizadas en tiempo real por los padres de familia y tutores de los infantes a fin de que en todo momento puedan estar al tanto de los progresos y sobre todo la seguridad de sus niños.

Análisis:

Al tratarse de un proyecto para la apertura de una nueva empresa especializada en el cuidado de infantes, se debe posicionar en las preferencias de los consumidores.

Conclusión:

DEBILIDAD

Para la instalación de esta empresa se cuenta con una propiedad de 150 m² y dos niveles que totalizan un área construida de 195m², en los lotes 26 y 27 de la Asociación de Vivienda Alfonso Ugarte, Manzana K 1, se encuentra ubicada frente al parque Jorge Chávez en las inmediaciones de los edificios de FONAVI. Siendo una zona densamente poblada con un sector comercial pujante y consolidado, donde se aprecia claramente que ambos cónyuges laboran a tiempo completo.

Análisis:

La zona de influencia presenta un pujante sector comercial, donde se aprecia que los dos padres destinan una jornada laboral completa a sus actividades.

Conclusión:

OPORTUNIDAD

Características del servicio

El servicio de guardería contará con:

- Personal profesional capacitado para el cuidado de los niños
- Servicio de video vigilancia conectado a los aparatos tecnológicos de los padres de familia y tutores.
- Áreas de aprendizaje:

- Lactantes: 3 meses a 11 meses
 - Maternales: 12 meses a 18 meses
 - Caminantes: 19 meses a 24 meses
 - Medianos: 25 meses a 36 meses
- Instalaciones adecuadas para cada área con los respectivos materiales psicomotrices para las mismas.
 - Lugar de esparcimiento y recreación.
 - Jornada Completa desde las 7:00 am hasta las 16:00 pm de Lunes a Viernes
 - Permisos Legales
 - Métodos innovadores: Estimulación Temprana, Terapias de Lenguaje y Psicomotrices.
 - Servicio de Comedor.

Análisis:

Las características de nuestro servicio de guardería permiten brindar una atención integral que incentive el óptimo desarrollo psicomotriz del infantes.

Conclusión:

FORTALEZA

4.1.2. Microentorno

4.1.2.1. Administración estratégica

El proceso de administración estratégica, dinámico por naturaleza, está formado por el conjunto de compromisos, decisiones y actos que la empresa necesita llevar a cabo para alcanzar la competitividad estratégica y obtener utilidades superiores al promedio.

Se define como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multidisciplinarias que permiten que una empresa alcance sus objetivos. Como lo sugiere esta definición, la administración estratégica se enfoca en integrar la administración, el marketing, las finanzas y la contabilidad, la producción y las operaciones, la investigación y el desarrollo y los sistemas de información, para lograr el éxito de una organización. (*Valdez, 2014*).

Desarrollo:

A nivel de gestión estratégica, se tomarán en cuenta las principales bases:

- Documentos de gestión estratégica necesarios
 - Plan Estratégico Institucional (PEI)
 - Plan de marketing
 - Manual de Operaciones y Funciones (MOF)
 - Manual de Identidad.

Medición:

A nivel de Administración estratégica:

CUADRO No 02
NIVEL DE MEDICION ESTRATEGICA

	Formulado	Implementado	Actualizado
GESTIÓN ESTRATÉGICA			
PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL (PEI)	NO	NO	NO
PLAN DE MARKETING	NO	NO	NO
MANUAL DE OPERACIONES Y FUNCIONES (MOF)	NO	NO	NO
MANUAL DE IDENTIDAD	NO	NO	NO

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Análisis:

La guardería ANQAWAWA se encuentra en un estado de gestión estratégica nula, No se cuenta con un PEI que oriente a cumplir los objetivos de la organización, tampoco con un manual administrativo ni manual de identidad corporativa.

Conclusión:

DEBILIDAD.

Establecimiento

Establecimiento comercial es el espacio físico donde se ofrecen bienes económicos (servicios o mercancías) para su venta al público. También se conoce como local comercial, punto de venta, tienda o comercio (teniendo estos últimos términos otros significados). *(Rodriguez, 2011)*.

Se debe tener en cuenta que nuestra empresa cuenta con un local propio que cuenta con las condiciones físicas adecuadas y se adecuará implementándolo con mobiliario y equipo de tal manera que tenga las condiciones ideales para el aprestamiento de los infantes de acuerdo a su edad (Lactante, maternal, caminante y mediano). Este local se encuentra ubicado estratégicamente en el distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, en una zona de gran movimiento comercial, frente a un parque, este local puede ser acondicionado para brindar un servicio especializado de guardería, sin preocuparse por que la inversión inicial no tenga el retorno por problemas de alquiler de local.

Análisis:

La empresa cuenta con un local propio con las condiciones físicas adecuadas y una ubicación estratégica.

Conclusión:

FORTALEZA

4.1.2.2. Clientes/consumidores

Como se mencionó anteriormente, 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 por 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.

Dentro de este escenario encontramos a dichos padres de familia con una descripción correspondiente a los estilos de vida:

Progresistas, hombres que buscan permanentemente el progreso personal o familiar. Aunque están en todos los NSE, en su mayoría son obreros y empresarios emprendedores (formales e informales). Los mueve el deseo de revertir su situación y avanzar, y están siempre en busca de oportunidades. Son extremadamente prácticos y modernos, tienden a estudiar carreras cortas para salir a producir lo antes posible. *(Arellano 2015)*

Modernas, mujeres que trabajan o estudian y que buscan su realización personal también como madres. Se maquillan, se arreglan y buscan el reconocimiento de la sociedad. Son modernas, reniegan del machismo y les encanta salir de compras, donde gustan de comprar productos de marca y, en general, de aquellos que les faciliten las tareas del hogar. *(Arellano 2015)*

Formales, hombres trabajadores y orientados a la familia que valoran mucho su estatus social. Admiran a los Sofisticados, aunque son mucho más tradicionales que estos. Llegan siempre un “poco tarde” en la adopción de las modas. Trabajan usualmente como oficinistas, empleados de nivel medio, profesores, obreros o en actividades independientes de mediano nivel. *(Arellano 2015)*

Dentro de este contexto, debemos diferenciar propiamente a los consumidores y a los clientes, así tenemos:

Consumidores; son los niños mayores de 03 meses y menores de 03 años, pertenecientes a ambos sexos, que tengan sus viviendas o los centros laborales de sus padres en el distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa.

Clientes; Padres de familia que tengan niños menores de 03 años y mayores de 03 meses, que vivan o trabajen en el distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, que no tengan la posibilidad de dejar el cuidado de sus hijos con algún familiar o que deseen que sus hijos sean incentivados en sus habilidades psicomotrices mediante un cuidado especializado, mismos que a su vez se preocupan por supervisar los avances periódicos y sobre todo la seguridad de sus infantes.

4.1.2.3. Proveedores

Teniendo en cuenta el giro del negocio, es necesario contar con proveedores tanto para los materiales y equipos necesarios para la apertura de la empresa, como proveedores para el trabajo operativo. Así tenemos:

Proveedores de Cámaras de Video Vigilancia; se debe tener en cuenta una empresa que provea, instale y mantenga las cámaras de vigilancia, mismas que se encontrarán estratégicamente instaladas en los diferentes ambientes de la guardería y cuya señal estará disponible en los aparatos tecnológicos de los padres de familia y apoderados, las principales empresas especializadas son:

CAMARAS DE VIGILANCIA TACNA

VENTA E INSTALACION DE CAMARAS DE VIGILANCIA CON GRABADORES DIGITALES O IP INSTALACION DE CERCOS ELECTRICOS Y ALARMAS CON DISCADOR TELEFONICO Y PORTONES LEVADIZOS.



SODIMAC



Kit 8 cámaras de seguridad + DVR para grabación
Precio normal: S/ 1,879.90 C/U



DVR con disco duro para grabación
Precio normal: S/ 809.90 C/U



Cámara de seguridad inalámbrica con audio
Precio normal: **S/ 299 C/U**



Cámara de seguridad a color con visión nocturna
Precio normal: **S/ 229.90 C/U**



SEGUCORP

SEGUCORP PERU en una empresa conformada por especialistas con más de 10 años de experiencia, nuestra empresa está preparada para desarrollar todo tipo de proyectos sin importar el tamaño de su empresa o la complejidad de sus necesidades para ello contamos con ingenieros y técnicos que lo ayudaran a tomar la decisión

**VEALO
DESDE SU
CELULAR**



adecuada en la implementación de su proyecto de seguridad.

Entre nuestros clientes tenemos Hogares, Pymes, Mypes, Grandes Empresas y Entidades Estatales.

Todos ellos satisfechos con el trabajo realizado y con la rápida atención post venta.

Proveedores de material didáctico; Se requiere de un proveedor de juguetes y material didáctico que contribuyen al servicio de estimulación temprana en una guardería, así tenemos que el principal proveedor especializado es:



998 165 335

www.rebote.com.pe

Proveedores de muebles; Toda guardería debe contar con mesas, sillas, cunas, armarios entre otros muebles que por seguridad, estética y durabilidad se recomienda sean de madera, para esto se cuenta con un gran número de carpinterías que laboran en la avenida principal de la misma zona de influencia.

Proveedores de materiales de trabajo; Considerando la edad de los infantes que serán atendidos en nuestra guardería, será necesario contar con una provisión permanente de pañales, leche, biberones, talco, aceites, entre otros productos para infantes.

Análisis:

Para todos los casos se cuenta con proveedores locales, y la logística no representa mayores problemas de abastecimiento.

Conclusión:

FORTALEZA

4.1.2.4. Mercado

El distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa fue creado el 03 de febrero del 2001 por decreto de ley No. 27415, en lo que antiguamente se conocía como centro poblado Nueva Tacna. El distrito fue creado a pedido de las organizaciones poblacionales quienes solicitaban la distritalización del denominado Cono Sur de la ciudad de Tacna.

Actualmente en el Distrito propiamente dicho hay 68.989 habitantes de los cuales 35,016 son mujeres y 33,973 son hombres. Por lo tanto, el 49,24 por ciento de la población son hombres y el 50,76 mujeres. Los niños entre 1 y 11 meses son 1,176 habitantes, mientras

que la población entre 1 y 4 años es de 5691 habitantes, por lo que la población que potencialmente puede consumir los servicios de la guardería es de **6,867 infantes**.

Este mercado posteriormente será segmentado teniendo consideraciones socioeconómicas, etáreas, psicográficas entre otros factores que permitan estimar el tamaño del segmento potencial.

Análisis:

El distrito tiene alta densidad poblacional, teniendo un amplio segmento objetivo

Conclusión:

OPORTUNIDAD

4.1.2.5. Competidores

Competencia directa

Considerando las guarderías dentro del área de influencia como competencia directa y teniendo en cuenta que existen 06 empresas especializadas, es oportuno mencionar las siguientes empresas:

CUADRO No 03
GUARDERÍAS UBICADAS EN EL DISTRITO
CORONEL GREGORIO ALBARRACIN LANCHIPA

GUARDERÍA, CUNA O JARDÍN
<p>1. Estrellita de Belén Modalidad: Cuna / Guardería, Nido / Jardín / Kinder Dirección: Alfonso Ugarte mz d1 lote 32 - Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa Teléfono: 401824 Gestión: Particular</p>
<p>2. Hans Bruning Modalidad: Cuna / Guardería, Nido / Jardín / Kinder Dirección: Avenida Circunvalación sur este s/n - Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa Gestión: Particular</p>
<p>3. Hugo Mitchell Modalidad: Nido / Jardín / Kinder Dirección: Pago Arunta s/n - Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa Gestión: Particular</p>
<p>4. Daniel Alcides Carrión Nido / Jardín / Kinder Dirección: Calle Eduardo Pérez gamboa e-7 - Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa. Teléfono:407960 Gestión: Particular</p>
<p>5. Kinderland Modalidad: Nido / Jardín / Kinder Dirección: Santa lucia mz a lote 1 - Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa Teléfono:401431 Gestión: Particular</p>

FUENTE: ELABORACION PROPIA

ANÁLISIS:

Existe competencia en la zona, representada por empresas especializadas con nombres posicionados en el segmento objetivo

CONCLUSIÓN:

AMENAZA

4.1.2 Macroentorno.

4.1.2.1. Factores Económicos

Actualmente Gregorio Albarracín Lanchipa, es uno de los distritos más jóvenes de la región Tacna. Su superficie es de 175.6 kilómetros cuadrados representa aproximadamente el 1.2% de la extensión departamental y se ubica a 800 metros sobre el nivel del mar. Limita por el norte con el distrito de Tacna, por el este con el distrito de Pocollay, por el suroeste con Tacna. Hoy suman más de 70 las zonas entre juntas vecinales y asociaciones de vivienda sin contar las 80 asociaciones de vivienda del Programa Municipal Pampas de Viñani que está aún en manos de la Municipalidad Provincial de Tacna.

La denominación de cono sur parte precisamente de la constante migración del centro hacia lo que es Gregorio Albarracín no obstante la carencia de servicios más apremiantes donde sus primeros colonos apostaron por mejores posibilidades de desarrollo.

A la fecha el distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa se encuentra en un franco proceso de crecimiento demográfico,

económico, político, empresarial y social, y se encuentra acorde con el crecimiento que presenta la economía peruana en su conjunto, al respecto es importante señalar las siguientes características macroeconómicas que permitirán otorgarle viabilidad y sostenibilidad comercial a la presente intervención.

La Economía en el Perú. Se define en las proyecciones más halagüeñas que suponen un crecimiento de 6% anual en promedio, siendo concordante con el crecimiento de los últimos 10 años, lo que permitiría, como menciona Enzo De Filippi, Jefe del gabinete de asesores del MEF, seguir generando empleo, aunque para César Peñaranda, director del Instituto de Economía de la Cámara de Comercio de Lima, nuestro foco también debe estar en derrotar la pobreza, para lo que debemos retomar nuestro crecimiento potencial y aspirar a lograr un PBI por encima de 5,5% para cumplir dicho objetivo. *(Comercio, 2015)*.

Según los indicadores macroeconómicos del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) y el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), se aprecia que en la última década el Perú viene creciendo a un ritmo promedio de 6% anual, esto implica que el consumo crece a un ritmo similar en

nuestro país, lo que genera grandes oportunidades de emprendimiento para los empresarios que se suman a la Población Económicamente Activa (PEA) al concluir sus estudios o al tener acceso a capital de trabajo.

Dentro de este contexto nacional, la provincia de Tacna se ve particularmente beneficiada por ser escenario directo de grandes inversiones producto de las empresas mineras, el sector comercio y el incremento del turismo proveniente del vecino país de Chile. Todo este auge económico originó la apertura de nuevos negocios como Restaurantes, Hoteles, Agencias de viaje, Apartahoteles, Institutos superiores, Universidades, Empresas de paseos locales, Empresas de radio taxis, Servicios profesionales de la salud, Venta de ropa, Perfumería y Bisutería, Centros educativos en todos los niveles, entre otro tipo de micro, pequeñas y medianas empresas que necesitan publicitarse para darse a conocer entre su mercado objetivo e incrementar sus volúmenes de venta.

Toda este conjunto de tendencias en la economía nacional y local hace propicia la apertura de nuevos emprendimientos como la guardería ANQAWAWA, que tiene un gran mercado objetivo potencial por la cantidad de padres de familia que

trabajan a tiempo completo y se suman al pujante sector empresarial de nuestra ciudad.

Análisis:

La economía presenta una tendencia de crecimiento en término de los principales indicadores macroeconómicos, lo que significa un incremento en la capacidad de consumo y crecimiento empresarial, esto permite tener mayor cantidad de potenciales clientes.

Conclusión:

OPORTUNIDAD

4.1.2.2. Factores Políticos

Se debe tener en cuenta que el reglamento del sector de educación, obliga a la asistencia al nivel inicial desde los 03 años edad, así que para poder matricular a un infante en el nivel primario, es obligatorio que el infante haya cursado los niveles de 3, 4 y 5 años.

Esta situación ocasiona que los niños y niñas se integren al sistema educativo cada vez a edad más temprana.

Por otra parte, se debe considerar la Resolución Ministerial 0622-2013-ED que indica que la matrícula escolar para los niños de primero y segundo ciclo de educación inicial se

realizará de manera flexible en cualquier época del año y de acuerdo a la necesidad de las familias y de los estudiantes, ubicándolos en los grupos de edad que corresponda.

Así lo establece la directiva del Ministerio de Educación que aprueba las “Normas y Orientaciones para el desarrollo del Año Escolar 2016 en Educación Básica”, la que establece los lineamientos nacionales para la planificación, desarrollo y supervisión de las actividades lectivas en dicho año.

La norma señala que los niños deben ser ubicados en los grupos de edad que les corresponda. Por ejemplo, a los que cumplen 03 años de edad al 31 de marzo serán promovidos de manera automática al segundo ciclo.

El director de la Institución Educativa o profesora coordinadora a cargo de los programas son los responsables de asegurar la matrícula de los niños y niñas en el aula que les corresponde según su edad cronológica.

PROHIBIDO PROCESOS DE ADMISIÓN

La norma legal, publicada en el diario El Peruano, también señala que en los procesos de admisión, inscripción, ingreso y/o matrícula en educación inicial y primer grado de primaria, está prohibido someter al niño a procesos de evaluación.

