



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

“PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACION DE UN CENTRO DE ESTIMULACION TEMPRANA EN EL DISTRITO DE VICTOR LARCO HERRERA EN EL 2018”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración

Autoras:

Karen Paola Basilio Rodríguez
Tatiana Gabriela Pairazamán Rosillo

Asesor:

Eco. María Eugenia Alfaro Sánchez

Trujillo – Perú

2018

APROBACIÓN DE LA TESIS

La asesora y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por las Bachilleres: **Karen Paola Basilio Rodríguez y Tatiana Gabriela Pairazamán Rosillo**, denominada:

**“PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE
ESTIMULACIÓN TEMPRANA EN EL DISTRITO DE VICTOR LARCO HERRERA
EN EL 2018”**

Econ. María Eugenia Alfaro Sánchez
ASESOR

Ing. Luigi Cabos Villa
JURADO
PRESIDENTE

Dr. Carlos Pastor Casas
JURADO

Ms. Roger Hurtado Rojas
JURADO

DEDICATORIA

Dedicado especialmente a mis padres, por todo el sacrificio, esfuerzo y apoyo que me brindaron durante todos estos años, porque han sido y son el pilar fundamental en mi vida y este logro es enteramente a ellos.

Br. Pairazaman Rosillo, Tatiana Gabriela.

Con amor a mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios y perseverancia para conseguir mis objetivos.

Br. Basilio Rodríguez, Karen Paola.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme permitido lograr y culminar esta etapa de mi vida profesional; y por todos los días vividos, por la fuerza, paciencia, persistencia y amor.

Br. Pairazaman Rosillo, Tatiana Gabriela.

A Dios por las bendiciones y amor, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente.

A mi familia por el apoyo incondicional.

A nuestros profesores por los conocimientos compartidos.

Br. Basilio Rodriguez, Karen Paola.

TABLA DE CONTENIDOS

Contenido	
APROBACIÓN DE LA TESIS.....	II
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	V
ÍNDICE DE TABLAS.....	VIII
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	XI
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	XII
RESUMEN.....	XIII
ABSTRACT.....	XIV
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	14
1.1. Realidad Problemática:.....	14
1.2. Formulación del Problema:.....	14
1.3. Justificación.....	14
1.4. Limitaciones.....	16
1.5. Objetivos.....	16
1.5.1. Objetivo General.....	16
1.5.2. Objetivos Específicos.....	16
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	17
2.1. Antecedentes.....	17
2.2. Bases teóricas.....	17
2.3. Hipótesis.....	23
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....	24
3.1. Operacionalización de variables.....	24
3.2. Diseño de investigación.....	24
3.3. Unidad de estudio:.....	24
3.4. Población.....	24
3.5. Muestra (muestreo o selección).....	25
3.6. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.....	25
3.7. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos.....	26
CAPÍTULO 4. RESULTADOS.....	27
4.1. Estudio de Mercado:.....	27
4.1.1. Análisis del Entorno:.....	27
4.1.2. Investigación de Mercado:.....	36
4.1.3. Análisis de la Demanda.....	38
4.1.4. Análisis de la Oferta:.....	40

4.1.5.	Deducción del Mercado:.....	42
4.1.6.	Análisis de la Comercialización.....	44
4.1.7.	Plan de Mercadotecnia.....	45
4.2.	Estudio Técnico:.....	48
4.2.1.	Especificaciones Técnicas del Servicio:.....	48
4.2.2.	Ingeniería Básica:.....	56
4.2.3.	Producción y Capacidad.....	67
4.2.4.	Descripción y Tecnologías.....	68
4.2.5.	Centro de Operaciones	71
4.2.6.	Diseño de Edificaciones e Instalaciones	75
4.3.	Estudio Legal	77
4.3.1.	Constitución de la Sociedad:	77
4.3.2.	Costos de Constitución.....	78
4.3.3.	Tasas y Servicios Regulados.....	78
4.3.4.	Demás Aspectos Legales	80
4.4.	Estudio Organizacional.....	84
4.4.1.	Planeamiento Estratégico:.....	84
4.4.2.	Análisis FODA.....	85
4.4.3.	MATRIZ EFE Y EFI	89
4.4.4.	Análisis de la Competitividad del Proyecto:.....	91
4.4.5.	Estrategias de Entrada y Crecimiento:.....	92
4.4.6.	Estructura Organizacional	92
4.4.7.	Equipo de Trabajo.	94
4.4.8.	Proceso de Reclutamiento y Selección.....	99
4.4.9.	Plan de Desarrollo del Personal y Monitoreo.....	100
4.4.10.	Política y Fijación de Remuneraciones	101
4.5.	Estudio de Costos	102
4.5.1.	Inversiones.....	102
4.5.2.	Costos y Gastos Proyectados.....	106
4.5.3.	Gastos Administrativos.....	113
4.5.4.	Gastos de Ventas.....	114
4.5.5.	Depreciación de Activo Fijo y Amortización del Intangible.....	115
4.5.6.	Financiamiento.....	116
4.5.7.	Ingresos Proyectados.....	120
4.5.8.	Recuperación de Capital de Trabajo.....	121
4.5.9.	Valor de Desecho Neto.....	121
4.5.10.	Evaluación Económica y Financiera.....	122
4.5.11.	Flujo de Caja Proyectado.	123
4.5.12.	Tasa de Descuento	126
4.5.13.	Estados Proyectados.....	128
4.5.14.	Estado de Ganancias y Pérdidas.....	129
4.5.15.	Rentabilidad.....	131
4.5.16.	Análisis de Sensibilidad.....	134
4.5.17.	Factores Críticos de Riesgo y Éxito	138
CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN.....		140
CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES		143