Agrega que en el caso de la institución educativa cuya oferta de vacantes sea inferior a la demanda, los criterios de prioridad deberán basarse en aspectos que no involucren las capacidades y características del niño postulante.

ANALISIS:

El Reglamento de educación, obliga a que los niños se integren al sistema educativo cada vez a edad más temprana.

CONCLUSION:

OPORTUNIDAD

4.1.2.3. Factores Tecnológicos

El presente emprendimiento pretende aprovechar que el acceso a la tecnología y aparatos de última generación, se vuelve cada vez más fácil y común para las personas naturales y para las empresas que hacen uso de los aparatos tecnológicos a fin de optimizar sus procesos y lograr mayor eficiencia en su producto o servicio final.

Justamente la estrategia de diferenciación de este proyecto se basa en la instalación de cámaras de video vigilancia oportunamente ubicadas en la guardería ANQAWAWA, a fin de que los padres de familia y apoderados puedan observar en tiempo real los avances y sobre todo controlar la seguridad de sus menores hijos.

Se debe tener en cuenta que los mismos padres y tutores deberán contar con los aparatos tecnológicos que permitan visualizar las imágenes de las cámaras de video vigilancia en tiempo real, además deberán conocer la forma en que se utiliza este servicio.

El contexto tecnológico de la zona de influencia del proyecto, identificada como el distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa en lo referente al uso de aparatos tecnológicos se encuentra ampliamente difundido por lo que no presenta dificultad en ese aspecto.

Análisis:

Los aparatos tecnológicos se encuentran ampliamente difundidos en el área de influencia del proyecto, lo que permitirá fácilmente el consumo del servicio diferenciado de la guardería.

Conclusión:

OPORTUNIDAD

4.1.2.4. Factores Sociales

Considerando el escenario de crecimiento económico, donde las necesidades laborales y culturales han propiciado un tipo

de vida, donde cada vez más la mujer se encuentra presente 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 en algunas familias.

Tradicionalmente, la familia como célula fundamental de la sociedad, era 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 manos de la sociedad, a través de otros agentes sociales, como profesores, educadores, monitores y los medios de comunicación a los que tengan acceso como radio, televisión, internet, etc.

Actualmente a nivel de la sociedad, se valora mucho tener habilidades sociales adecuadas y la capacidad de respuesta asertiva, o lo que se denomina inteligencias múltiples, siendo éste un momento propicio para su comienzo. El desarrollo afectivo y emocional y la posibilidad de establecer relaciones con otros, siendo ésta una necesidad de los niños.

Este contexto social que se deriva principalmente de las condiciones actuales de los mercados laborales, obligan a los

padres de familia a encargar el cuidado de sus menores hijos a personas y empresas especializadas en estos menesteres.

Obviamente al verse obligados a separarse de sus hijos, se genera una preocupación por su seguridad tanto física como emocional, se debe considerar que por la edad de estos infantes muchos de ellos todavía no pueden comunicarse adecuadamente por lo que no pueden contar a sus padres sobre un eventual maltrato o informar sobre los avances que se hayan logrado en una guardería.

Todas estas circunstancias generaron la idea de ofrecer un servicio de guardería que mantenga a los padres conectados con sus menores hijos, a través de sus teléfonos móviles, tablets o computadores portátiles.

Análisis:

La situación socio laboral de los padres de familia los obliga cada vez con mayor frecuencia a encargar el cuidado de sus hijos a una empresa especializada.

Conclusión:

OPORTUNIDAD

4.1.2.5. Factores Ecológicos y Medioambientales:

El impacto de las actividades de la guardería ANQAWAWA en la ecología y medio ambiente de la Región Tacna en general y el distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa en particular, es totalmente inocuo dado que, por su naturaleza no se fabrica producto alguno que genere desperdicios, sobras y/o excedentes peligrosos o en cantidades significativas. Tampoco genera contaminación visual o acústica que afecte a la calidad de vida de la población.

Análisis:

El trabajo de la guardería es inocuo para el medioambiente.

Conclusión:

FORTALEZA

4.1.3. Análisis de la demanda objetivo

Para la determinación del segmento objetivo de la guardería ANQAWAWA se utilizaron los siguientes criterios de segmentación:

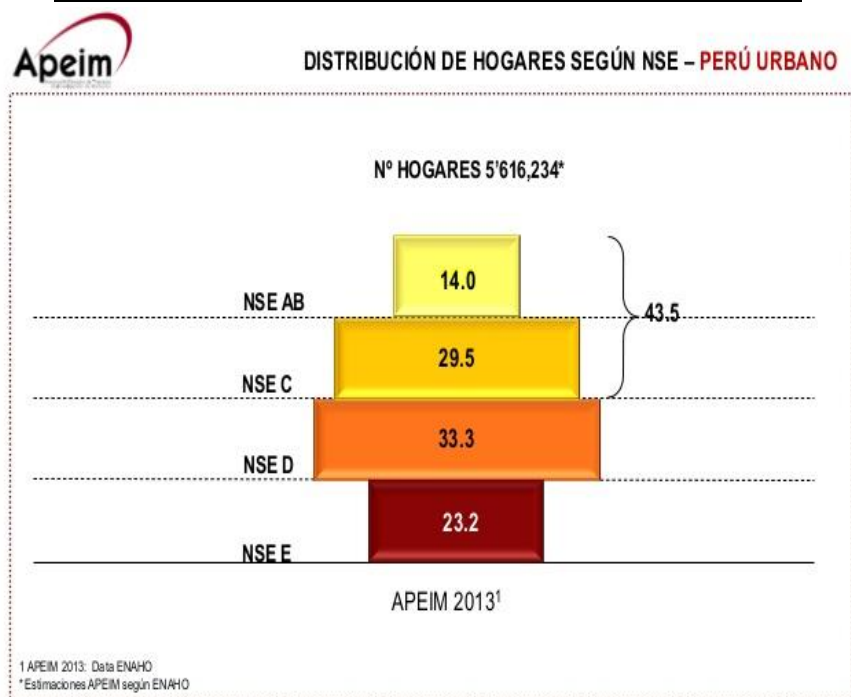
4.1.3.1. Segmentación por nivel socioeconómico.

Es la segmentación más utilizada e implica el nivel de ingresos, ocupación, hábitos de consumo de los pobladores,

posesión de bienes muebles e inmuebles, materiales de la vivienda, nivel de hacinamiento, entre otras.

Según la Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercado (APEIM), la distribución de los segmentos socio económico de consumo, se divide porcentualmente de la siguiente manera:

GRAFICO No 03
DISTRIBUCION DE HOGARES POR SEGMENTOS



Como se aprecia, a nivel nacional los segmentos A, B y C que son los que concentran la mayor capacidad de consumo y por lo tanto presentan mayor interés para las empresas suman el 43.5% del total poblacional.

Dentro de este contexto, y en mérito al estudio de mercado realizado a través de la encuesta del presente proyecto, es posible afirmar que la mayor concentración de potenciales clientes, se encuentran entre los siguientes segmentos:

I. Clase Alta y Media Alta (NSE A y B)

Las personas que pertenecen a estos niveles socioeconómicos se caracterizan principalmente por:

- **Actividad:** Socios/dueños de PYME's, directivos de PYME's, gerentes de segunda línea de empresas grandes o medianas, profesionales independientes con ocupación plena, docentes universitarios con ocupación plena, rentistas.
- **Educación:** terciaria o universitaria (completa o no), pública o privada, posgrado.
- **Alimentos:** compras en supermercados e hipermercados, productos de primeras marcas, bebidas envasadas, salidas a restaurantes y comida rápida.
- **Transporte:** uno o dos automóviles, taxis y remises.
- **Esparcimiento:** tecnología, salidas a cines y teatros, actividades culturales, fines de semana en countries o el campo, gimnasio, spa.

- **Vacaciones:** viajes la playa, viajes ocasionales en avión y al exterior, cruceros, viajes en vacaciones de verano y de invierno.
- **Ahorro y dinero:** ahorro de 15% de los ingresos Salud: medicina prepaga, obras sociales. (Alvarez, 2010).

II. Clase media típica (NSE C)

- **Actividad:** empleados, jefes de empresas chicas, cuentapropistas, docentes, jubilados con estudios terciarios completos.
- **Educación:** secundaria completa, universitaria o terciaria incompleta, pública.
- **Alimentos:** compras en supermercados y tiendas de descuento, productos premium y de primeras marcas (70%) en combinación con productos de segundas marcas (30%), bebidas envasadas, comidas ocasionales en restaurantes y comida rápida.
- **Transporte:** Auto usado o O Km pequeño, transporte público.
- **Esparcimiento:** televisión, cine, asados de fin de semana, fútbol, tenis, salidas a quintas, gimnasio de barrio, club.
- **Vacaciones:** una vez al año en verano, dentro del país.
- **Ahorro y dinero:** ahorro de 10% de los ingresos, sólo para compras de corto plazo.

- **Salud:** medicina prepaga, obras sociales, pública. (*Alvarez, 2010*).

Análisis:

Los segmentos objetivos de la guardería ANQAWAWA son los segmentos A, B y C, mismos que representan el 43.5% de la población total.

Conclusión:

OPORTUNIDAD

4.1.3.2. Segmentación psicográfica – conductual.

Analiza características como el Nivel Cultural, la Personalidad, los Estilos de Vida, las Creencias religiosas, el Tipo de trabajo, la forma de vestir, las tradiciones, entre otros aspectos conductuales de los usuarios (*Arellano 2015*).

Teniendo en cuenta aspectos como el nivel cultural, la personalidad o el estilo de vida, es necesario considerar que las personas que requieren los servicios de una guardería son los adultos y los adultos jóvenes que tienen hijos menores de 03 años. Dentro de este contexto podemos considerar los siguientes segmentos:

- I. **Los Sofisticados:** Segmento mixto, con un nivel de ingresos más altos que el promedio. Son muy modernos, educados, liberales, cosmopolitas y valoran mucho la imagen personal. Son innovadores en el consumo y cazadores de tendencias. Le importa mucho su estatus, siguen la moda y son asiduos consumidores de productos “light”. En su mayoría son adultos jóvenes.

Les interesan por ejemplo, los nuevos aparatos tecnológicos encontrándose a la vanguardia de los mismos, los alimentos ecológicos, la conservación del medio ambiente, los destinos de moda para vacacionar, los espectáculos culturales y artísticos entre otros.

- II. **Los Progresistas:** Hombres que buscan permanentemente el progreso personal o familiar. Aunque están en todos los Niveles Socio Económicos, en su mayoría son obreros y empresarios emprendedores (formales e informales). Los mueve el deseo de revertir su situación y avanzar, y están siempre en busca de oportunidades. Son extremadamente prácticos y modernos, tienden a estudiar carreras cortas para salir a producir lo antes posible.

Este segmento es el cliente ideal para entidades financieras, tiendas de acabados de construcción como Maestro, Heleo,

Celima, etc. También serán el segmento objetivo de empresas que venden insumos, servicios y materiales, como riego tecnificado, alimento para animales, materiales de construcción, empresas metalmecánicas, empresas que vendan motos, automóviles, camionetas, furgonetas, tractores y demás..

III. Las Modernas: Mujeres que trabajan o estudian y que buscan su realización personal también como madres. Se maquillan, se arreglan y buscan el reconocimiento de la sociedad. Son modernas, reniegan del machismo y les encanta salir de compras, donde adquieren productos de marca y, en general, de aquellos que les faciliten las tareas del hogar.

IV. Los Formales / Adaptados: Hombres trabajadores y orientados a la familia que valoran mucho su estatus social. Admiran a los Sofisticados, aunque son mucho más tradicionales que estos. Llegan siempre un “poco tarde” en la adopción de las modas. Trabajan usualmente como oficinistas, empleados de nivel medio, profesores, obreros o en actividades independientes de mediano nivel.

Son consumidores obligados de todo tipo de productos y servicios como combustible para vehículos y su mantenimiento, telefonía fija y celular, ropa y calzado, alimentos, capacitaciones para sus carreras, espectáculos artísticos. Representan un porcentaje importante dentro de la población.

- V. Las Conservadoras:** Mujeres de tendencia bastante religiosa y tradicional. Típicas “mamá gallina”, siempre persiguen el bienestar de los hijos y la familia, y son responsables de casi todos los gastos relacionados al hogar. Se visten básicamente para “cubrirse” y solo utilizan maquillaje de forma ocasional. Gustan de las telenovelas y su pasatiempo preferido es jugar con sus hijos. Están en todos los NSE.

Los servicios de la guardería ANQAWAWA están orientados básicamente a las personas que presenten estilos de vida del segmento progresista, al segmento de las modernas y por último al segmento de los adaptados, todos ellos con la necesidad de un servicio seguro y de calidad para el bienestar y cuidado de sus hijos, requieren de una guardería de medio turno, turno completo o por horas, dependiendo de su horario laboral.

Análisis:

Los segmentos objetivos de la guardería ANQAWAWA abarcan un amplio porcentaje de la población total.

Conclusión:

OPORTUNIDAD

Segmentación geográfica

Se consideran como clientes potenciales a las personas que viven o laboran en el distrito de Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna - Perú. Se debe tener en cuenta que es uno de los distritos más poblados de la región Tacna con un total de 68,989 habitantes según el censo del 2007.

Análisis:

El distrito donde se encuentra la zona de influencia del proyecto tiene un gran número de personas que viven o tienen allí su centro de trabajo

Conclusión:

OPORTUNIDAD

Segmentación demográfica:

Hombres y mujeres mayores de 18 años de edad, solteros, convivientes o casados. Padres de familia con niños de 0 a 3 años de vida. Con trabajos que demandan gran parte de su

tiempo, que presenten estilos de vida progresistas, modernas y adaptados, con ingresos económicos mayores a los S/. 1 200.00 mensuales.

Análisis:

Demográficamente se tiene un número importante de personas que pueden ser consideradas como potenciales clientes.

Conclusión:

OPORTUNIDAD

4.1.4. Demanda del servicio:

También llamado análisis del mercado consumidor. Es un estudio minucioso de todos los detalles que rodean el consumo de un bien o servicio, el cual permite cuantificar la demanda presente y proyectar la demanda futura.

Primeramente se debe definir el servicio que prestará el proyecto, luego se definirá la demanda en función a los resultados de la sistematización de la encuesta, así tenemos:

4.1.4.1. Definición del Servicio:

El presente proyecto de inversión privada pretende detallar los requerimientos técnicos, legales, comerciales y

financieros para la gestión de una guardería destinada a la atención a tiempo completo de infantes de 03 meses a 03 años de edad.

La estrategia de diferenciación de esta guardería estará basada en la instalación de un circuito cerrado de cámaras de video vigilancia instaladas en las diferentes áreas de la guardería, las imágenes de estas cámaras podrán ser visualizadas en tiempo real por los padres de familia y tutores de los infantes en sus teléfonos móviles, tablets, computadoras portátiles y demás aparatos tecnológicos a fin de que en todo momento puedan estar al tanto de los progresos y la seguridad de sus niños. Para tal fin, se cuenta con una propiedad que tiene un terreno de 150 m² y 195 m² construidos en dos niveles, se encuentra ubicada en los lotes 26 y 27 de la Asociación de Vivienda Alfonso Ugarte, Manzana K 1.

El servicio de guardería contará con:

- Personal profesional capacitado para el cuidado de los niños
- Servicio de video vigilancia conectado a los aparatos tecnológicos de los padres de familia y tutores.
- Áreas de aprendizaje:
 - Lactantes: 3 meses a 11 meses
 - Maternales: 12 meses a 18 meses

- Caminantes: 19 meses a 24 meses
- Medianos: 25 meses a 36 meses
- Instalaciones adecuadas para cada área con los respectivos materiales psicomotrices para las mismas.
- Lugar de esparcimiento y recreación.
- Jornada Completa desde las 7:00 am hasta las 16:00 pm de Lunes a Viernes.
- Permisos Legales
- Métodos innovadores: Estimulación Temprana, Terapias de Lenguaje y Psicomotrices.
- Alimentación

4.1.4.2. Determinación de la Demanda:

Como primer paso, se debe determinar el tamaño muestral para la aplicación de las encuestas que determinen las preferencias de los consumidores, posteriormente se debe sistematizar y analizar el resultado de las encuestas para determinar las preferencias de los usuarios. Finalmente se debe cuantificar la demanda disponible y la demanda Objetivo, así tenemos:

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Variables que intervienen:

a) α = Grado de confianza

Mide la confianza en el estudio normalmente el grado de confianza es del 95%, lo que significa un margen de error del $\pm 5\%$

b) Z = Valor de Distribución Normal Estandarizada al

nivel de confianza escogido. Para fines prácticos existen tablas estadísticas que nos dan el valor de “Z”, así tenemos que los valores que forma “FINITO”, que son utilizados con mayor frecuencia. Sus respectivos valores de “z” son:

α	0.90	0.95	0.98	0.99
Z	1.645	1.96	2.33	2.575

c) p = Es la proporción de la población que tiene la característica de interés que nos interesa medir. Puede ser un dato histórico o hallado a través de una muestra piloto. Si no es calculable se asume que es 0,5, es decir, que el 50% de la población tiene la característica de interés que mediremos.

d) $q = 1-p$: Es la proporción de la población que no tiene la característica de interés.

e) E = Es el máximo de error permisible, representa la precisión que se desean de los resultados.

f) N = Tamaño de la población.

g) n = Tamaño de la muestra. Es el dato que se quiere obtener.