CAPITULO 7. RECOMENDACIONES	144
REFERENCIAS	145
ANEXOS	146

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N°1: OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	24
CUADRO N°2: PBI POR SECTORES ECONOMICOS	30
CUADRO N° 3: INDICADORES DEL CONSUMO PRIVADO	31
CUADRO N°4: SEGMENTACION	37
CUADRO N° 5: DEMANDA PRESENTE	38
CUADRO N° 6: INGRESO	39
CUADRO N°7: DEMANDA PROYECTADA A 5 AÑOS	40
CUADRO N° 8: OFERTA PROYECTADA A 5 AÑOS	41
CUADRO N° 9: MERCADO POTENCIAL	42
CUADRO N° 10: MERCADO DISPONIBLE	42
CUADRO N°11: MERCADO EFECTIVO	43
CUADRO N°12: MERCADO OBJETIVO	43
CUADRO N°13: CUALIDAD INTRÍNSECA	44
CUADRO N°14: CONVENIENCIA	45
CUADRO N°15: PLAN DE CRECIMIENTO COMERCIAL	45
CUADRO N°16: MERCADO META	46
CUADRO N°17: COSTO PARA EL CLIENTE	47
CUADRO N°18: TIPO DE SERVICIOS	48
CUADRO N°19: CARTILLA DE EVALUACION ESTIMULACION TEMPRANA	53
CUADRO N°20: CARTILLA DE EVALUACION DESARROLLO INFANTIL I	54
CUADRO N°21: CARTILLA DE EVALUACION DESARROLLO INFANTIL II	55
CUADRO N°22: TAMAÑO POR PRODUCTO	67
CUADRO N°23: OCUPABILIDAD	67
CUADRO N° 24: MAQUINARIA Y EQUIPO	68
CUADRO N° 25: MOBILIARIO Y HERRAMIENTAS	69
CUADRO N° 26: CALIFICACION DE LOCALIZACION DE LOCAL	72
CUADRO N°27: ANALISIS DE LOCALIZACION DE LA URB. EL GOLF	72
CUADRO N° 28: ANALISIS DE AV. VICTOR LARCO HERRERA	72
CUADRO N°29: ANALISIS DE URB. SAN ANDRES V ETAPA	73
CUADRO N° 30: FORMA DE SOCIEDAD	77
CUADRO N° 31: COSTOS DE CONSTITUCIÓN	78
CUADRO N° 32: COSTOS DE LICENCIA Y PERMISOS	78
CUADRO N° 33: COSTOS DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS	79

CUADRO N° 34: ASPECTOS LABORALES	81
CUADRO N° 35:	
GASTOS PARA LA REGULACIÓN DE SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL	83
CUADRO N° 36: FODA	85
CUADRO N° 37: ESTRATEGIAS FODA	88
CUADRO N° 38: MATRIZ EFE	89
CUADRO N° 39: MATRIZ EFI	90
CUADRO N° 40: ANALISIS DE LA COMPETITIVIDAD DEL PROYECTO	91
CUADRO N° 41 ESTRATEGIAS DE ENTRADA Y CRECIMIENTO	92
CUADRO N° 42: DESCRIPCION DE POSICIONES	94
CUADRO N° 43: DESCRIPCION DE POSICION DE PSICOLOGA	95
CUADRO N° 44: DESCRIPCION DE POSICION DE ASISTENTE DE SERVICIO	95
CUADRO N° 45: DESCRIPCION DE POSICION DE GERENTE	96
CUADRO N° 46: DESCRIPCION DE POSICION DE ASESOR COMERCIAL	97
CUADRO N° 47: DESCRIPCION DE POSICION DE AUXILIAR DE LIMPIEZA	97
CUADRO N° 48: DESCRIPCION DE POSICION DE VIGILANTE	98
CUADRO N° 49: DESCRIPCION DE POSICION DE AUXILIAR CONTABLE	98
CUADRO N° 50: GASTOS DE PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN	99
CUADRO N° 51: PLANILLA	101
CUADRO N° 52: RESUMEN DE INVERSIÓN	102
CUADRO N°53: INVERSIÓN EN ACTIVO FIJO	103
CUADRO N° 54: INVERSIÓN EN ACTIVO INTANGIBLE	104
CUADRO N° 55: INVERSIÓN Y REINVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	105
CUADRO N° 56: COSTO DEL SERVICIO	106
CUADRO N° 57: MATERIALES DIRECTOS POR SERVICIO I	107
CUADRO N° 58: MATERIALES DIRECTOS POR SERVICIO II	108
CUADRO N° 59: MATERIALES DIRECTOS POR SERVICIO III	109
CUADRO N° 60: PROGRAMA DE PRODUCCIÓN	110
CUADRO N°61:	
PRESUPUESTO TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS SEGÚN SERVICIO	110
CUADRO N° 62: PLANILLA DE LA MANO DE OBRA DIRECTA	111
CUADRO N° 63 GASTOS PROYECTADOS EN MANO DE OBRA DIRECTA	111
CUADRO N° 64 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	112
CUADRO N° 65 OTROS GASTOS	113
CUADRO N° 66: GASTOS ADMINISTRATIVOS	114
CUADRO N° 67: GASTOS DE VENTAS	115

CUADRO N° 68: DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO	115
CUADRO N° 69: AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES	116
CUADRO N° 70: ESTRUCTURA DE CAPITAL	117
CUADRO N° 71: CEA DE LAS ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO	118
CUADRO N° 72: PLAN FINANCIERO PARA EL PROYECTO	118
CUADRO N° 73: AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO	119
CUADRO N° 74: AMORTIZACION DEL ACTIVO FIJO	119
CUADRO N° 75: ESTRUCTURA DE PRECIOS	120
CUADRO N° 76: INGRESOS PROYECTADOS POR TIPO DE SERVICIO	120
CUADRO N° 77: RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO	121
CUADRO N° 78: VALOR DE DESECHO	121
CUADRO N° 79: SUPUESTOS	123
CUADRO N° 80: FLUJO DE CAJA OPERATIVO	124
CUADRO N° 81: FLUJO DE CAPITAL	124
CUADRO N° 82: FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	125
CUADRO N° 83: FLUJO DE DEUDA	125
CUADRO N° 84: FLUJO DE CAJA FINANCIERO	126
CUADRO N° 85: COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL	126
CUADRO N° 86: COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL	127
CUADRO N° 87: BALANCE GENERAL PROYECTADO	128
CUADRO N° 88: ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS PROYECTADO	130
CUADRO N° 89: VAN Y TIR	131
CUADRO N° 90: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL	132
CUADRO N° 91: RELACIÓN COSTO/BENEFICIO	132
CUADRO N° 92: PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES Y VENTAS	133
CUADRO N° 93: COMPROBACION DE PUNTO DE EQUILIBRIO	133
CUADRO N° 94: ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL 1° ESCENARIO	135
CUADRO N° 95: ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL 2° ESCENARIO	135
CUADRO N° 96: ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL 3° ESCENARIO	136
CUADRO N° 97: ANÁLISIS MULIDIMENSIONAL 1° ESCENARIO	136
CUADRO N° 98: ANÁLISIS MULTIDIMENSIONAL 2° ESCENARIO	137
CUADRO N° 99 ANÁLISIS MULTIDIMENSIONAL 3° ESCENARIO	137

ÍNDICE DE GRAFICOS

GRÁFICO N°1: PBI Y DEMANDA INTERNA	30
GRAFICO N°2: CONSUMO PRIVADO	31
GRAFICO N°3: INVERSION BRUTA FIJA PRIVADA	32
GRAFICO N°4:	
PRINCIPALES ANUNCIOS DE PROYECTOS DE INVERSISON PRIVADA: 2017-2019	32
GRAFICO N° 5: INFLACION Y META DE INFLACION	33
GRAFICO N° 6: INFLACION	33
GRAFICO N°7: TIPO DE CAMBIO Y COMPRAS DE DOLARES DEL BCRP DE 2017	34
GRAFICO N°8: MAPA DE PROCESOS	52
GRÁFICO N° 9 PROCESO ESTRATEGICO	53
GRAFICO N°10: PROCESO DE INSCRIPCION POR PRIMERA VEZ	54
GRÁFICO N°11: PROCESO DE INSCRIPCION RUTINARIO	55
GRÁFICO N°12: PROCESO DE SERVICIO I	56
GRÁFICO N°13: PROCESO DE SERVICIO II	57
GRÁFICO N°14: PROCESO DE SERVICIO III	58
GRÁFICO N°15: PROCESO DE MANTENIMIENTO	59
GRÁFICO N°16: PROCESO DE MARKETING	60
GRÁFICO N°17: PROCESO DE SEGURIDAD	61
GRAFICO N° 18: PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN	62
GRÁFICO N°19: ORGANIGRAMA - PIN PON	89
GRÁFICO N° 20: PUNTO DE EQUILIBRIO	130

INDICE DE IMÁGENES

IMAGEN N°1 PAGINA WEB PIN PON	66
IMAGEN N°2: MAPA DEL DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD	67
IMAGEN N° 3: MICRO-LOCALIZACIÓN	69
IMAGEN N° 4: PLANOS DEL PRIMER PISO DE PIN PON	71
IMAGEN N° 5: PLANOS DEL SEGUNDO PISO DE PIN PON	72

RESUMEN

El objetivo general de este plan de negocios está orientado en determinar la viabilidad económica y financiera en la creación de un centro de estimulación temprana en la ciudad de Trujillo, quien ofrecerá servicios distintos a lo usual en el sector, ya que la finalidad es desarrollar de manera “integral”, “entretenida” y “segura” a los niños; ofreciendo también “seguridad y ayuda al padre de familia” en esta etapa.

La inversión total asciende a S/. 210,612.00 soles, el cual será financiado en un 30% por una entidad financiera y el 70% con aporte propio. El periodo de recuperación de capital es de 2 años y 7 meses, tiene un Costo Beneficios de 2.16, un TIRe de 44.21%

La información para elaborar este plan de negocios se obtuvo principalmente mediante fuentes secundarias, las cuales fueron validadas mediante entrevistas a personas conocedoras del sector, de su problemática y potencialidades.

De acuerdo con el plan de marketing realizado, este centro se ubicará en la Urb. El Golf, principalmente debido a la cercanía y accesibilidad del mercado objetivo. El segmento objetivo es bebés y niños entre 0-3 años como usuarios y como clientes los padres de estos de nivel socio económico A y B pertenecientes al distrito de Víctor Larco Herrera, para lo cual se ofrecerá un servicio de calidad que compense el precio propuesto

El canal de venta a utilizarse será mediante venta directa. La marca con la que se comercializará el servicio es “PINPON”.