Si el tamaño de la población (N) es conocido, la fórmula para el cálculo del tamaño de muestra es:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{E^2(n - 1) + z^2 p \cdot q}$$

Determinación del tamaño de la población (N)

N = 68,989 habitantes

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{E^2(n - 1) + z^2 p \cdot q}$$

$$n = \frac{(0.95)^2 (0.5)(0.5)(116,497)}{(0.5)^2 (68,989) + (0.95)^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(0.9025) (0.5) (0.5) (68,989)}{(0.0025)(68,989) + (0.9025)(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{15,565.64}{172.47 + 0.225625}$$

$$n = \frac{15,565.64}{172.6981}$$

n = 90. 132091

Resultado:

Luego de aplicar las formulas pertinentes al tamaño muestral, es posible afirmar que se necesita encuestar a 90 habitantes

de manera aleatoria para lograr resultados con un 95% de confiabilidad, es decir con un margen de error estimado en \pm 5%.

DISEÑO DE LA ENCUESTA PARA 90 PERSONAS

Saludos cordiales, soy estudiante de la Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Privada de Tacna, estoy haciendo un trabajo de investigación, por favor conteste estas preguntas con sinceridad

1) Género

Hombre ()

Mujer ()

2) ¿Qué edad tiene usted?

a) Menos de 18 años ()

b) De 18 a 25 años ()

c) De 26 a 30 años ()

d) De 31 a 35 años ()

e) De 36 a 40 años ()

f) Más de 40 años ()

3) ¿Cuál es su estado civil?

a) Soltero ()

b) Conviviente ()

c) Casado ()

d) Viudo ()

4) Tiene hijos

Si () Cuántos hijos tiene _____

No () Fin de la encuesta, Gracias por su tiempo

5) ¿Qué edad tienen sus hijos?

a) Menos de 1 año ()

- b) De 1 a 2 años ()
- c) De 2 a 3 años ()
- d) Más de 3 años ()

6) ¿Usted trabaja?

- a) No ()
- b) Si () En que _____

7) ¿Cuál es su ingreso promedio mensual?

- a) Menos de S/. 800.00 ()
- b) De S/. 800.00 a S/. 1,400.00 ()
- c) De S/. 1,400.00 a S/. 2,000.00 ()
- d) De S/. 2,000.00 a S/. 2,600.00 ()
- e) De S/. 2,600.00 a S/. 3,200.00 ()
- f) De S/. 3,200.00 a S/. 3,800.00 ()
- g) Más de S/. 3,800.00 ()

8) ¿Quién cuida a sus hijos mientras usted trabaja?

- a) Un familiar ()
- b) Trabajadora del hogar ()
- c) Amigo/a de confianza ()
- d) Wawasi ()
- e) Centro de Educación Inicial ()
- f) guardería ()
- g) Colegio ()
- h) Otro _____

9) ¿Qué problemas tiene con el cuidado de sus hijos?

- a) Falta de seguridad y confianza ()
- b) Larga distancia con su domicilio ()
- c) Horario limitado de atención ()
- d) Costos altos por cuidado especializado ()
- e) Mala alimentación de su infante ()

f) Otro (Especifique) _____

10) ¿Requiere de los servicios de una institución especializada para el cuidado de sus hijo (s)?

a) Si ()

b) No ()

11) ¿Qué cualidades le gustaría encontrar en una institución especializada en el cuidado de sus hijos?

a) Seguridad y confianza ()

b) Cercanía a su domicilio ()

c) Horario amplio de atención ()

d) Alimentación y cuidado ()

e) Otro (Especifique) _____

12) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ese tipo de servicio de guardería?

a) De S/. 100.00 a S/. 150.00 ()

b) De S/. 150.00 a S/. 200.00 ()

c) De S/. 200.00 a S/. 250.00 ()

d) De S/. 250.00 a S/. 300.00 ()

e) De S/. 300.00 a S/. 350.00 ()

f) Más de S/. 350.00 ()

Datos de Control

¿Tiene usted acceso a internet durante el día, ya sea en su celular, Tablet o en una computadora?

a) SI ()

b) No ()

¿En dónde vive usted?

¿En dónde trabaja usted?

¡Muchas Gracias por su valiosa colaboración!

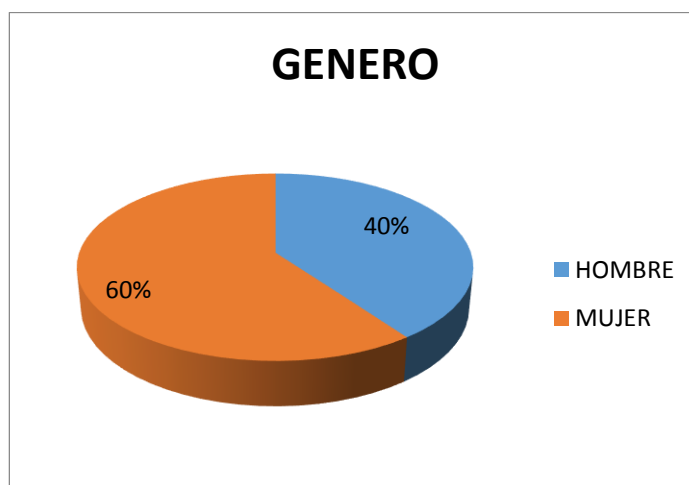
SISTEMATIZACION Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Teniendo en cuenta las respuestas de las 90 personas participantes, que fueron encuestados en el Distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, se puede realizar el siguiente análisis:

1) Género

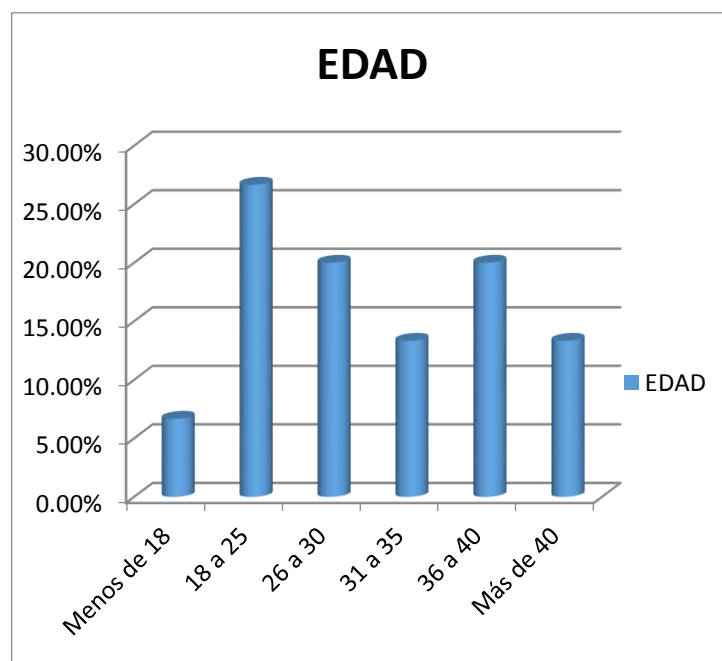
Hombre	(36)
Mujer	(54)

De los 90 encuestados, 36 fueron hombres y 54 Mujeres, lo que implica que el 40% son hombres y el 60% mujeres.



2) ¿Qué edad tiene usted?

a) Menos de 18 años	(06)
b) De 18 a 25 años	(24)
c) De 26 a 30 años	(18)
d) De 31 a 35 años	(12)
e) De 36 a 40 años	(20)
f) Más de 40 años	(12)

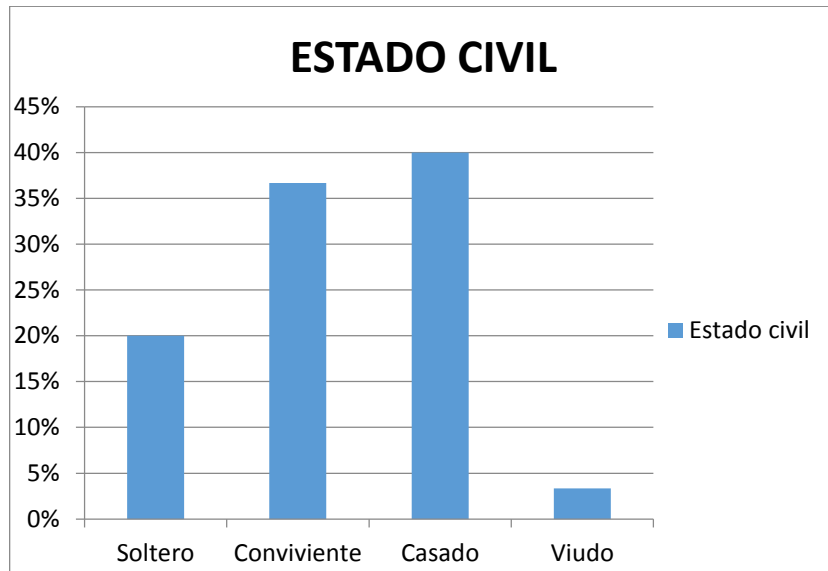


La concentración poblacional se encuentra en el segmento que tiene entre 18 y 25 años, mismos que representan el 26.66%

3) ¿Cuál es su estado civil?

Soltero ()

Conviviente	()
Casado	()
Soltero	()
Viudo	()



La mayor concentración se encuentra entre los casados (40%) y los convivientes (36.67%)

4) Tiene hijos

Si (69) Cuántos hijos tiene _____

No (21) Fin de la encuesta, Gracias por su tiempo



- a) No Tiene (21)
- b) 01 Hijo (18)
- c) 02 Hijos (27)
- d) 03 Hijos (18)
- e) 04 Hijos (06)

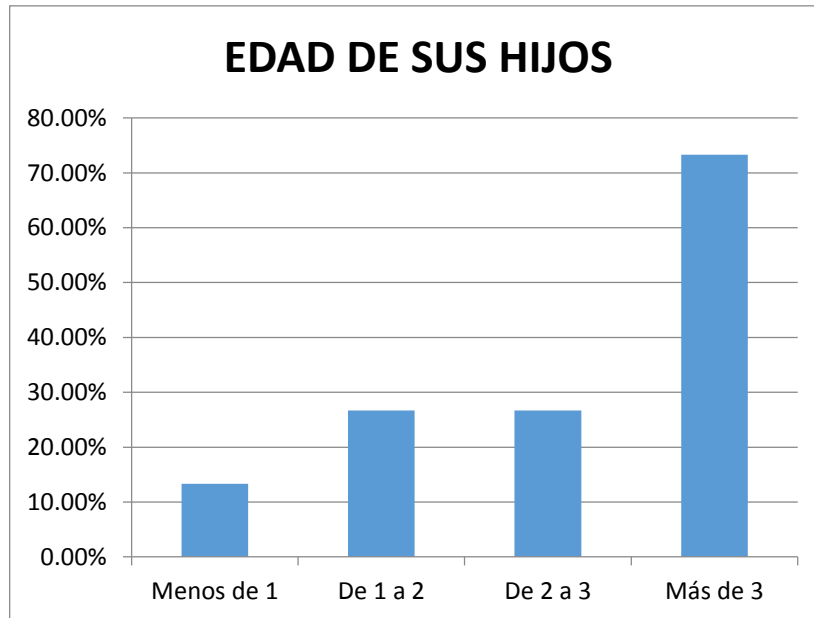


La mayor recurrencia se encuentra entre las parejas con 02 hijos (30%)

5) ¿Qué edad tienen sus hijos?

- a) Menos de 1 año (12)
- b) De 1 a 2 años (24)

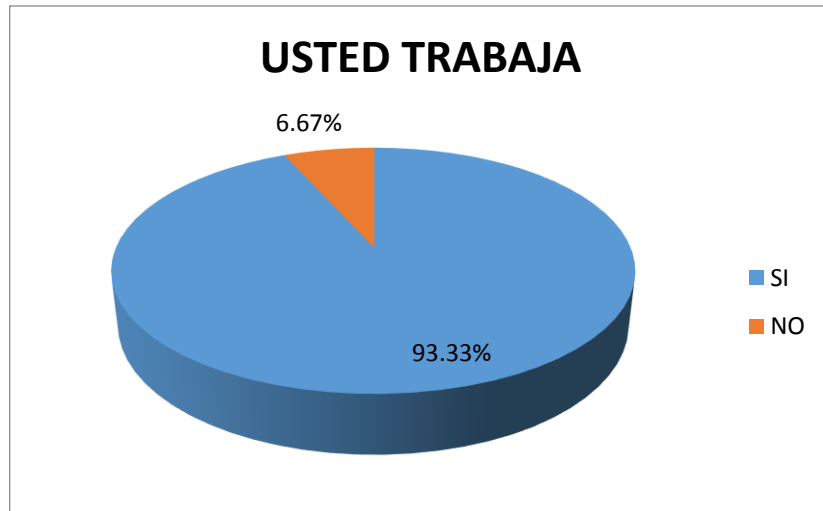
- c) De 2 a 3 años **(24)**
- d) Más de 3 años **(66)**



La mayor recurrencia está entre los hijos mayores de 03 años con un 73.33%. Al observarse que varias parejas tienen más de 01 hijo, se tiene que de 90 personas entrevistadas se contabilizaron 60 niños menores de 03 años.

6) ¿Usted trabaja?

- a) No **(06)**
- b) Si **(84)** En que trabaja_____



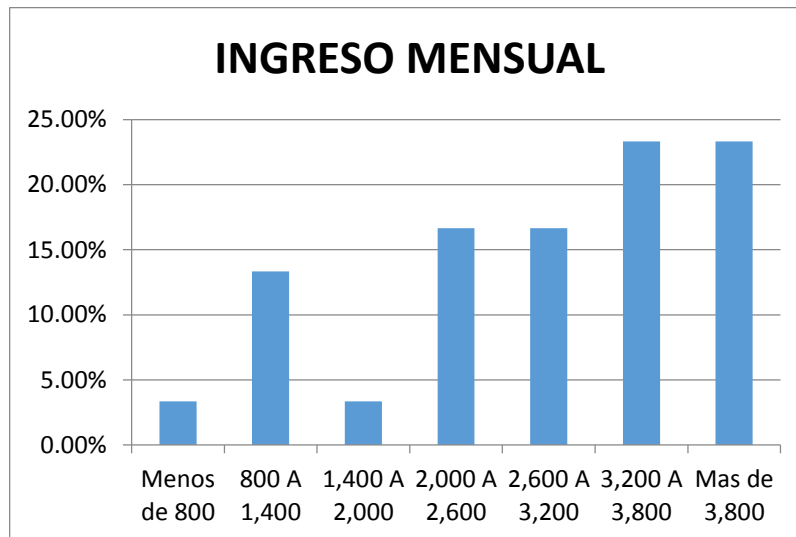
Casi la totalidad de los encuestados (93.33%) SI trabajan.



La mayor cantidad de encuestados que SI trabajan se dedican al comercio (40%)

7) ¿Cuál es su ingreso promedio mensual?

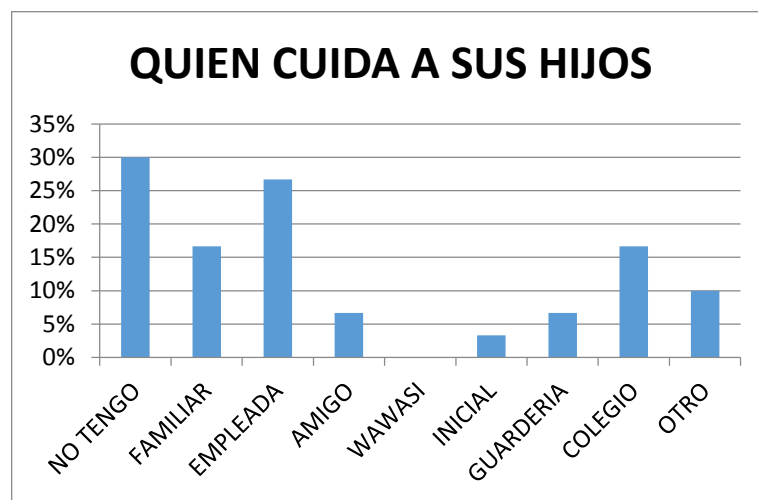
a) Menos de S/. 800.00	(03)
b) De S/. 800.00 a S/. 1,400.00	(12)
c) De S/. 1,400.00 a S/. 2,000.00	(03)
d) De S/. 2,000.00 a S/. 2,600.00	(15)
e) De S/. 2,600.00 a S/. 3,200.00	(15)
f) De S/. 3,200.00 a S/. 3,800.00	(21)
g) Más de S/. 3,800.00	(21)



La mayor cantidad de trabajadores se encuentran en los rangos que ganan entre S/. 3,200.00 a S/. 3,800.00 (23.33% y los que ganan más de S/. 3,800.00 (23.33%).

8) ¿Quién cuida a sus hijos mientras usted trabaja?

a) No tiene hijos o son mayores	(27)
b) Un familiar	(15)
c) Trabajadora del hogar	(24)
d) Amigo/a de confianza	(06)
e) Wawasi	(00)
f) Centro de Educación Inicial	(03)
g) guardería	(06)
h) Colegio	(09)



La mayor concentración está en las personas que encargan el cuidado de sus hijos a un familiar (16.67%) y a su empleada doméstica (26.66%)

9) ¿Qué problemas tiene con el cuidado de sus hijos?