La evaluación financiera demuestra que el proyecto es rentable, habiéndose realizado análisis de escenarios teniendo en cuenta las variables críticas que podrían afectar los volúmenes de venta, los precios del producto y la variabilidad cambiaria.

ABSTRACT

The general objective of this business plan is oriented to determine the economic and financial viability in the creation of an early stimulation center in the city of Trujillo, which will offer different services than usual in the sector, since the purpose is to develop "integral", "entertaining" and "safe" way to children; also offering "security and help to the father" at this stage.

The total investment amounts to S/. 210,612.00 soles, which will be financed by 30% by a financial institution and 70% by its own contribution. The capital recovery period is 2 years and 7 months, has a Cost Benefit of 2.16, a TIRe of 44.21%

The information to elaborate this business plan was obtained mainly through secondary sources, which were validated through interviews with people familiar with the sector, their problems and potential.

According to the marketing plan carried out, this center will be located in the Urb. El Golf, mainly due to the proximity and accessibility of the target market. The target segment is babies and children between 0-3 years of socio-economic level A and B belonging to the districts of Trujillo and Víctor Larco Herrera, for which a quality service will be offered that compensates the proposed price.

The sales channel to be used will be through direct sales. The brand with which the service will be marketed is "PINPON".

The financial evaluation demonstrates that the project is profitable, having analyzed scenarios taking into account the critical variables that could affect sales volumes, product prices and exchange rate variability.

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática:

Los niños de hoy son muy diferentes a los niños de hace 15 años debido al entorno en el cual nacieron y se están formando, es por ello por lo que actualmente tienen distintas necesidades y necesitan desarrollar nuevas habilidades; para que puedan desenvolverse eficazmente en esta etapa, la cual es la más importante de su vida, ya que esta será la base para su futuro.

En la actualidad la mayoría de las empresas dedicadas a este rubro no logran satisfacer a cabalidad a sus clientes ya que no desarrollan conjuntamente todas las habilidades y capacidades de los niños, debido a que se centran en 2 o 3 inteligencias descuidando las demás. Teniendo en cuenta la realidad competitiva que se vive actualmente, es necesario preparar a los futuros adultos desde pequeños para que puedan hacer frente a la sociedad que los espera, teniendo como principal ventaja su coeficiente intelectual, su destreza motora, el equilibrio de ambos hemisferios cerebrales; los cuales ayudaran a su creatividad, a su habilidad matemática y lingüística.

Teniendo en cuenta una encuesta realizada a los padres que optan por utilizar este servicio para sus hijos se encontró que más del 80% de estos estarían dispuestos a cambiar a sus hijos a un centro de estimulación que puedan desarrollar de manera integral y divertida las habilidades de sus niños, así mismo que menos del 50% de la población utiliza este tipo de servicio por lo que sería un mercado atractivo para abarcar.

1.2. Formulación del Problema:

¿Es factible la implementación de un Centro de Estimulación Temprana en el Distrito de Víctor Larco Herrera en el 2018?

1.3. Justificación:

La idea de negocio surge a partir del exceso de demanda y poca oferta en el mercado; es por ello por lo que PINPON será una nueva y mejor opción para cubrir la necesidad de desarrollar de manera integral a los niños; implementando métodos innovadores a la estimulación infantil. En la etapa infantil el ser humano aprende a conocerse y a conocer el medio en que se desenvuelve; al ser también una etapa formativa desarrolla habilidades, capacidades y descubren sus talentos lo cual va a influir en la seguridad que tengan en su

vida, es por esto por lo que se ve la necesidad de estimular a los niños desde muy pequeños.

La empresa no solo se dedicará a la estimulación; sino también a fomentar la sana diversión en los niños, con modernos juegos y juguetes que ayudan a estimularlos. El espacio creará la sensación de entrar a un nuevo mundo en los niños pequeños ya que será solo para ellos, con diversidad en entretenimiento. Para lograr el desarrollo esperado en los niños, PinPon contará con amplios espacios, diseños novedosos, coloridos y cómodos para lograr la seguridad física y emocional del niño. Así como también contará con personal altamente calificado en el tema como son psicólogas educativas tituladas con experiencia, que aseguren la correcta estimulación de los niños. Para la tranquilidad de los padres, PinPon contará con un espacio exclusivo para ellos, en el cual podrán observar las actividades de sus niños en tiempo real, ya que se contará con cámaras en cada uno de los espacios de sus niños, brindando seguridad bilateral (padres y niños). Así mismo se contará con una plataforma virtual que contará con una aplicación, la cual permitirá observar las actividades de sus hijos vía on - line ingresando un usuario y contraseña personalizado; dicha aplicación permitirá también generar pagos on-line y reservar matriculas, teniendo como objetivo principal generar lazos de confianzas y fidelización del cliente con PinPon.

Por otro lado, la tendencia vigente de los padres actuales es desarrollar a sus niños desde muy pequeños, lo cual se refleja en la acogida que han tenido jardines, guarderías y demás centros de estimulación.

PinPon busca que los niños del mañana sean adultos con capacidades y habilidades desarrolladas, es por eso por lo que necesitan aprender a descubrirlas y utilizarlas desde muy pequeños para que puedan tener un mejor desempeño en el futuro.

El desarrollo de su inteligencia emocional ayudará que estos futuros adultos puedan tener relaciones interpersonales positivas, ya que podrán controlar las malas y buenas emociones; siendo adultos estables, es por ello la importancia de estimular a los niños ya que si se hace de la manera adecuada tendrá una influencia positiva el resto de su vida.

Con este proyecto se busca concientizar a las personas, el buen efecto a futuro que tiene la estimulación en los niños pequeños, demostrado está que los niños mientras más activos son de pequeños, menos propensos a la depresión serán, lo cual definitivamente mejorará su calidad de vida aportando así adultos responsables para la sociedad.

1.4. Limitaciones.

- La principal limitación es la restricción al acceso a fuentes, instrumentos y algunas técnicas para la recolección de datos.
- En la actualidad, el objeto de estudio de la investigación se presenta compleja, cambiante y diversa.

1.5. Objetivos:

1.5.1. Objetivo General:

- Determinar la factibilidad o viabilidad económica y financiera de la Implementación de un Centro de Estimulación Temprana en el Distrito de Victor Larco Herrera en el 2018.

1.5.2. Objetivos Específicos.

- Cuantificar el mercado meta y cualificar el perfil del cliente.
- Determinar la factibilidad técnica de la propuesta.
- Especificar los aspectos legales que influyen en el proyecto.
- Diseñar la estructura organizacional de la empresa.
- Determinar los costos asociados a la propuesta del proyecto.
- Establecer la rentabilidad estimada al término de los 5 años de la propuesta.

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes:

Antecedentes Teóricos: Se sabe que los primeros años de vida del ser humano son importantes y trascendentes para el desarrollo mental, social y neurológico, por ello, es esencial que los niños realicen una determinada práctica desde pequeños, ya que muchas investigaciones tales como: (Sant, 2006) Huttenlocher (1997), Gofman, Rakic (1997), Kleim et al(2002), indican que los cerebros de aquellos niños que no lo hacen, son entre un 20 a 30 % más pequeños de lo normal para su edad, lo cual no solo influye en su parte cognitiva sino también social, siendo una de las causas del autismo (Madrid. E. G., 2003) (Piaget, 1936, 1947) (Frith, 1995; Baron-Cohen y Bolton, 1998). Además, se dice que, los juguetes estimulan un 25% más de sinapsis por neurona.

Encontramos también, que es necesario que los niños aprendan a conocer y manejar sus emociones para que cuando sean adultos tengan una inteligencia emocional adecuada (Madrid. E. G., 2007) (Walter Mischel- Universidad de Columbia).

2.2. Bases teóricas:

Estudio de mercado:

Es una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica para ello se realizan conjunto de acciones para saber la respuesta del mercado (demanda) y proveedores, competencia (oferta) sobre el producto o servicio a ofrecer Se toma en cuenta la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución. Se busca tener una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un conocimiento de los interlocutores del sector como por ejemplo el perfil del cliente más completo, (sexo, edad, ingresos, preferencias, etc.); así como establecer una política de precios y de comercialización. Con el estudio de mercado veremos cuál ha sido históricamente el comportamiento de la demanda y que proyección se espera. El estudio de mercado arrojará datos que nos ayudara a saber si nuestros productos o servicio cuentan con valores añadidos y ventajas competitivas con relación a la oferta ya existente.

Oferta y demanda:

Considerado como uno de los creadores de la economía como ciencia, Adam Smith, propuso el método de la oferta y la demanda, en su obra “La riqueza de las Naciones” (Smith, 1776) la cual se definen de la siguiente manera: la demanda, es el conjunto de mercancías que los consumidores solicitan y están dispuestos a obtener y la oferta se refiere al número de mercancías que pueden llegar a venderse.

Cliente:

La persona que compra habitualmente en la misma empresa (consumidor habitual)

Usuario:

La persona que disfruta habitualmente de un servicio o del empleo de un producto.

Investigación de mercados:

La investigación de mercados es una técnica que sirve para recopilar datos de cualquier aspecto que se deseen conocer para después poder interpretarlos y al final hacer uso de ellos para una correcta toma de decisiones.

La investigación de mercados tiene 3 tipos de objetivos diferentes.

- **Administrativos:** Ayudar al desarrollo de la empresa o negocio mediante una correcta planeación, organización y control del recurso tanto material como humano, para así poder cubrir las necesidades específicas dentro del mercado en el tiempo exacto.
- **Sociales:** Satisfacer las necesidades específicas del cliente mediante un bien o servicio requerido, es decir, que el producto o servicio cumpla con los requerimientos y deseos del cliente cuando sea utilizado.
- **Económicos:** Determinar el grado económico del éxito o fracaso que pueda tener una empresa al ser nueva en el mercado, o en su defecto introducir un nuevo producto o servicio para así poder saber con seguridad las acciones que se deben implementar.

Estimulación temprana:

La estimulación temprana consiste en proporcionar al bebé y al niño las mejores oportunidades de desarrollo físico, intelectual y social para que sus capacidades y habilidades le permitan ser mejor de lo que hubiera sido sin ese entorno rico en estímulos intelectuales y físicos de calidad. La estimulación temprana incluye un conjunto de actividades que pueden ser aplicadas desde el nacimiento hasta los 6 o 7 años del niño, porque es en este período donde se va desarrollando la estructura del pensamiento y la personalidad del niño. La intención es que, a través de estas actividades estimulantes, el bebé o el niño vaya desarrollando autonomía e independencia; así como su psicomotricidad, habilidades cognitivas, sensoriales y de lenguaje. Aquí radica la importancia de la estimulación temprana.