- a) No tiene hijos o son mayores **(36)**
- b) Falta de seguridad y confianza **(39)**
- c) Larga distancia con su domicilio **(18)**
- d) Horario limitado de atención **(18)**
- e) Costos altos por cuidado especializado **(12)**
- f) Mala alimentación de su infante **(21)**
- g) Otro (Especifique) **(03)**

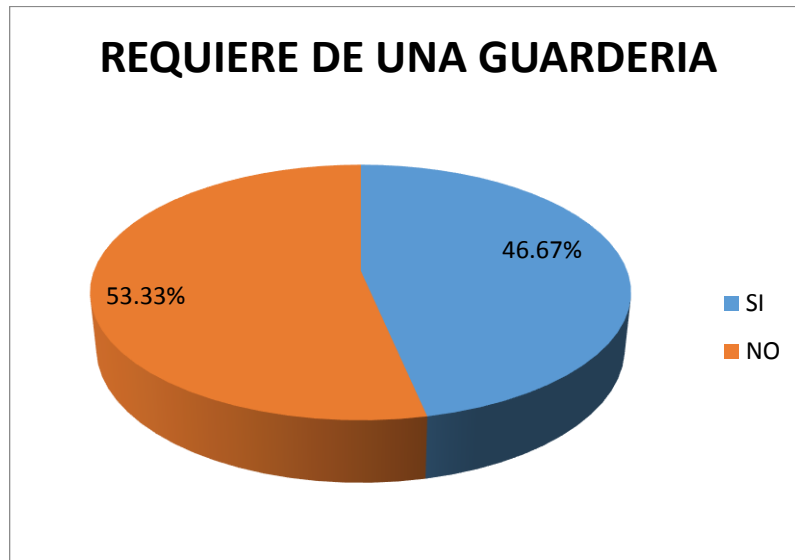


El mayor problema de los padres es la falta de seguridad y confianza en las instituciones especializadas en el cuidado de niños menores.

10) ¿Requiere de los servicios de una institución especializada para el cuidado de sus hijo (s)?

- a) Si **(42)**

b) No (48)



De las personas entrevistadas con hijos menores, el 46.67% afirmó requerir de los servicios de una institución especializada en el cuidado de infantes.

11) ¿Qué cualidades le gustaría encontrar en una institución especializada en el cuidado de sus hijos?

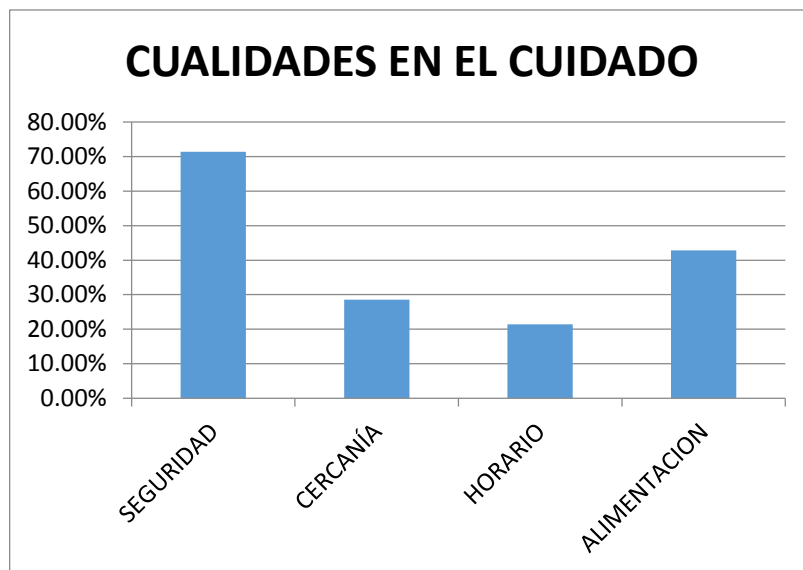
a) Seguridad y confianza (30)

b) Cercanía a su domicilio (12)

c) Horario amplio de atención (09)

d) Alimentación y cuidado (18)

e) Otro (Especifique) _____

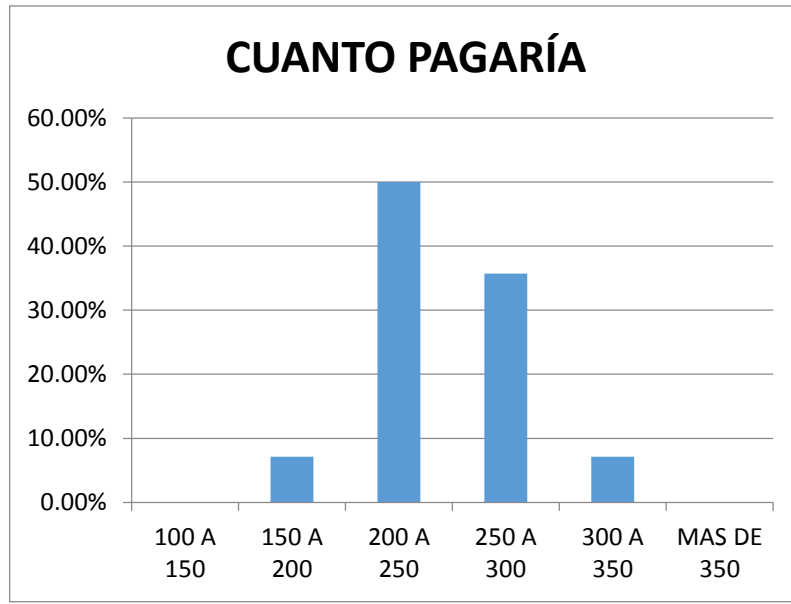


De las 42 personas que afirmaron requerir los servicios de una guardería, el **71.42%** mencionaron a la seguridad y confianza como la principal cualidad necesaria en una entidad de este giro.

También se mencionó a la alimentación y el cuidado (**42.85%**) que debe brindar la guardería a los infantes.

12) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ese tipo de servicio de guardería?

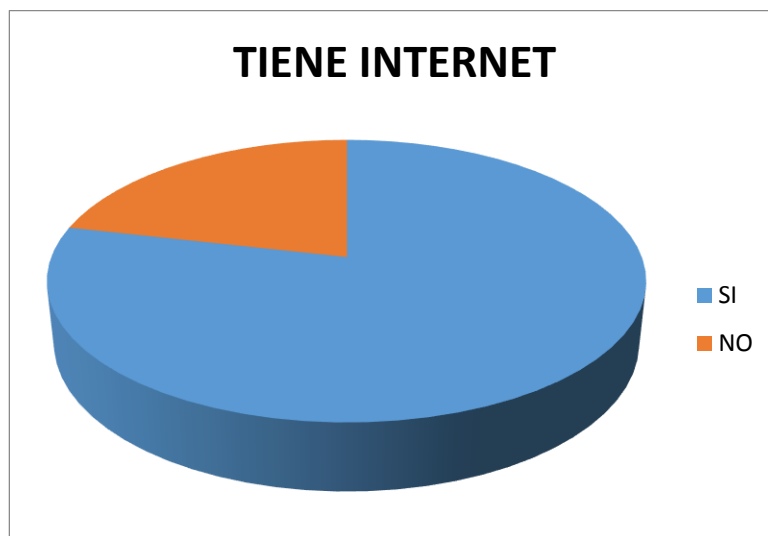
- a) De S/. 100.00 a S/. 150.00 **(00)**
- b) De S/. 150.00 a S/. 200.00 **(03)**
- c) De S/. 200.00 a S/. 250.00 **(21)**
- d) De S/. 250.00 a S/. 300.00 **(15)**
- e) De S/. 300.00 a S/. 350.00 **(03)**
- f) Más de S/. 350.00 **(00)**



La mayor cantidad de personas (50%) afirmaron estar dispuesto a pagar entre S/. 200.00 a S/. 250.00. Mientras que el 35.72% están dispuestos a pagar entre S/. 250.00 y S/. 300.00

13) ¿Tiene usted acceso a internet durante el día, ya sea en su celular, Tablet o en una computadora?

- a) SI (33)
- b) No (09)



De las 42 personas que afirmaron requerir los servicios de una guardería, 33 (78.57%) mencionaron tener acceso a internet, mientras que apenas el 21.43% dijeron no tener internet en su jornada de trabajo.

DETERMINACION DE LA DEMANDA OBJETIVO

Para determinar la Demanda de los Padres de Familia, se deben tener en cuenta 03 aspectos como son:

I. El Mercado Potencial; Que en este caso serán todos los pobladores del área de influencia de la guardería, es decir la población del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, que al ser el distrito más poblado de la provincia de Tacna totaliza **68,989 habitantes.**

II. El Mercado Disponible; Que son los habitantes que siendo encuestados evidenciaron tener hijos menores de 03 años y que además tienen la capacidad económica de adquirir el servicio de guardería. Se debe excluir a la población infantil y juvenil, además de los adultos mayores.

Se aplicarán dos criterios de segmentación que son:

a) La segmentación socioeconómica que nos indica que del total poblacional el 43.5% pertenecen a los segmentos A, B y C, que son los que tienen capacidad para adquirir los servicios de la guardería ANQAWAWA, así tenemos:

CUADRO No 04
CRITERIO DE SEGMENTACION SOCIO ECONOMICO

Población Total (Mercado Potencial)	X	Porcentaje de Segmentos Socio Económicos A, B y C.	=	Población con Capacidad adquisitiva (Mercado Disponible)
68,989 Hab.	X	43.5%(0.435)	=	30,010 Hab.

FUENTE: ELABORACION PROPIA

c) Como segundo paso se deben tener en cuenta las consideraciones etarias, pues los niños mayores de 01 mes y menores de 04 años representan el 9.95% de la población total, esto se evidencia al tener en cuenta los datos censales que nos indican que de 68,989 habitantes, 6,867 son mayores de 01 mes y menores de 04 años, así tenemos:

CUADRO No 05
CRITERIO DE SEGMENTACION ETARIA

Mercado Potencial	X	Porcentaje de habitantes entre los 18 y 60 años	=	Población con características etarias de interés
30,010 Hab.	X	9.95%(0.0995)	=	2,987 Hab.

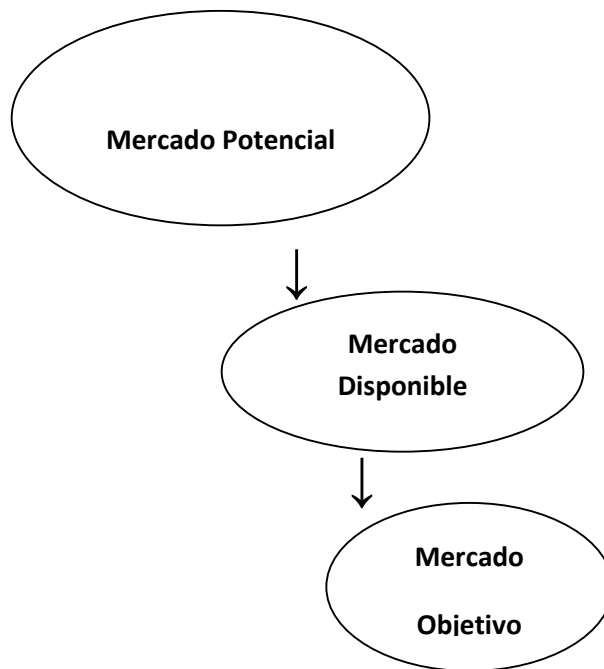
FUENTE: ELABORACION PROPIA

Resultado.- Tenemos que los infantes mayores de 01 mes y mayores de 04 años, cuyos padres pertenecen a los segmentos socio económicos A, B y C, son 2,987 infantes.

III. El Mercado Objetivo; Comprende el número de personas que según las estimaciones del equipo que formuló el Estudio de Mercado y encuesta a los habitantes del Distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, además de tener hijos menores de 03 años y contar con los recursos para adquirir el servicio de una guardería con cámaras de video vigilancia, tienen la intención de adquirir este servicio para sus menores hijos de manera efectiva, porque requieren de este servicio especializado y de las características diferenciadas que el mismo brinda.

Se calcula conservadoramente que el 10% del Mercado Disponible conformará el Mercado Objetivo lo que significa que el Mercado Objetivo se estima en **299 habitantes**.

GRAFICO No 04
CANTIDAD DE HABITANTES POR TIPO DE MERCADO



FUENTE: ELABORACION PROPIA

4.1.5. El análisis de la oferta:

También llamado Análisis del Mercado Competidor, es el estudio del conjunto de empresas que ofrecen bienes o servicios similares a los del proyecto. La competencia de una empresa incluye a aquellos productores que intentan satisfacer a los mismos clientes y necesidades de estos, realizando ofertas similares de bienes o servicios.

4.1.6. Análisis de competidores

CUADRO No 06
ENTIDADES QUE OFRECEN SERVICIO DE GUARDERÍA
EN LA ZONA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO

GUARDERÍA, CUNA O JARDÍN	
1. Estrellita de Belén	Modalidad: Cuna / Guardería, Nido / Jardín / Kinder Dirección: Alfonso Ugarte manzana d1 lote 32 Teléfono: 401824 Gestión: Particular Cantidad de alumnos en guardería: 34
2. Hans Bruning	Modalidad: Cuna / Guardería, Nido / Jardín / Kinder Dirección: Avenida Circunvalación sur este s/n - Gestión: Particular Cantidad de alumnos en guardería: 12
3. Hugo Mitchell	Modalidad: Nido / Jardín / Kinder Dirección: Pago Arunta s/n - Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa Gestión: Particular Cantidad de alumnos en guardería: 22
4. Daniel Alcides Carrión	Nido / Jardín / Kinder Dirección: Calle Eduardo Pérez gamboa e-7 . Teléfono:407960 Gestión: Particular Cantidad de alumnos en guardería: 44
5. Kinderland	Modalidad: Nido / Jardín / Kinder Dirección: Santa lucia manzana A lote 1 Teléfono:401431 Gestión: Particular

**Cantidad de alumnos en guardería:
36**

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Si tenemos en cuenta las 05 instituciones que se dedican a la atención de infantes menores de 03 años en la zona de influencia del proyecto y la cantidad de infantes en esas edades que tienen matriculados, es posible afirmar que la Oferta actual es de 148 Infantes.

CUADRO No 07
ENTIDADES QUE OFRECEN SERVICIO DE GUARDERIA
EN LA ZONA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO

INSTITUCIÓN	OFERTA N NÚMERO DE INFANTES
Estrellita de Belén	34
Hans Bruning	12
Hugo Mitchel	22
Daniel Alcides Carrión	44
Kinderland	36
TOTAL	148

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Es oportuno mencionar que todas las instituciones trabajan con sus instalaciones completas, es decir al cien por ciento de su capacidad instalada. En entrevistas con las personas encargadas de matricular a los infantes se determinó que el promedio de tiempo para cubrir las plazas que ofertan según

la capacidad de su infraestructura, es de 03 días o menos, lo que evidencia que la oferta actual de estas 05 instituciones no cubren la demanda de todo el Distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa.

4.1.7. Balance oferta - demanda

Luego de mensurar por una parte la Oferta Actual, y de otra la demanda del área de influencia, se debe determinar el tamaño del mercado que se encuentra disponible para la intervención de la guardería ANQAWAWA, así tenemos:

La Oferta actual en la situación Sin Proyecto, está determinada por la cantidad de empresas que se dedican actualmente a la atención de infantes menores de 03 años en el Distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa. Se debe considerar la capacidad de atención de cada una de estas empresas a fin de determinar el número total de infantes que son atendidos actualmente. Esta cantidad está determinada en **148 Infantes**.

La Demanda actual, está determinada por el Mercado Objetivo del Distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, mismo que incluye a las personas que tienen las

características de interés (Edad, Nivel Socio Económico, Tienen hijos, Viven o Trabajan en zonas cercanas, etc) y además tienen la intención de realizar un consumo efectivo de los servicios de nuestra guardería. Esta cantidad está determinada en **299 Infantes**.

La resta de estos 02 factores, genera la demanda insatisfecha determinando la cantidad de habitantes que a pesar de requerir un servicio especializado de guardería, aun no tienen acceso a este servicio, se resume en el siguiente cuadro

**CUADRO No 08
DETERMINACION DE LA DEMANDA INSATISFECHA**

ITEM	CANTIDAD DE HABITANTES
OFERTA ACTUAL	148 INFANTES
DEMANDA PROYECTADA	299 INFANTES
DEMANDA INSATISFECHA	- 151 INFANTES

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Según el análisis realizado, es posible afirmar que existe una cantidad de 151 Infantes cuyos padres desean contar con un servicio de guardería y que por el hecho de que todas las instituciones especializadas se encuentran ocupadas deben matricular a sus hijos en guarderías del centro de la ciudad

con la consecuente pérdida en costos de transporte y el tiempo para el traslado.

4.1.8. ANÁLISIS DE VARIABLES DE DECISIÓN COMERCIAL.

Denominado Marketing Mix, analiza los siguientes factores:

- producto/servicio
- precio
- plaza
- promoción

4.1.8.1. Decisiones sobre el servicio

La guardería ANQAWAWA está destinada a la atención a tiempo completo de infantes de entre 03 meses y 03 años de edad.

La estrategia de diferenciación de esta guardería estará basada en la instalación de un circuito cerrado de cámaras de video vigilancia instaladas en las diferentes áreas de la guardería, las imágenes de estas cámaras podrán ser visualizadas en tiempo real por los padres de familia y apoderados de los infantes desde sus teléfonos móviles, tablets, computadoras portátiles y demás aparatos tecnológicos a fin de que en todo momento puedan estar al tanto de los progresos y la seguridad de sus niños.

Para tal fin, se cuenta con una propiedad ubicada en los lotes 26 y 27 de la Asociación de Vivienda Alfonso Ugarte, Manzana K 1. La guardería desarrollará sus actividades en una propiedad que cuenta con 150 m² y dos niveles que totalizan 190 m² construidos, contara con los siguientes ambientes:

Primera Planta:

- Recepción, (20 m²)
- Salón 01 (Área de Infantes Medianos 23 m².)
- Salón 02 (Área de Infantes Caminantes 14 m².)
- Salón 03 (Área de Infantes Caminantes 14 m².)
- Salón 04 (Área de Infantes Medianos 15 m².)
- Servicio Higiénico 01 (medio baño con 3.5 m².)
- Patio (30 m² sirve de nexo entre las tres zonas)
- Servicio Higiénico 02 (Baño completo con 4.5 m²)
- Cocina - Comedor. (26 m² Cocina completa con comedor integrado)

En la primera planta se contará con los siguientes espacios de traajo:

- a)** Terreno de 150 m²,
- b)** Área Construida de 120 m² y

c) Área efectiva de Salones de 66 m²., donde se proyecta albergar a **25 Infantes Medianos y 15 Infantes Caminantes.**

Segunda Planta:

- Salón 01 (Salón Principal de Lactantes, área de 23 m².)
- Servicio Higiénico 01 (Medio Baño con 03 m².)
- Área de circulación (Pasadizo de 08 m².)
- Salón 02 (Salón Infantes Maternales, área de 12 m².)
- Servicio Higiénico (Baño completo con un área de 05 m²)
- Cocineta - Comedor (Con un área de 09 m².)
- Salón 03 (Infantes Maternales con un área de 15 m².)

(En la segunda planta se tiene: a) Área Construida de 75 m² y b) Área efectiva de Salones de 50 m²., donde se proyecta albergar **10 Infantes Lactantes y 10 Infantes Maternales.**)



Ambientes de la primera planta que estarán destinados a los infantes lactantes.

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

La infraestructura anteriormente descrita permite otorgarle al servicio de guardería las siguientes características:

- Personal profesional capacitado para el cuidado de los niños
- Servicio de video vigilancia conectado a los aparatos tecnológicos de los padres de familia y tutores.
- Áreas de aprendizaje:
 - Lactantes: 3 meses a 11 meses
 - Maternales: 12 meses a 18 meses
 - Caminantes: 19 meses a 24 meses
 - Medianos: 25 meses a 36 meses
- Instalaciones adecuadas para cada área con los respectivos materiales psicomotrices para las mismas.
- Lugar de esparcimiento y recreación.
- Jornada Completa desde las 7:00 am hasta las 16:00 pm de Lunes a Viernes
- Permisos Legales y Licencias (UGEL, Municipalidad Provincial, Superintendencia Nacional de Administración Tributaria)

- Métodos innovadores: Estimulación Temprana, Terapias de Lenguaje y Psicomotrices.
- Servicio de Comedor con menú diseñado semanalmente por un Nutricionista.

4.1.8.2. Decisiones sobre el precio

Teniendo en cuenta que el servicio de guarderías, nidos y kínder del Distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa tiene un precio promedio mensual de S/. 250.00. Se pretende seguir esta tendencia que por lo demás cubre los costos operativos de nuestra guardería, permite el retorno de la inversión inicial y genera utilidades según el análisis económico.

Es oportuno tener en cuenta que nuestra guardería no tendrá una estrategia diferenciada por los precios más bajos que los de la competencia, por el contrario tendrá el mismo costo que la competencia identificada, pero diferenciará su servicio por la disponibilidad del circuito cerrado de cámaras de video vigilancia que brindará facilidad de acceso, seguridad y confiabilidad a los padres de familia y apoderados.

4.1.8.3. Decisiones sobre la plaza

Se proyecta instalar la guardería ANQAWAWA en el distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, específicamente en la

Asociación de Vivienda Alfonso Ugarte, Manzana K 1, que es la zona con mayor densidad poblacional y movimiento comercial del distrito. Se encuentra a dos cuadras de la Avenida principal que es la arteria de ingreso y salida del distrito, cuenta en sus inmediaciones con una gran cantidad de negocios y empresas como: Ferreterías, distribuidoras de materiales de construcción, metalmecánicas, carpinterías, vidrierías, restaurantes, hostales, hoteles, cabinas de internet, venta de vehículos motorizados, oficinas de prestamistas y hasta venta ambulatoria de todo tipo de productos.

También se cuenta en esta zona con locales de instituciones privadas y públicas como: Agencias bancarias, Cajas Municipales, El local central de la Municipalidad Distrital, ProMujer, Poder Judicial, Comisaría, el local del PRONAA, entre otras.

Por otra parte, se debe tener en cuenta que frente a la propiedad destinada al funcionamiento de nuestra guardería se encuentra el Parque Jorge Chávez y el Colegio de nivel inicial y primario con el mismo nombre, además se ubica en la zona donde se encuentra la primera etapa de los edificios del Fondo Nacional de Vivienda (FONAVI) por lo que se

aprecia una gran densidad poblacional con especial presencia de infantes.

La ubicación de la guardería ANQAWAWA, representa las siguientes ventajas estratégicas:

- a) Alta concentración de viviendas y por lo tanto de habitantes
- b) Alta concentración de micro, pequeñas y medianas empresas y por tanto de trabajadores y empresarios.
- c) El movimiento comercial de la zona genera altos ingresos y en consecuencia gran capacidad de consumo.
- d) Concentra rutas de transporte público
- e) Fácil acceso a los proveedores de muebles y equipos, de los materiales operativos, además se encuentran en las cercanías las empresas encargadas del mantenimiento de equipos.

4.1.8.4. Decisiones sobre la promoción

Teniendo en cuenta que la estrategia de diferenciación de nuestra guardería se basa en la instalación de un servicio cerrado de video vigilancia para que pueda ser visualizado por los padres y apoderados desde sus aparatos tecnológicos

brindándoles confianza y seguridad, se deben considerar las siguientes actividades:

Campaña de lanzamiento:

Teniendo en cuenta el ámbito de influencia del proyecto se utilizarán publicidad gráfica en las principales calles del distrito, para ello se requerirá las siguientes piezas:

- Afiche
- Banderolas
- Banners
- Volantes
- Globos con el logo de la empresa
- Personal para publicidad

Como parte de la campaña se realizará un “show infantil” gratuito en la plaza Jorge Chávez donde se concentra nuestro público objetivo, para esto se requerirán recursos como:

- Animador
- Payasos
- Muñecos disfrazados
- Recuerdos y premios
- Equipo de Sonido

Programa de fidelidad:

- Creación de usuario y contraseña para el acceso a las cámaras del establecimiento específicamente en el área de atención al menor. Exclusivo para los padres de familia.
- Elaboración de control asistencial mediante una consulta con el profesional de nutrición para un óptimo desarrollo del niño por 03 meses.
- Espacio exclusivo para la celebración de cumpleaños.
- Se contará con una página web y redes sociales haciendo de las personas involucradas en el proyecto (Niños, padres, profesores, etc.) una comunidad con intereses y aficiones comunes.

ESTUDIO TÉCNICO

4.2.1. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto, generalmente se establece mediante un Balance entre la Oferta y la Demanda, el cual nos dio como resultante una DEMANDA INSATISFECHA de 151 Infantes.

CUADRO No 09
DETERMINACION DE LA DEMANDA INSATISFECHA

ITEM	CANTIDAD DE HABITANTES
OFERTA ACTUAL	148 INFANTES
DEMANDA PROYECTADA	299 INFANTES
DEMANDA INSATISFECHA	- 151 INFANTES

FUENTE: ELABORACION PROPIA

Sin embargo en este caso en particular, además del tamaño del mercado en el que se puede intervenir, mismo que se traduce en la cantidad de clientes potenciales, se debe tener en cuenta la capacidad física de infraestructura, materiales y equipos de las instalaciones existentes, por esta razón, se debe considerar que el área del terreno donde funcionará la guardería es de 150 m² mientras que el área construida es de 195 m² (120 m² en el primer nivel y 75 m² en el segundo nivel). Además, se debe tener en cuenta que según la Directiva Nº 032 -DRELM-UGI/EI-ER-2010, el área recomendada para cada infante es de 1.5 m² en las aulas.

Estas consideraciones de áreas físicas disponibles y las limitantes en el tamaño de la infraestructura disponible permitirá atender a la siguiente cantidad de infantes según su edad en las siguientes categorías:

- **Infantes Lactantes:** Niños en edad pre escolar cuyas edades fluctuan entre los 03 y los 11 meses de edad.
- **Infantes Maternales:** Niños en edad pre escolar cuyas edades fluctuan entre los 12 y los 18 meses de edad.
- **Infantes Caminantes:** Niños en edad pre escolar cuyas edades fluctuan entre los 19 y los 24 meses de edad.
- **Infantes Medianos:** Niños en edad pre escolar cuyas edades fluctuan entre los 25 y los 36 meses de edad.

En mérito a estas necesidades, la propiedad donde funcionará la guardería ANQAWAWA tiene proyectado contar con la siguiente distribución de áreas:

Primera Planta:

Zona 01

- Recepción, (20 m²)
- Salón 01 (Área de Infantes Medianos 23 m².)

Zona 02

- Salón 02 (Área de Infantes Caminantes 14 m².)

- Salón 03 (Área de Infantes Caminantes 14 m².)
- Salón 04 (Área de Infantes Medianos 15 m².)
- Servicio Higiénico 01 (medio baño con 3.5 m².)

Zona 03

- Patio (30 m² sirve de nexo entre las tres zonas)
- Servicio Higiénico 02 (Baño completo con 4.5 m²)
- Cocina - Comedor. (26 m² Cocina completa con comedor integrado)

En la primera planta se tiene: **a)** Terreno de 150 m², **b)** Área Construida de 120 m² y **c)** Área efectiva de Salones de 66 m²., donde se proyecta albergar a **25 Infantes Medianos y 15 Infantes Caminantes.**

Segunda Planta:

Zona 01

- Salón 01 (Salón Principal para Lactantes con un área de 23 m².)
- Servicio Higiénico 01 (Medio Baño con 03 m².)
- Área de circulación (Pasadizo de 08 m².)

Zona 02

- Salón 02 (Salón para Infantes Maternales con un área de 12 m².)
- Servicio Higiénico (Baño completo con un área de 05 m²)
- Cocineta - Comedor (Con un área de 09 m².)
- Salón 03 (Para Infantes Maternales con un área de 15 m².)

(En la segunda planta se tiene: a) Área Construida de 75 m² y b) Área efectiva de Salones de 50 m²., donde se proyecta albergar **10 Infantes Lactantes y 10 Infantes Maternales.**)

Estas áreas y la distribución de las mismas, en las 02 plantas, permiten una capacidad de 60 infantes, mismos que serán distribuidos de la siguiente manera:

- Infantes Lactantes:	10 Niños (Segundo Piso)
- Infantes Maternales:	10 Niños (Segundo Piso)
- Infantes Caminantes:	25 Niños (Primer Piso)
- Infantes Medianos:	15 Niños (Primer Piso)
TOTAL	60 Niños

4.2.2. Localización del proyecto

4.2.2.1. Macro Localización

Los límites del Distrito Crnl. Gregorio Albarracín Lanchipa, son:

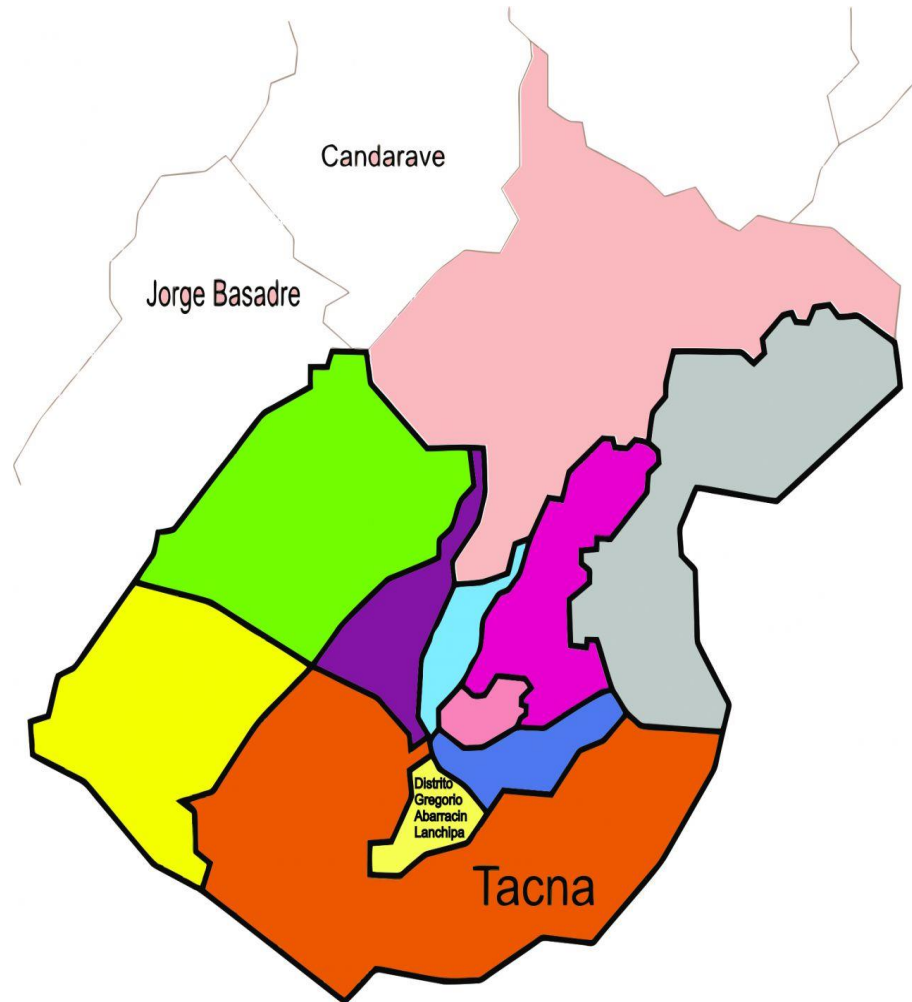
NORTE: Con el distrito de Tacna, se inicia en la intersección de la Avenida la Bohemia Tacneña, con la Avenida Collpa, en el Ovalo Tarapaca (en la coordenada UTM 8005,17 Km N y 365,63 Km. E) continua en dirección Nor-Este por la Avenida Collpa, hasta interceptar la Avenida Gregorio Albarracín Lanchipa (en la coordenada UTM 8006,85 km N y 369,03 km. E).

ESTE: Con el Distrito de Pocollay. El límite se inicia en la intersección de la Avenida Gregorio Albarracín, con la Avenida Collpa (en la coordenada UTM 8006,85 km N y 369,03 km E), continua en dirección Sur Este en línea recta hasta la cota 862 m.s.n.m., en el cerro La Mesada, de allí en la misma dirección en línea recta hasta interceptar el cauce de la quebrada de Caunani, (en la coordenada UTM 7999,4 km N y 379 km E). **SUR ESTE:** Con el Distrito de Tacna. El límite se inicia en el cauce de la quebrada de Caunani, (en la coordenada UTM 7999,4 km N y 379 km E), continua en dirección Sur Oeste, agua abajo por el cauce de la quebrada de Caunani (La Garita) hasta interceptar la Carretera Panamericana (en la coordenada UTM 7988,65 km N y 359,47 km E).

OESTE: con el Distrito de Tacna. El limite se inicia en la intersección de la quebrada de Caunani con la carretera Panamericana (en la coordenada UTM 7988,65 km N y 359,47 km E), continua en línea recta por la carretera Panamericana, hasta llegar a un punto de coordenada UTM 7995 km N y 359,2 km E, de allí el limite sigue en dirección Este en línea recta hasta la coordenada UTM 7995 km N y 362km E, en el Cerro de Molles, de allí continua en Dirección Nor Este en línea recta hasta interceptar la Avenida Bohemia Tacneña con la Avenida Los Pintores en la coordenada UTM 8004,3 km N y 366,47km E, luego sigue en dirección Nor Oesle por la Avenida Bohemia Tacneña, hasta la intersección con la Avenida Collpa, en el Ovalo Tarapaca en la coordenada UTM,4 8005,17 km N y 365,63 km E.