Se diseña un programa para el bebé o el niño tomando en cuenta sus necesidades y entorno familiar, ubicando los objetivos que se quieren trabajar para intervenirlos, y al mismo ritmo se va evaluando el proceso. Aunque se establezca prioridad en un área en especial, deben trabajarse todas. No existe un tiempo definido para lograr un objetivo, lo más importante es tener paciencia porque cada niño tiene su propio ritmo de desarrollo y no se debe presionar ni comparar con otro. La intención es ofrecer actividades que el niño esté preparado para superar y así poder elevar su autoestima. Los objetivos del programa irán cambiando de acuerdo con el desarrollo y logros del niño, con el fin de estimular su desarrollo motriz, cognitivo, emocional y social.

Al comienzo, lo primero que se busca reforzar es el vínculo emocional del bebé, siempre respetando su espacio. Posteriormente se trabajan áreas como:

- Motricidad gruesa y fina: su objetivo es que el niño(a) logre el control de sus músculos para que pueda coordinar sus movimientos libremente.
- Lenguaje: ayuda en la comprensión de su lenguaje para poder expresarse a través de él.
- Cognición: trabaja el intelecto del bebé.
- Personal y emocional: trabaja la independencia del niño en actividades cotidianas como alimentarse y vestirse.
- Social: le facilita al niño los elementos necesarios para desarrollarse en su entorno.

Motricidad fina:

Son los pequeños movimientos que se producen en las manos, muñecas, dedos, pies, dedos de los pies, los labios y la lengua. Son las pequeñas acciones que se producen, como recoger objetos entre el pulgar y el dedo índice, usando un lápiz para escribir con cuidado, sosteniendo un tenedor y usarlo para comer y otras tareas de músculos pequeños que se producen a diario.

Motricidad gruesa:

Implican el movimiento de los brazos, las piernas, los pies o el cuerpo entero. Esto incluye acciones tales como correr, gatear, caminar, nadar y otras actividades que involucran a los músculos más grandes.

Inteligencia emocional:

Goleman define a la inteligencia emocional como la capacidad para manejar los sentimientos propios y ajenos, así como la habilidad para controlarlos. De esta forma, la IE se compone de “inteligencia personal”, en la que se englobaría el autoconocimiento emocional (la conciencia de uno mismo), el autocontrol emocional (la autorregulación), así como de la automotivación, y de la “inteligencia interpersonal”, que abarca el reconociendo de las emociones ajenas (la empatía) y las relaciones interpersonales adecuadas (habilidades sociales). Diferentes estudios sostienen que, si bien la Inteligencia Intelectual y la Inteligencia emocional son habilidades diferentes, éstas se complementan entre sí.

Por su parte, las personas con una elevada inteligencia emocional son más creativos, tienen facilidad para relacionarse con los demás, se basan en las experiencias pasadas para tomar decisiones, son espontáneas, aprovechan la información que le brindan sus emociones y algunos estudios sostienen que emplean en mayor medida el hemisferio derecho del cerebro.

Estudio Técnico:

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en donde se busca responder preguntas: ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Cuántos? y ¿Con qué? acerca de un producto o servicio.

En el estudio técnico se contemplan los aspectos operativos necesarios usando eficientemente los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio; en él se determinan los costos en los que se incurrirán al implementarlo, por lo que dicho

estudio es la base para el cálculo financiero y la evaluación económica del mismo. (Vásquez, 2015).

Proceso:

Sucesión e interrelación de pasos, tareas y decisiones, con valor agregado, que se vinculan entre sí para transformar un insumo en un producto o servicio. También se puede definir como los pasos que se realizan de forma secuencial para conseguir elaborar productos o servicios a partir de determinados insumos.

Los procesos tienen las siguientes características.

- ✓ Son definibles: Los procesos deben estar documentados, y sus requerimientos y mediciones deben ser establecidos.
- ✓ Repetible: Los procesos son secuencias de actividades recurrentes. Deben ser comunicados, entendidos y ejecutados consistentemente.
- ✓ Predecible: Los procesos deben lograr un nivel de estabilidad tal que se asegure que sus actividades se ejecutan consistentemente y producen los resultados deseados.
- ✓ Medible: Los procesos deben tener mediciones que aseguren la calidad de cada tarea individual, así como la calidad del resultado final.

Gastos y costos:

El costo hace referencia al conjunto de salidas de dinero en que se incurre para producir un bien o servicio, como es la materia prima, insumos, mano de obra directa, energía para mover máquinas, etc. El costo incluye todo elemento y salida de dinero que terminan haciendo parte del producto final o servicio prestado de forma directa.

El gasto son aquellas salidas de dinero que no se pueden identificar de forma directa en el producto final porque no participó en su construcción.

Una diferencia teórica nos dice que el gasto es la salida de dinero de la que no esperamos obtener un ingreso futuro, y el costo es una salida de dinero de la que sí se espera un ingreso futuro.

Estudio legal:

El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales. Una de las áreas más relevantes al estudio legal será la legislación tributaria. En ellas se deberán identificar las tasas, los incentivos o la

privación de incentivos existentes, los diferentes tipos de sociedad (de responsabilidad limitada, sociedad anónima, sociedad en comandita, etc.) y cuál es la más adecuada para llevar a cabo el proyecto.