A nivel macro, nuestra guardería desarrollará sus actividades en el distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa que se encuentra ubicado entre las coordenadas $18^{\circ} 2' 25.1''$ S (-18.04031779000) de Latitud Sur y los $70^{\circ} 15' 14.8''$ W (-70.25411202000) de Longitud Oeste

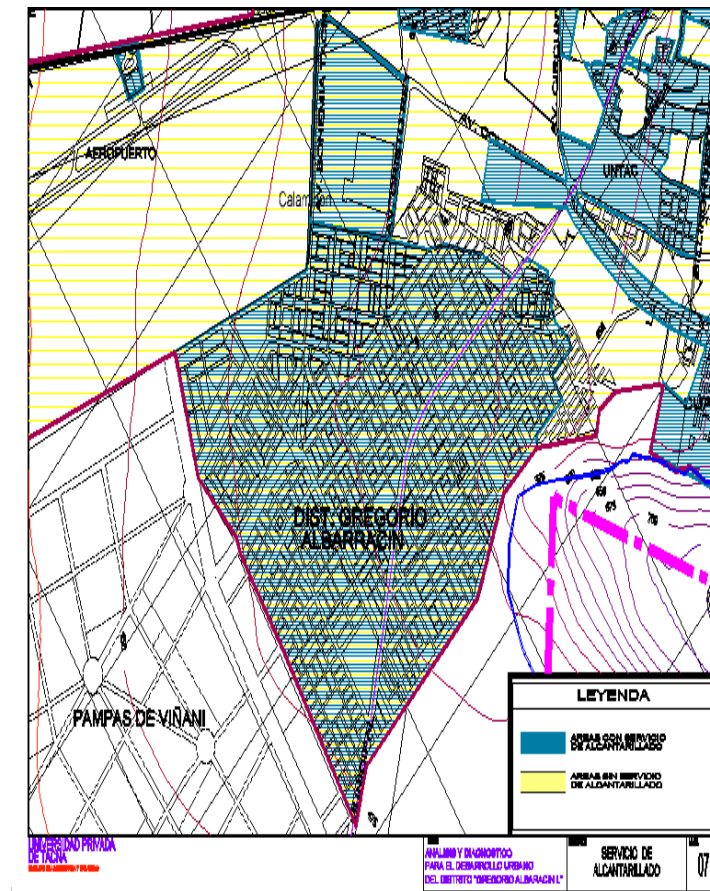
GRAFICO No 05
PLANO DE LA REGION TACNA POR DISTRITOS



FUENTE: ELABORACION PROPIA

Se debe tener en cuenta que por la ubicación de la guardería ANQAWAWA se tendrá como área de influencia al distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, sin incluir a la zona de las pampas de Viñani, por lo que se representa el área de influencia en el siguiente gráfico:

GRAFICO No 06 AREA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO

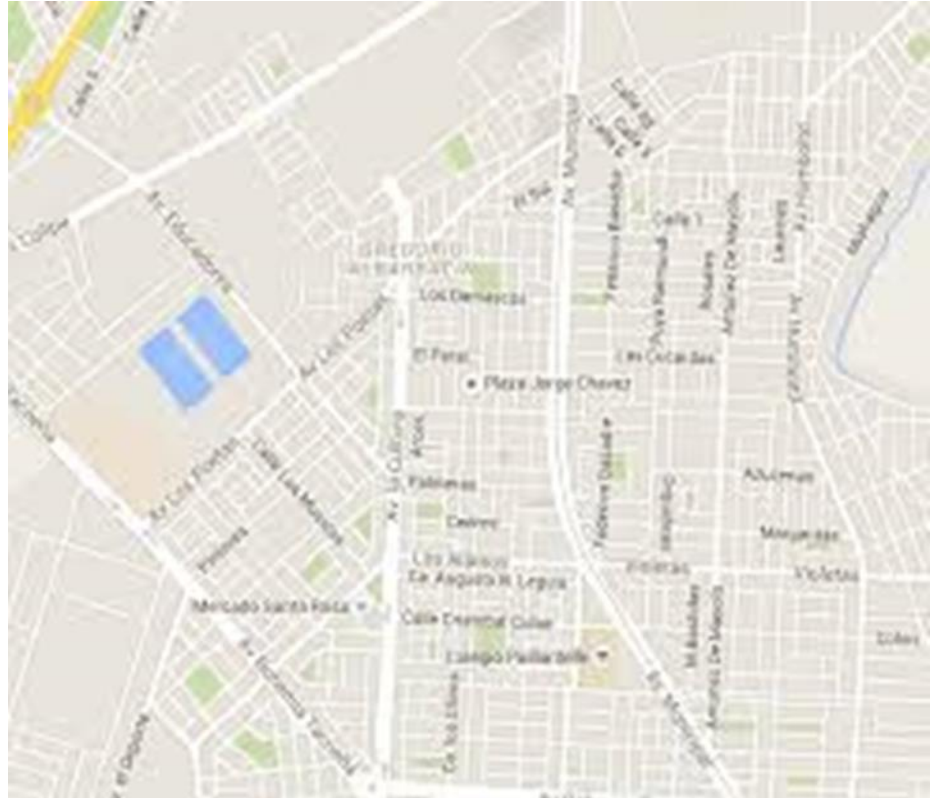


FUENTE: GOOGLE MAPS

4.2.2.2. Micro Localización

La guardería ANQAWAWA, se encontrará ubicada en los lotes 26 y 27 de la Asociación de Vivienda Alfonso Ugarte, Manzana K 1, Distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa.

GRAFICO No 07
UBICACION DEL PROYECTO



FUENTE: GOOGLE MAPS



Ubicación de la propiedad, en una esquina entre dos calles del distrito

Frente a la propiedad donde funcionará la guardería se encuentra ubicado el parque Jorge Chavez y el conjunto habitacional FONAVI Etapa I, además se encuentra a 02 cuadras de la Avenida principal por lo que presenta alta densidad poblacional y comercial.



Parque Jorge Chávez, conjunto habitacional FONAVI Etapa I y Avenida Principal del Distrito

4.2.3. Requerimientos del proyecto

4.2.3.1. Requerimientos Iniciales

Se consideran en la inversión inicial, denominada Año 0., los requerimientos físicos para la adecuación de los ambientes según la cantidad de alumnos, la distribución de ambientes y los equipos de trabajo. Teniendo en cuenta los ambientes disponibles debemos considerar que algunos de estos ya se encuentran en condiciones para la atención de los infantes (Sobre todo en el segundo nivel), por lo que se considera el acondicionamiento de los siguientes espacios:

Cuadro Nº 10

REQUERIMIENTOS DE ADECUACION DE INFRAESTRUCTURA

INFRAESTRUCTURA	UNID.	AMBIENTE	AREA en m ²	CARACTERISTICAS
Adecuación de fachada	Global	01	22 m ²	Pintado de fachada con figuras infantiles y letrero
Adecuación de Recepción	Global	01	20 m ²	Instalación de módulo de madera, pinturas en paredes con figuras infantiles
Adecuación de Área de lactantes (02 salones de 14 m ² cada uno en la primera planta)	Global	01	28 m ²	Pintado de muros con figuras infantiles y decoración
Adecuación de Área Infantes Medianos (02 salones en la segunda planta)	Global	01	38 m ²	Pintado con figuras infantiles, alfombras de goma y decoración
Patio	Global	01	30 m ²	mejoramiento de piso y pintado
Servicios Higiénicos (02 servicios en el primer nivel y 01 en el segundo nivel)	Global	01	13 m ²	Inodoros y lavamanos para infantes, pintado de muros.
Cocina - Comedor	Global	01	26 m ²	Pintado y decoración
Otros arreglos y modificaciones	Global	01		Señalización, tomacorrientes, acolchados, etc.

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

4.2.3.2. Requerimientos de mobiliario y equipo Iniciales

Se detallan también aquellos requerimientos en mobiliario y equipo que necesita el proyecto para su puesta en marcha. Requerimientos del año 0.

Cuadro N° 11

REQUERIMIENTOS DE MATERIALES Y EQUIPOS INICIALES

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT	VIDA UTIL	CARACTERISTICAS
Cámaras de video vigilancia	Unidad	01	10 Años	Kit de 10 Cámaras,
DVR para almacenamiento de imágenes	Unidad	01	10 Años	DVR con Disco Duro para grabación
Desarrollo de Software para ser visualizado en aparatos tecnológicos	Unidad	01	10 Años	Software especializado con código para que sea de uso exclusivo de los usuarios de la guardería.
Computadora	Unidad	01	05 Años	Intel Core 2 Duo
Impresora	Unidad	01	05 Años	Multifuncional
Puerta de Seguridad con chapa	Unidad	01	10 Años	Puerta con 03 puntos de seguridad
Televisor	Unidad	01	05 Años	Pantalla plana de 48"
DVD	Unidad	01	05 Años	Con Alta definición
Video Educativos Infantiles	Unidad	10	05 Años	Cancioneros y Cuentos
Equipo de sonido	Unidad	01	10 Años	Con puerto USB
Micrófono	Unidad	01	05 Años	Inalámbrico
Proyector de multimedia	Unidad	01	05 Años	Con alta definición
Reloj de pared	Unidad	01	10 Años	De tamaño grande.
Intercomunicador con cámara	Unidad	01	05 Años	Ubicado en la puerta de entrada conectado al DVR
Lavadora de ropa	Unidad	01	10 Años	Con secado automático y capacidad de 11 Kg.
Cocina	Unidad	01	10 Años	Cocina a gas de 06 hornillas.
Microondas	Unidad	01	05 Años	De pequeño tamaño
Refrigerador	Unidad	01	10 Años	Con ahorro de energía
Plancha	Unidad	01	05 Años	Normal

Menaje (Vajilla, biberones, tomatodo, cucharas, ollas, termos.)	Global	01	05 Años	Para uso de infantes
Cambiadores	Unidad	04	10 Años	Plastificados
Tanque elevado de 600 lt. Con accesorios	Unidad	01	10 Años	Normal
Otros	Unidad	01	10 Años	Normal

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

Cuadro N° 12

REQUERIMIENTOS DE MOBILIARIO INICIAL

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT	VIDA UTIL	CARACTERISTICAS
Escritorio	Unidad	03	10 Años	Para estudiantes de vidrio templado, bordes redondeados
Silla Ejecutiva	Unidad	03	10 Años	Giratoria y acolchada
Muebles para Casilleros	Unidad	02	10 Años	De madera, con casilleros para todos los alumnos.
Mesa para 06 sillas de infantes	Unidad	05	10 Años	De madera, semicirculares, con bordes redondeados
Silla para niños	Unidad	30	10 Años	Tamaño baby
Cuna	Unidad	25	10 Años	De madera y plastificadas
Colchonetas	Unidad	06	10 Años	De lona, rellenas con espuma y Plastificadas
Protectores, sábanas, almohadas y frazadas	Kit	25	05 Años	De algodón hipoalergénico
Módulo para materiales de trabajo	Unidad	02	10 Años	Con espacios para los 60 infantes.
Botiquín	Unidad	02	10 Años	De madera e implementado para tópico
Extintidor	Unidad	02	05 Años	De 12 Kg. Empotrados en la pared.

Basurero	Unidad	03	10 Años	Tamaño pequeño, de plástico
Otros	Global		10 Años	

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

Cuadro Nº 13
EVENTO DE LANZAMIENTO Y ACTIVIDADES DE MERCADEO

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT	CARACTERISTICAS
Animador	Unidad	01	Evento en el parque destinado a los niños de la zona
Payaso	Unidad	02	Evento en el parque destinado a los niños de la zona
Muñecos Disfrazados	Unidad	02	Evento en el parque destinado a los niños de la zona
Recuerdos y premios	Ciento	02	Repartido entre asistentes para los concursos
Equipo de Sonido	Hora	03	04 parlantes, consola y micrófono inalámbrico
Volantes de presentación	Millar	02	Repartido entre asistentes y en la zona de influencia.
Globos	Millar	02	Impresos con el logo de la empresa.
Personal para volantear	Personas	02	Repartido en la zona de influencia.
Afiches A3 para pegar en paredes de la zona	Millar	01	Pegado en la zona de influencia.
Personal para pegado de afiches	Personas	02	Pegado en la zona de influencia.
Banner	Unidad	03	Impresos con el logo y mensajes publicitarios de la guardería.
Banderolas	Unidad	03	Instaladas de calle a calle.

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

4.2.3.3. Requerimientos Operativos

Se detallan a continuación, los requerimientos físicos y logísticos para la Operación y Mantenimiento cotidiano de la guardería ANQAWAWA

Los infantes en general, deberán llevar a la guardería sus implementos, sin embargo se considera necesario tener un inventario de los insumos más utilizados de manera cotidiana en caso de eventualidades como el olvido de los padres de familia o si no son suficientes, se debe tener en cuenta lo siguiente:

Cuadro N° 14
REQUERIMIENTOS OPERATIVOS POR MES

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT	CARACTERISTICAS
Pañales descartables	Paquete	05	Paquetes de las diferentes tallas
Biberones	Unidad	06	De vidrio
Juegos didácticos	Unidad	03	De temas variados según época, por edades, sin pintura con plomo
Aceite	Frasco	02	Hipoalergénico
Chupones	Unidad	04	Anatómicos
Hisopos	Paquetes	04	Hipoalergénico
Toallas húmedas	Paquetes	06	De papel

Crema para escaldaduras	Unidad	02	Hipoalergénica
Gel desinfectante	Unidad	03	Sin alcohol
Toallas de tela	Unidad	06	Para cara y manos
Colonia	Unidad	03	Sin alcohol
Manoplas de tela, polquitos y medias	Kit	04	De algodón y lana, de diferentes tallas
Jabón líquido	Frasco	06	Desinfectante y antibacterial.
Alimentos para la mitad de asistentes	Infantes	30	Menú elaborado por nutricionista
Hojas Bond A4 75 gr.	Ciento	03	Normal
Tinta para la impresora	cartucho	02	Tinta a color y en blanco y negro.
Lapiceros	Unidad	09	Normal
Otros Útiles de Escritorio	Global	01	Según requerimientos de personal de trabajo
Materiales de limpieza	Global	01	Desinfectantes
Otros Materiales	Global	01	

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

Cuadro Nº 15

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS MENSUALES

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
Energía Eléctrica	Global	01
Agua y Desagüe	Global	01

Telefonía Fija con internet	Global	01
Telefonía Celular	Global	02
Servicio de Contabilidad	Global	01
Servicio de Limpieza	Global	01
Servicio de Nutricionista	Global	01
Técnico Informático	Global	01
Otros Servicios	Global	01

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

REQUERIMIENTO DE PERSONAL PERMANENTE

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD
Promotor/Director de la guardería	Unidad	01
Docente de Educación Inicial	Unidad	01
Auxiliar de educación	Unidad	02
Practicante	Unidad	01

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

ESTUDIO FINANCIERO

4.3.1. Proyección de los ingresos

Teniendo en cuenta el giro de la empresa, se deben considerar los siguientes conceptos como generadores de ingresos:

a) Ingreso por pago de mensualidades.- Se debe considerar que la capacidad instalada de la infraestructura disponible una vez adecuada, permite albergar 60 infantes (10 lactantes, 10 maternas, 25 caminantes y 15 medianos) a tiempo completo, cada alumno deberá realizar un pago mensual de S/. 250.00 (Doscientos cincuenta y 00/100 nuevos soles), esto permite afirmar que el ingreso bruto por concepto de pago de pensiones será de **S/. 15,000.00 mensuales.**

b) Ingreso por venta de alimentos.- Se proyecta que la mitad de los infantes que asisten solicitarán el servicio de alimentación, el resto son lactantes o asisten con su propio almuerzo. Se consideran entonces 30 infantes para el servicio de comedor, mismo que tendrá un costo de S/. 4.00 por día y un promedio de 22 días al mes. Esto resulta

en un promedio mensual de 660 raciones, que significa un ingreso mensual promedio bruto de **S/. 2,640.00**

c) Ingreso por materiales para el cuidado de infantes.-

Cada infante debe asistir a la guardería con los implementos necesarios como biberones, pañales, útiles de limpieza, etc., sin embargo, la guardería debe tener permanentemente un inventario con lo necesario para atender a los infantes en caso de olvido de los padres o apoderados o simplemente por alguna eventualidad.

**Cuadro Nº 17
INGRESOS POR VENTA**

TIPO DE INGRESO	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
Ingreso por Lactantes	250.00	10 Infantes	2,500.00	30,000.00
Ingreso por Maternales	250.00	10 Infantes	2,500.00	30,000.00
Ingreso por Caminantes	250.00	25 Infantes	6,250.00	75,000.00
Ingreso por Medianos	250.00	15 Infantes	3,750.00	45,000.00
Ingresos por venta de alimentos	4.00	660 Raciones	2,640.00	31,680.00
Ingreso por venta de materiales de limpieza	421.00	1	421.00	5,052.00
Otros Ingresos	-	0	-	-
TOTAL				216,732.00

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

4.3.2. Proyección de los egresos

Primeramente, se deben considerar las inversiones iniciales (Año 0). Estas se deben realizar antes de la puesta en marcha de la guardería, incluyen las modificaciones y arreglos que se necesitan en la infraestructura física existente para estar

acorde al giro del negocio, esto incluye la adquisición de equipos y muebles además de las estrategias de mercadeo para el lanzamiento de la empresa, así tenemos:

Cuadro N° 18

INVERSION EN ADECUACIÓN DE INFRAESTRUCTURA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL
Arreglo de Fachada y letrero	Global	1	1,000.00	1,300.00
Adecuación de Recepción	Global	1	1,400.00	1,400.00
Adecuación de área de lactantes	Global	1	1,300.00	1,600.00
Adecuación de área de caminantes	Global	1	1,300.00	1,600.00
Servicios Higiénicos	Unidad	3	900.00	2,700.00
Cocina - Comedor	Global	1	2,500.00	2,500.00
Otros arreglos y modificaciones	Global	1	700.00	700.00
TOTAL				11,800.00

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

Se debe tener en cuenta que el pintado y demás arreglos realizados en la infraestructura, deben ser renovados periódicamente, por lo que se considera una vida útil de 05, esto significa que en el año 05 del proyecto se deberá realizar una REINVERSIÓN para mantener la infraestructura física en óptimas condiciones, así tenemos:

Cuadro N° 19
REINVERSIONES EN INFRAESTRUCTURA

CUADRONo 08 REINVERSIONES	MONTO EN S/.
Arreglo de Fachada y letrero	1,300.00
Adecuación de Recepción	1,400.00
Adecuación de área de lactantes	1,600.00
Adecuación de área de caminantes	1,600.00
Servicios Higiénicos	2,700.00
Cocina - Comedor	2,500.00
Otros arreglos y modificaciones	700.00
TOTAL	11,800.00

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

Posteriormente se deben considerar las inversiones en Equipos para la implementación de la infraestructura física de acuerdo al giro del negocio, así tenemos:

Cuadro N° 20
REQUERIMIENTO DE EQUIPOS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL	VIDA UTIL
10 Cámaras de Video Vigilancia	Kit	1	1,800.00	1,800.00	05 Años
DVR para almacenamiento de imágenes	Unidad	1	810.00	810.00	05 Años
Desarrollo de Software	Unidad	1	700.00	700.00	05 Años
Computadora	Unidad	1	1,500.00	1,500.00	05 Años
Impresora	Unidad	1	300.00	300.00	05 Años
Puerta de Seguridad con chapa	Unidad	1	750.00	750.00	10 Años
Televisor	Unidad	1	1,600.00	1,600.00	05 Años
DVD	Unidad	1	200.00	200.00	05 Años
Videos Educativos Infantiles	Unidad	10	15.00	150.00	10 Años
Equipo de Sonido	Unidad	1	300.00	300.00	10 Años
Micrófono	Unidad	1	200.00	200.00	10 Años
Proyector de multimedia	Unidad	1	400.00	400.00	10 Años
Reloj de pared	Unidad	1	60.00	60.00	10 Años
Intercomunicador con Cámara	Unidad	1	150.00	150.00	05 Años
Lavadora de 11 Kg	Unidad	1	950.00	950.00	05 Años
Cocina	Unidad	1	800.00	800.00	10 Años
Microondas	Unidad	1	250.00	250.00	05 Años
Refrigerador	Unidad	1	1,200.00	1,200.00	10 Años
Plancha	Unidad	1	90.00	90.00	05 Años
Menaje	Unidad	1	350.00	350.00	05 Años
Cambiadores	Unidad	4	120.00	480.00	10 Años
Tanque elevado con accesorios	Unidad	1	1,100.00	1,100.00	10 Años
Otros	Global	1	500.00	500.00	10 Años
TOTAL				14,640.00	

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

Considerando la vida útil de cada uno de los equipos, se deben proyectar las REINVERSIONES en aquellos que deben ser reemplazados en el año 05, de la siguiente manera:

Cuadro N° 21
REINVERSIONES EN EQUIPOS

DESCRIPCION	SUB TOTAL
10 Cámaras de Video Vigilancia	1,800.00
DVR para almacenamiento de imágenes	810.00
Computadora	1,500.00
Impresora	300.00
Televisor	1,600.00
DVD	200.00
Intercomunicador con Cámara	150.00
Lavadora de 11 Kg	950.00
Microondas	250.00
Plancha	90.00
Menaje	350.00
TOTAL	8,000.00

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

También se deben considerar las inversiones realizadas en los Muebles necesarios para la puesta en marcha de nuestra guardería, así tenemos:

Cuadro N° 22

REINVERSIONES EN MUEBLES E IMPLEMENTOS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL
Escritorio para estudiantes	Unidad	3	500.00	1,500.00
Silla Ejecutiva	Unidad	3	150.00	450.00
Muebles para Casilleros	Unidad	2	1,500.00	3,000.00
Mesas para 06 sillas de infantes	Unidad	5	80.00	400.00
Silla para niños	Unidad	30	30.00	900.00
Cuna con colchón	Unidad	25	200.00	5,000.00
Colchonetas	Unidad	6	45.00	270.00
Protectores, sábanas, almohadas y frazadas	Unidad	25	60.00	1,500.00
Módulo para materiales de trabajo	Unidad	2	1,400.00	2,800.00
Botiquín implementado	Unidad	2	80.00	160.00
Extintor de 10 Kg.	Unidad	2	75.00	150.00
Basurero	Unidad	6	12.00	72.00
Otros	Unidad	1	150.00	150.00
TOTAL				16,352.00

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

Por último, se deben considerar las actividades para el posicionamiento de la empresa en el segmento objetivo, así tenemos:

Cuadro N° 23

EVEN TO DE LANZAMIENTO DE LA EMPRESA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL
1.- EVENTO INFANTIL EN EL PARQUE JORGE CHAVEZ				
Animador	Horas	3	100.00	300.00
Payaso	Persona	2	200.00	400.00
Muñecos Disfrazados	Muñeco	2	150.00	300.00
Recuerdos y premios	Global	1	300.00	300.00
Globos con el logo de la empresa	Millar	1.5	120.00	180.00
Equipo de sonido	Global	1	300.00	300.00
2.- VOLANTES				
Volantes de presentación	Millar	2	120.00	240.00
Personal para volanteo	Persona	2	80.00	160.00
3.- PUBLICIDAD GRAFICA				
Afiches A3 para pared	Millar	1	250.00	250.00
Personal para distribuir gráficos	Persona	2	80.00	160.00
Banner	Unidad	3	120.00	360.00
Banderola	Unidad	3	150.00	450.00
TOTAL				3,400.00

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

Posteriormente se deben proyectar los egresos para el mantenimiento y operación de la guardería, por lo que se consideran los siguientes puntos:

Los materiales operativos se adquieren periódicamente de manera permanente para el cuidado de los infantes, el mantenimiento administrativo y la limpieza del local, así tenemos:

Cuadro N° 24
MATERIALES OPERATIVOS

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUB TOTAL/MES	COSTO ANUAL
1.- MATERIALES PARA EL CUIDADO DE INFANTES					
Pañales descartables de diferentes tallas	Paquete	5	45.00	225.00	2,700.00
Biberones de vidrio	Unidad	6	18.00	108.00	1,296.00
Juegos didácticos	Unidad	3	20.00	60.00	720.00
Aceite	Frasco	2	10.00	20.00	240.00
Chupones	Unidad	4	7.00	28.00	336.00
Hisopos	Paquete	4	4.00	16.00	192.00
Toallas húmedas	Unidad	6	10.00	60.00	720.00
Crema para escaldadura	Frasco	2	8.00	16.00	192.00
Gel desinfectante	Frasco	3	6.00	18.00	216.00
Toalla de tela	Unidad	6	7.00	42.00	504.00
Colonia para bebés	Unidad	3	12.00	36.00	432.00
Manoplas de tela, polquitos y medias	Kit	4	15.00	60.00	720.00
Jabón líquido desinfectante	Frasco	6	5.00	30.00	360.00
Alimentos para 30 infantes	Raciones	660	2.50	1,650.00	19,800.00
2.- MATERIALES DE OFICINA					
Papel bond A4 de 75 gr.	Ciento	3	3.50	10.50	126.00
Tinta para la impresora	Cartucho	2	30.00	60.00	720.00
Lapiceros	Unidad	9	0.50	4.50	54.00
Otros útiles de escritorio	Global	1	25.00	25.00	300.00
3.- MATERIALES DE LIMPIEZA					
Detergente en bolsa de 4 Kg	Unidad	2	35.00	70.00	840.00
Hipoclorito de Sodio al 5%	Litro	4	3.00	12.00	144.00
Suavizante para ropa frasco de 01 Litro	Litro	1	20.00	20.00	240.00
Aromatizador en spray	Unidad	2	18.00	36.00	432.00
Escoba, escobillón y trapeador	Kit	1	30.00	30.00	360.00
Otros materiales de limpieza	Global	1	30.00	30.00	360.00
TOTAL				2,667.00	32,004.00

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

Cuadro Nº 25
REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO/MES	COSTO/AÑO
Energía eléctrica	1	150.00	1,800.00
Agua y Alcantarillado	1	30.00	360.00
Teléfono fijo con internet	1	70.00	840.00
Teléfono celular	2	60.00	1,440.00
Servicio de Contabilidad	1	300.00	3,600.00
Servicio de Nutricionista	1	80.00	960.00
Técnico Informático	1	200.00	2,400.00
Servicio de Limpieza	1	450.00	5,400.00
TOTAL		1,340.00	16,800.00

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

Cuadro Nº 26
PERSONAL PERMANENTE

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUELDO/MES	COSTO/AÑO
Promotor	1	1,500.00	24,390.00
Docente de Educación Inicial	1	1,200.00	19,512.00
Auxiliar de Educación	1	900.00	14,634.00
Practicante	3	800.00	13,008.00
TOTAL			71,544.00

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

Estas inversiones iniciales sumadas a los costos operativos, generan la siguiente proyección de costos:

Cuadro N° 27
INVERSIONES, REINVERSIONES Y COSTOS
OPERATIVOS

ITEM/AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ACONDICIONAMIENTO DE INFRAESTRUCTURA	11,800.00					11,800.00					
REQUERIMIENTO DE EQUIPOS	14,640.00	-				8,000.00					
REQUERIMIENTO DE MOBILIARIO	16,352.00										
EVENTO DE LANZAMIENTO Y MERCADEO	3,400.00										
MATERIALES OPERATIVOS	0	32,004.00	32,004.00	32,004.00	32,004.00	32,004.00	32,004.00	32,004.00	32,004.00	32,004.00	32,004.00
REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS	0	16,800.00	16,800.00	16,800.00	16,800.00	16,800.00	16,800.00	16,800.00	16,800.00	16,800.00	16,800.00
PERSONAL PERMANENTE	0	71,544.00	71,544.00	71,544.00	71,544.00	71,544.00	71,544.00	71,544.00	71,544.00	71,544.00	71,544.00
OTROS EGRESOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTALES	46,192.00	120,348.00	120,348.00	120,348.00	120,348.00	140,148.00	120,348.00	120,348.00	120,348.00	120,348.00	120,348.00

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

4.3.3. EVALUACION ECONÓMICA

Teniendo en cuenta los puntos anteriores donde se detallan los Ingresos y los Egresos proyectados, es posible proyectar los resultados económicos de la inversión del presente proyecto, así tenemos:

Cuadro N° 28
FLUJO DE CAJA OPERATIVO

ITEM/AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS	0	216,732.00	216,732.00	216,732.00	216,732.00	216,732.00	216,732.00	216,732.00	216,732.00	216,732.00	216,732.00
EGRESOS	46,192.00	120,348.00	120,348.00	120,348.00	120,348.00	140,148.00	120,348.00	120,348.00	120,348.00	120,348.00	120,348.00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-46,192.00	96,384.00	96,384.00	96,384.00	96,384.00	76,584.00	96,384.00	96,384.00	96,384.00	96,384.00	96,384.00
IMPUESTO A LA RENTA (30%)	0	28,915.20	28,915.20	28,915.20	28,915.20	22,975.20	28,915.20	28,915.20	28,915.20	28,915.20	28,915.20
FLUJO DE CAJA	-46,192.00	67,468.80	67,468.80	67,468.80	67,468.80	53,608.80	67,468.80	67,468.80	67,468.80	67,468.80	67,468.80

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

Cuadro N° 29

INDICADORES DE EVALUACION

INDICADOR ECONOMICO	VALOR
VALOR ACTUAL NETO (V.A.N.)	S/. 377,791.61
FACTOR DE ACTUALIZACION (F.A.)	9%
TASA INTERNA DE RETORNO (T.I.R.)	145.55%
PERIODO DE RECUPERACION (P.R.I.)	09 Meses
BENEFICIO/COSTO (B/C)	1.71

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

VALOR ACTUAL NETO (V.A.N.).- Es la cantidad de efectivo que acumula el trabajo de la guardería ANQAWAWA durante un periodo de 10 años, es la suma de la utilidad de la empresa luego de actualizar el dinero al día de hoy (Año 01) mediante un Factor de Actualización (F.A.) de 9% (Según la recomendación del Ministerio de Economía y Finanzas).

Cuando el VAN es mayor que “0” se asume que el proyecto es viable económicamente y se recomienda su ejecución.

En este caso se aprecian utilidades en todos los periodos obteniéndose amplia rentabilidad, con una rentabilidad neta de más de S/. 6,000.00 mensuales, que totaliza un Valor Actual Neto de **S/. 379,051.61**.

TASA INTERNA DE RETORNO (T.I.R.).- Es la rentabilidad porcentual del flujo de caja en todos sus periodos sobre la inversión inicial. Se considera que el proyecto es rentable

cuando el resultado es mayor que el Factor de Actualización (F.A = 9%). En este caso, la TIR es mucho mayor que el F.A., llegando a **149.67%** esto se explica porque la inversión inicial no es significativa con respecto a la rentabilidad anual.

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

(P.R.I.).- Viene a ser el periodo de tiempo transcurrido desde el día en que se empieza a invertir hasta el día en que se recupera totalmente la inversión inicial. Teniendo en cuenta que la inversión inicial es menor a la rentabilidad del primer año de trabajo (**PRI = 09 meses**), se considera una recuperación rápida.

BENEFICIO/COSTO.- Es la totalidad de los Ingresos acumulados divididos entre la totalidad de los Egresos acumulados. En este proyecto el factor de B/C = 1.71, lo que significa que existe una rentabilidad de 71%.

ESTUDIO DE CAPACIDAD ORGANIZACIONAL

En esta parte del estudio se desarrollarán los puestos de la guardería ANQAWAWA, teniendo en cuenta las funciones de cada uno de los puestos, así tenemos:

a. Promotor de la Guardería

Conducirá el quehacer administrativo y comercial , además de ser el representante legal de la empresa.

b. Docente de Educación Inicial

Según la ley para este tipo de establecimiento se necesita el trabajo de un profesional en educación inicial, además debe encargarse de las labores pedagógicas y psicomotrices de los infantes, realizará las labores de supervisión del resto del personal.

c. Auxiliares de Educación

Deberá encargarse del cuidado directo de los infantes, se considera necesario contratar 02 auxiliares.

d. Practicantes

También deberá encargarse del cuidado de los infantes, se considera necesario contratar 02 practicantes.

e. Servicio Informático

Teniendo en cuenta que la estrategia de diferenciación es la instalación de cámaras de video vigilancia, se debe contar con los servicios externos de una empresa especializada en el mantenimiento de dichos aparatos tecnológicos.

f. Servicio de Contabilidad

Se requiere la consultoría externa de un contador público colegiado para mantener ordenadas las cuentas de nuestra guardería.

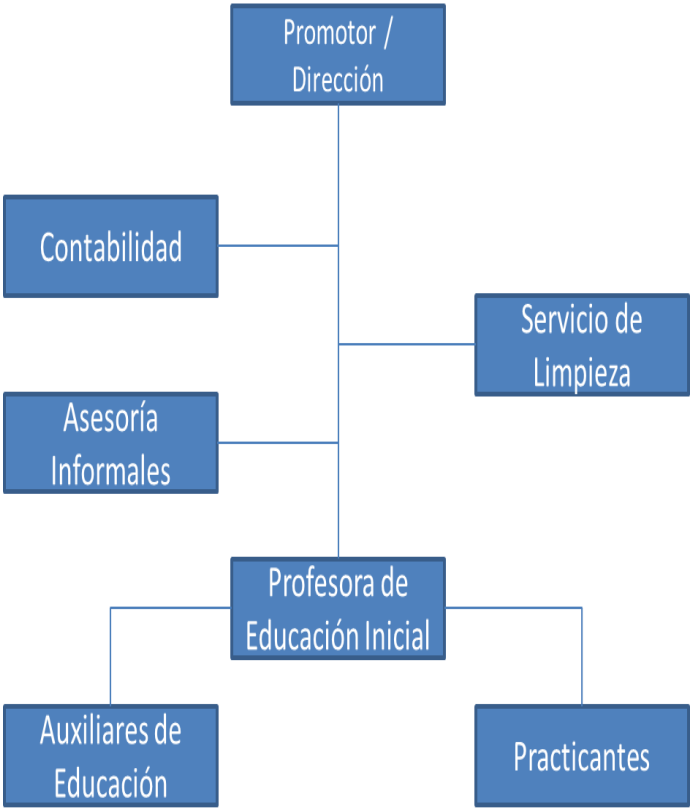
g. Servicio de Nutricionista

Considerando que se brindará almuerzo a los infantes, se requiere de los servicios externos de un profesional en nutrición como consultoría externa para elaborar la dieta semanal de los niños.

h. Servicio de Limpieza

Se contratarán los servicios de una empresa especializada en limpieza y mantenimiento, para que la guardería cumpla con los requisitos sanitarios para el desarrollo de los infantes.