Como puede apreciarse, este estudio debe adelantarse en las etapas iniciales de la formulación y preparación, ya que un proyecto, altamente rentable, puede resultar no factible por una norma legal.

Estudio organizacional:

El estudio organizacional busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades y definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la estructura organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación. El objetivo del estudio organizacional es determinar la Estructura Organizacional Administrativa óptima y los planes de trabajo administrativos con la cual operara el proyecto una vez este se ponga en funcionamiento.

Del estudio anterior, se deben determinar los requerimientos de recursos humanos, de locación, muebles y enseres, equipos, tecnología y financieros para atender los procesos administrativos. El diseño de la estructura organizacional depende de criterios y principios administrativos los cuales no son generalizables a todos los proyectos.

Evaluación económica y financiera:

Evaluación Financiera, se realiza en proyectos privados y proyectos mixtos, juzga el proyecto desde la perspectiva del objetivo de generar rentabilidad financiera y juzga el flujo de fondos generado por el proyecto.

Esta evaluación es pertinente para determinar la llamada "Capacidad Financiera del proyecto" y la rentabilidad de Capital propio invertido en el proyecto. La información de la evaluación financiera debe cumplir tres funciones:

- Determinar hasta donde todos los costos pueden ser cubiertos oportunamente, de tal manera que contribuya a diseñar el plan de financiamiento.
- Mide la rentabilidad de la Inversión.
- Genera la información necesaria para hacer una comparación del proyecto con otras alternativas o con otras oportunidades de inversión.

La evaluación financiera trabaja los flujos de ingresos y egresos es decir los Flujos de Efectivo Operacional. Toma como criterio de selección el valor presente neto (VPN) o la tasa interna de retorno (TIR). La diferencia entre evaluación financiera: juzga el proyecto desde la perspectiva de generar rentabilidad financiera y juzga el flujo de fondos generado por el proyecto; y mientras que la evaluación económica: analiza tanto los costes

monetarios como los beneficios expresados en otras unidades relacionadas con las mejoras en las condiciones de vida de un grupo de personas, es decir su objetivo es medir el retorno a través del beneficio. (Baca,1994) (Coss Bu.1994)

Flujo de Caja:

El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un periodo determinado. Los flujos de caja facilitan información acerca de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Por ello, resulta una información indispensable para conocer el estado de la empresa. Es una buena herramienta para medir el nivel de liquidez de una empresa.

Los flujos de caja son cruciales para la supervivencia de una entidad, aportan información muy importante de la empresa, pues indica si ésta se encuentra en una situación sana económicamente. Si una empresa o una persona no tienen suficiente dinero en efectivo para apoyar su negocio, se dice que es insolvente. Si no se tiene cuidado ser insolventes durante bastante tiempo puede llevar a la bancarrota y al cierre de la empresa.

Rentabilidad:

La rentabilidad hace referencia al beneficio, lucro, utilidad o ganancia que se ha obtenido de un recuso o dinero invertido. Se considera también como la remuneración recibida por el dinero o el capital invertido.

La rentabilidad de cualquier inversión debe ser suficiente de mantener el valor de la inversión y de incrementarla. Dependiendo del objetivo del inversionista, la rentabilidad generada por una inversión puede dejarse para mantener o incrementar la inversión, o puede ser retirada para invertirla en otro campo.

Para determinar la rentabilidad es necesario conocer el valor invertido y el tiempo durante el cual se ha hecho o mantenido la inversión.

2.3. Hipótesis

La implementación de un centro de estimulación integral en el distrito de Víctor Larco Herrera es factible y rentable.

CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

3.1. Operacionalización de variables:

CUADRO N°1:

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Estudio de Pre – Factibilidad	Al realizar un estudio de prefactibilidad, se toman en cuenta diversas variables y se reflexiona sobre los puntos centrales de la idea. Si se estima que su implementación es viable, la idea se transformará en un proyecto que será sometido, ahora sí, a un estudio de factibilidad. Este es el último paso antes de que el proyecto se materialice.	Estudio de mercado	Demanda dirigida del proyecto.
		Estudio técnico	Proceso de servicios.
		Estudio legal y organizacional	Tipo de constitución legal y organizacional.
		Ingresos y gastos	Ingresos y gastos proyectados.
		Factibilidad económica y financiera	Indicadores de rentabilidad económica y financiera (VAN y TIR)

Elaboración Propia

3.2. Diseño de investigación:

Concluyente, debido a que los resultados que arroja son definitivos y nos brinda información específica de los puntos que se evaluaron El diseño es descriptivo transversal simple porque se realizó una sola vez en el tiempo a una sola muestra.

3.3. Unidad de estudio:

- Padres con hijos de 6 meses a 3 años

3.4. Población:

- Padres del NSE A y B del distrito de Trujillo y Víctor Larco, Provincia Trujillo, departamento La Libertad.

3.5. Muestra (muestreo o selección):

FORMULA DE MUESTREO PARA POBLACION FINITA:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Se estableció los siguientes valores para los elementos considerados en dicha fórmula.

N = Número de muestra.

N = Población estimada (número total de NIÑOS): 1860

Z = Coeficiente de confianza: 95% (1.96)

p = Aceptación de PinPon – primera encuesta: 85% (0.85).

q = (1-p): 15% (0.15).

i = Nivel de error: 3% (0.03)

Con la aplicación de la encuesta tenemos un resultado de 421 encuestas.

3.6. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos:

Los recursos que contienen datos formales, informales, escritos, orales o multimedia necesarios para nuestra investigación provienen de fuentes de información primaria y secundaria.