GRAFICO No 08
ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA GUARDERIA



FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

PLAN DE MARKETING

5.1. Diagnostico FODA

CUADRO No 30 ANÁLISIS FODA

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• El total poblacional del distrito y la cantidad de habitantes menores de 04 años es considerable en comparación con otros distritos de la Provincia, según datos del INEI.• La zona de influencia presenta un pujante sector comercial, donde se aprecia que los dos padres destinan una jornada laboral completa a sus actividades.• La empresa cuenta con un local propio con las condiciones físicas adecuadas y una ubicación estratégica.• El distrito tiene alta densidad poblacional, teniendo un amplio segmento objetivo por su pujante sector comercial.• La economía presenta una tendencia de crecimiento en término de los principales indicadores macroeconómicos, lo que significa un incremento en la capacidad de consumo y crecimiento empresarial, esto permite tener mayor cantidad de potenciales clientes.• El Reglamento de educación, obliga a que los niños se integren al sistema educativo cada vez a edad más temprana.• Los aparatos tecnológicos se encuentran ampliamente difundidos en el área de influencia del proyecto, lo que permitirá fácilmente el consumo del servicio diferenciado de la guardería.• La situación socio laboral de los padres de familia los obliga cada vez con mayor frecuencia a encargar el cuidado de sus hijos a una empresa especializada.	<ul style="list-style-type: none">• Existe competencia en la zona, representada por empresas especializadas con nombres posicionados en el segmento objetivo.

<ul style="list-style-type: none"> • Los segmentos objetivos de la guardería ANQAWAWA son los segmentos A, B y C, mismos que representan el 43.5% de la población total. • El distrito donde se encuentra la zona de influencia del proyecto tiene un gran número de personas que viven o tienen allí su centro de trabajo. • Demográficamente se tiene un número importante de personas que pueden ser consideradas como potenciales clientes. 	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • La infraestructura existente cuenta con todas las condiciones físicas para la puesta en marcha y operación de una guardería. • Las características de nuestro servicio de guardería permiten brindar una atención integral que incentive el óptimo desarrollo psicomotriz del infante. • Para todos los casos se cuenta con proveedores locales, y la logística no representa mayores problemas de abastecimiento. • El trabajo de la guardería es inocuo para el medioambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • No se cuenta con una normativa específica para la gestión y puesta en marcha de una guardería. • Al tratarse de un proyecto para la apertura de una nueva empresa especializada en el cuidado de infantes, se debe posicionar en las preferencias de los consumidores. • La guardería ANQAWAWA se encuentra en un estado de gestión estratégica nula, No se cuenta con un PEI que oriente a cumplir los objetivos de la organización, tampoco con un manual administrativo ni manual de identidad corporativa

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

5.2. Producto

La guardería ANQAWAWA está destinada a la atención a tiempo completo de infantes de entre 03 meses y 03 años de edad.

La estrategia de diferenciación de esta guardería estará basada en la instalación de un circuito cerrado de cámaras de video vigilancia instaladas en las diferentes áreas de la guardería, las imágenes de estas cámaras podrán ser visualizadas en tiempo real por los padres de familia y apoderados de los infantes desde sus teléfonos móviles, tablets, computadoras portátiles y demás aparatos tecnológicos a fin de que en todo momento puedan estar al tanto de los progresos y la seguridad de sus niños.

Para tal fin, se cuenta con una propiedad ubicada en los lotes 26 y 27 de la Asociación de Vivienda Alfonso Ugarte, Manzana K 1. La guardería desarrollará sus actividades en una propiedad que cuenta con 150 m² y dos niveles que totalizan 190 m² construidos, contara con los siguientes ambientes:

Primera Planta:

- Recepción, (20 m²)
- Salón 01 (Área de Infantes Medianos 23 m².)
- Salón 02 (Área de Infantes Caminantes 14 m².)
- Salón 03 (Área de Infantes Caminantes 14 m².)

- Salón 04 (Área de Infantes Medianos 15 m².)
- Servicio Higiénico 01 (medio baño con 3.5 m².)
- Patio (30 m² sirve de nexo entre las tres zonas)
- Servicio Higiénico 02 (Baño completo con 4.5 m²)
- Cocina - Comedor. (26 m² Cocina completa con comedor integrado)

En la primera planta se tiene: **a)** Terreno de 150 m², **b)** Área Construida de 120 m² y **c)** Área efectiva de Salones de 66 m²., donde se proyecta albergar a **25 Infantes Medianos y 15 Infantes Caminantes.**

Segunda Planta:

- Salón 01 (Salón Principal para Lactantes con un área de 23 m².)
- Servicio Higiénico 01 (Medio Baño con 03 m².)
- Área de circulación (Pasadizo de 08 m².)
- Salón 02 (Salón para Infantes Maternales con un área de 12 m².)
- Servicio Higiénico (Baño completo con un área de 05 m²)
- Cocineta - Comedor (Con un área de 09 m².)
- Salón 03 (Para Infantes Maternales con un área de 15 m².)

(En la segunda planta se tiene: a) Área Construida de 75 m² y b) Área efectiva de Salones de 50 m²., donde se proyecta albergar **10 Infantes Lactantes y 10 Infantes Maternales.**)

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

La infraestructura anteriormente descrita permite otorgarle al servicio de guardería las siguientes características:

- Personal profesional capacitado para el cuidado de los niños
- Servicio de video vigilancia conectado a los aparatos tecnológicos de los padres de familia y tutores.
- Áreas de aprendizaje:
 - Lactantes: 3 meses a 11 meses
 - Maternales: 12 meses a 18 meses
 - Caminantes: 19 meses a 24 meses
 - Medianos: 25 meses a 36 meses
- Instalaciones adecuadas para cada área con los respectivos materiales psicomotrices para las mismas.
- Lugar de esparcimiento y recreación.
- Jornada Completa desde las 7:00 am hasta las 16:00 pm de Lunes a Viernes
- Permisos Legales y Licencias (UGEL, Municipalidad Provincial, Superintendencia Nacional de Administración Tributaria)

- Métodos innovadores: Estimulación Temprana, Terapias de Lenguaje y Psicomotrices.
- Servicio de Comedor con menú diseñado semanalmente por un Nutricionista.

5.3. Clientes/Consumidores

Como se mencionó anteriormente, 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.

Dentro de este escenario encontramos a dichos padres de familia con una descripción correspondiente a los estilos de vida:

Progresistas, hombres que buscan permanentemente el progreso personal o familiar. Aunque están en todos los NSE, en su mayoría son obreros y empresarios emprendedores (formales e informales). Los mueve el deseo de revertir su situación y avanzar, y están siempre en busca de oportunidades. Son extremadamente prácticos y modernos, tienden a estudiar carreras cortas para salir a producir lo antes posible.

Modernas, mujeres que trabajan o estudian y que buscan su realización personal también como madres. Se maquillan, se arreglan y buscan el reconocimiento de la sociedad. Son modernas, reniegan del machismo y les encanta salir de compras, donde gustan de comprar productos de marca y, en general, de aquellos que les faciliten las tareas del hogar.

Formales, hombres trabajadores y orientados a la familia que valoran mucho su estatus social. Admiran a los Sofisticados, aunque son mucho más tradicionales que estos. Llegan siempre un “poco tarde” en la adopción de las modas. Trabajan usualmente como oficinistas, empleados de nivel medio, profesores, obreros o en actividades independientes de mediano nivel.

6.4 Competidores

**CUADRO No 30
COMPETENCIA DIRECTA**

GUARDERÍA O CUNA	
1. Estrellita de Belén	Modalidad: Cuna / Guardería, Nido / Jardín / Kinder Dirección: Alfonso Ugarte manzana d1 lote 32 Teléfono: 401824 Gestión: Particular Cantidad de alumnos en guardería: 34
2. Hans Bruning	Modalidad: Cuna / Guardería, Nido / Jardín / Kinder Dirección: Avenida Circunvalación sur este s/n - Gestión: Particular Cantidad de alumnos en guardería: 12
3. Hugo Mitchell	Modalidad: Nido / Jardín / Kinder Dirección: Pago Arunta s/n - Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa Gestión: Particular Cantidad de alumnos en guardería: 22

<p>4. Daniel Alcides Carrión Nido / Jardín / Kinder Dirección: Calle Eduardo Pérez gamboa e-7 . Teléfono:407960 Gestión: Particular Cantidad de alumnos en guardería: 44</p>
<p>5. Kinderland Modalidad: Nido / Jardín / Kinder Dirección: Santa lucia manzana A lote 1 Teléfono:401431 Gestión: Particular Cantidad de alumnos en guardería: 36</p>

FUENTE: GUARDERÍA ANQAWAWA – ELABORACION PROPIA

5.5. Justificación de plan de marketing

En el mercado actual de la industria de cuidado de niños identificamos una gran demanda de padres con necesidad de sobresalir profesionalmente y socialmente. La demanda de este sector está en pleno crecimiento y se está imponiendo en los últimos años como consecuencia del creciente interés de la sociedad por actividades como el interés de trabajar o la diversión. Por ello es favorable que exista un centro donde sus niños estén bien cuidados, protegidos y a la vez queridos con una atención adecuada a ellos, mientras que los padres satisfacen sus necesidades.

Por ello se presenta el siguiente proyecto de una guardería y estimulación temprana localizado en el distrito de Gregorio

Albarracín Lanchipa Tacna – Perú, que surge como un alternativa para las personas que no saben con quién dejar a sus hijos para poder trabajar o asistir a compromisos y actividades en horarios diurnos. Tiene como base en el mercado actual y tiene tendencias ascendentes porque son los padres que tienen pequeños en casa que les imposibilitan realizar sus actividades. Se pretende ofrecer un servicio diferente a los demás mediante la incorporación de un sistema de vigilancia monitoreada restringida, donde solo los tutores o padres de familia tendrán acceso con claves y contraseñas personalizadas además del servicio de psicomotricidad, Juegos dramáticos, Talleres, Educación en Valores entre otros.

5.6. Objetivos de marketing

- Obtener a 60 Infantes matriculados en la apertura de la guardería ANQAWAWA.
- Ser identificados como una guardería q brinda un servicio diferenciado por la instalación de cámaras de video vigilancia que podrán ser visualizados por los padres de familia en sus aparatos tecnológicos,

permitiendo que tengan confianza en la seguridad y bienestar de sus hijos.

- Dar a conocer a los principales atributos y beneficio que brinda la organización reflejando un servicio de calidad.

5.7. Estrategias de marketing

Estrategia de cartera

- Desarrollo del producto: basada en la estrategia de diferenciación de la empresa. De esta forma ANQAWAWA contará con el servicio de un circuito cerrado de cámaras de video vigilancia en tiempo real, aprovechando un nicho dentro del mercado de guarderías, al brindar un servicio que ninguna guardería de Gregorio Albarracín ofrece.

Estrategia de posicionamiento

- ANQAWAWA se posicionará como una marca de confianza y una institución que presta servicios de calidad e innovación, brindando el beneficio de

bienestar a nuestros clientes en base al cumplimiento de nuestra misión.

Estrategia funcional

- Servicio: especialización en el cuidado de niños de 3 meses a 3 años de edad, brindando un servicio de calidad y seguridad bajo un circuito cerrado de cámaras de video vigilancia en tiempo real.
- Precio: la estrategia de precios se basara en mantener precios competitivos en relación a las guarderías involucradas en la competencia.
- Plaza: Se proyecta instalar la guardería ANQAWAWA en el distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, específicamente en la Asociación de Vivienda Alfonso Ugarte, Manzana K 1, que es la zona con mayor densidad poblacional y movimiento comercial del distrito.
- Promoción: se optará por desarrollar publicidad gráfica afiche, volante, banner y banderola en las principales calles de Gregorio Albarracín. Adicional a ello se realizará una actividad recreativa como parte de la campaña de lanzamiento “show infantil” en la plaza Jorge Chávez donde se concentra nuestro público objetivo y el manejo de redes sociales.

CAMPAÑA PUBLICITARIA

6.1 Campaña de lanzamiento: “ANQAWAWA”

6.2 Objetivos

- Dar notoriedad a la marca ANQAWAWA en el distrito Gregorio Albarracín Lanchipa.
- Informar sobre servicio integral que ofrece ANQAWAWA, destacando el sistema de vigilancia monitoreada.
- Crear una experiencia de marca que transmita nuestra misión.

6.3. Cuadro mix de publicidad

Cuadro N° 31

Objetivo	Táctica	Pieza / Entregable	Estrategia
Posicionar el nombre de la empresa en la población del distrito y específicamente en el segmento objetivo.	Organización de evento gratuito de lanzamiento promocionando el logo, y la forma de trabajo de la guardería	Piezas de comunicación gráficas. (Logo, eslogan, etc)	Estrategia de posicionamiento
Fortalecer la marca de nuestra guardería mediante actividades de	Realizar activaciones de información y promoción en	Piezas de comunicación gráficas.	Estrategia de comunicación

publicidad localizadas.	lugares estratégicos.	(Afiches, globos con logos)	
-------------------------	-----------------------	-----------------------------	--

Fuente: Propia. Elaboración: Propia.

6.4 Cronograma

Cuadro N° 32

Objetivo de Campaña	Táctica	Actividades	Responsable	Fecha
OE1	Organización de evento gratuito de lanzamiento promocionando el logo, y la forma de trabajo de la guardería	<ul style="list-style-type: none"> - Organización de evento infantil gratuito en el parque Jorge Chavez. Diseño de objetivos. - Diseño de cronograma de acción. 	Bach. Lucero Rodriguez Rodriguez	Diciembre
OE2	Realizar activaciones de información y promoción en lugares estratégicos	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer la planificación BTL. - Realizar el diseño de la identidad gráfica. - Realizar actividades de promoción como perifoneo, distribución de afiches, etc. 	Bach. Lucero Rodriguez Rodriguez	Diciembre-Enero

Fuente: Propia. Elaboración: Propia

6.5. Presupuesto

Cuadro N° 33

Estrategia	Actividades	Acciones	Costo en nuevos soles
Estrategia de posicionamiento	<ul style="list-style-type: none"> -Organización de evento infantil gratuito en el parque Jorge Chavez. -Diseño de objetivos. - Diseño de cronograma de acción. 	<ul style="list-style-type: none"> - Animador - Payasos - Muñecos disfrazados - Recuerdos y premios - Globos con logo. - Equipo de Sonido 	1,780.00
Estrategia de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer la planificación BTL. - Realizar el diseño de la identidad gráfica. - Realizar actividades de promoción como, distribución de afiches, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> - Volantes de presentación - Vehículo de perifoneo - Personal para publicidad 	960.00
Costo Total En Nuevos Soles			2,840.00

Fuente: Propia. Elaboración: Propia

7. Producción de piezas

7.1. Pre Producción:

Concepto comunicacional: bajo el concepto de seguridad y cuidado para niños de hoy, traza la línea de comunicación propuesta para conseguir una imagen y reconocimiento de ANQAWAWA, como institución integral especializada en cuidado de niños.

7.2. Producción:

7.3. Ficha de validación:

CONCLUSIONES

- La ubicación de la guardería está en la zona de mayor concentración residencial y empresarial del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa.
- El estudio de mercado del presente estudio permite identificar una demanda insatisfecha de 151 Infantes. Sin embargo las características de la infraestructura física donde desarrollará sus actividades la guardería ANQAWAWA, permiten atender un máximo de 60 infantes. Esto otorga viabilidad comercial al proyecto.
- La distribución y las áreas de los ambientes de la guardería, permite diseñar una oferta en las siguientes cantidades
 - Infantes Lactantes: 10 Niños (Segundo Piso)
 - Infantes Maternales: 10 Niños (Segundo Piso)
 - Infantes Caminantes: 25 Niños (Primer Piso)
 - Infantes Medianos: 15 Niños (Primer Piso)
- La inversión inicial (Año 0) es de S/. 44,752.00 los costos operativos anuales (Año1al 10) son de S/. 120,348.00, mientras que los ingresos anuales se proyectan en S/.

216,732.00, lo que evidencia rentabilidad en todos los periodos.

- Las cifras de Ingresos y Egresos, permiten proyectar indicadores de evaluación positivos como un VAN de S/. 379,231.61 y una TIR de 150.27%, lo que otorga viabilidad económica al proyecto.

5. Bibliografía

Arellano, C. (2015). *Arellano Marketing*. Obtenido de <http://www.arellanomarketing.com/inicio/estilos-de-vida/>

Hill., M. G. (2005). *“Introducción a la economía”*.

FEENBERG, A. (2005). Teoría crítica de la tecnología. *iberoam. cienc. tecnol. soc*, 109-123.

Serrano, M. (1993). Teoría de la Comunicación . *Epistemología y análisis de la referencia*.

COMERCIO, D. (05 de Enero de 2015). *El comercio: Portafolio*. Obtenido de <http://elcomercio.pe/economia/peru/cual-rumbo-economia-peruana-2015-noticia-1782668>

Alvarez, D. (2010). *Segmentación por Niveles Socioeconómicos*. Universidad de Buenos Aires .

Reig, M. (28 de Abril de 2009). *Que es un gadget*. Obtenido de <http://www.curiosite.es/scripts/news/esnews.phpfrmIdPagina10233>

Porter, Michael (1980). *Estrategias Competitivas*

Friedman, Milton (2011).