Para la obtención de información primaria se utilizaron las técnicas de:

- ✓ Entrevistas a expertos.
- ✓ Entrevistas con posibles proveedores.
- ✓ Entrevistas a profundidad con psicólogas educativas.
- ✓ Encuestas a clientes potenciales.

Para la obtención de información secundaria se obtuvo información de varias fuentes, las cuales provinieron de:

- ✓ Estudios previos.
- ✓ INEI.
- ✓ BCR.
- ✓ APEIM.
- ✓ SUNAT, etc.

3.7. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos:

El método es mixto porque es cuantitativo y cualitativo; para el recojo de la información se utilizó la técnica de encuesta con la finalidad de conocer los gustos y preferencias de las madres con hijos de 6 meses a 3 años de la muestra del distrito de Trujillo Víctor Larco Herrera, con la aplicación de la fórmula de muestreo para universo finito, tenemos que se necesitan 421 encuestas; con valores para p y q de 0.85 y 0.15 respectivamente, con un margen de error de 3% y un nivel de confianza del 97%. Así mismo también se realizó la revisión documentaria.

CAPÍTULO 4. RESULTADOS

4.1. Estudio de Mercado:

4.1.1. Análisis del Entorno:

4.1.1.1. FACTORES LEGALES:

Entre estos factores legales se consideran lo siguiente:

- **(Ley 27337, 2000):**

Dentro de todos los derechos que posee un niño está el derecho a la educación, cultura, deporte y recreación; el Estado asegura la gratuidad estimulará y facilitará la aplicación de recursos y espacios físicos para la ejecución de programas culturales, deportivos y de recreación dirigidos a niños y adolescentes. También tienen derecho a ser respetados por sus educadores y a cuestionar sus criterios valorativos pudiendo recurrir a instancias superiores si fuese necesario.

- **(Ley 28015,2003):**

Para este sector empresarial existe una ley MYPE que creó el estado para la regularización de sus actividades. Actualmente el presente gobierno del presidente Martín Alberto Vizcarra Cornejo ha apostado por continuar desarrollando el proyecto de Articulando MyPerú que ha ayudado a la formalización de pequeñas y medianas empresas (MYPES) y en el financiamiento de estas. También se están preparando un proyecto de ley que contemplaría la exoneración de tributos por tres años y se espera que un tercio del total de las MYPES se formalicen su situación en el país.

- **(Ley 26595, 1996) Ley Marco del Empresariado:**

El código de comercio que contiene disposiciones vigentes sobre piratas y corsarios en pleno siglo XXI, ha sido derogado por la nueva Ley Marco del Empresariado, Ley N° 26595, que contiene legislación acorde con la coyuntura económica actual. El objetivo es establecer una ley que garantice una actividad empresarial moderna y eficaz, en busca de una legislación que exige a empresarios competitividad facilitándoles el acceso al crédito y la protección de sus bienes.

- **(Ley 30056, 2013) La nueva Ley MYPE:**

Con la reciente ley 30056 que se publicó el 02 de Julio de 2013 modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.

Las Principales modificaciones a la LEY MYPE son:

1. La Nueva Norma sólo utiliza como parámetro para determinar quiénes deben ser considerados Micros, Pequeñas o Medianas Empresas según los volúmenes de ventas anuales, descartando como criterio el número de trabajadores que utilizaba la norma original.
2. La Nueva Empresa considera:
 - a. Microempresa: Ventas Anuales hasta un máximo de 150 UIT (555 MIL NUEVOS SOLES).
 - b. Pequeña Empresa de 150 UIT (555 MIL NUEVOS SOLES) hasta 1,700 UIT (6 MILLONES 290 MIL SOLES).
 - c. Mediana Empresa de 1,700 UIT (6 MILLONES 290 MIL SOLES) hasta 2,300 UIT (8 MILLONES 510 MIL SOLES).
3. La Nueva Norma establece que el Régimen Laboral Especial contemplado en la Ley MYPE es de naturaleza permanente y sólo aplicable a las micros y pequeñas empresas no a la mediana empresa.
4. La Nueva Norma prorroga por tres años el Régimen Laboral Especial de la microempresa creado mediante ley 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa. La norma permite que las microempresas, trabajadores y conductores puedan acordar por escrito, durante dicha prorroga, su acogimiento al régimen laboral regulado por el Decreto Legislativo 1086- Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, LEY MYPE.
5. El Registro de Micros y Pequeñas Empresas (REMYPE), administrado por el Ministerio de Trabajo, a partir de la reglamentación de la Nueva Norma será Administrado por la SUNAT.
6. La Nueva Norma modifica la Ley del Impuesto a la Renta, estableciendo que los perceptores de rentas de tercera categoría cuyos ingresos brutos anuales no superen las 150 UIT, deberán llevar como mínimo un Registro de Ventas, un Registro de Compras y Libro Diario Formato simplificado.

7. La Nueva Norma crea el Nuevo Régimen Único Simplificado el mismo que comprenderá a las EIRL, antes solo era de aplicación a las personas naturales no a las personas jurídicas. Aprobación por Decreto Legislativo N° 1086; según el diario El Peruano (28/06/08) del reglamento de la nueva Ley de micro y pequeña empresa “Mype” se ha puesto en vigencia la legislación laboral más trascendente de los últimos 18 años, destinada a promover la formalización empresarial y laboral en el país. Para las Mype esta norma es la verdadera Ley General de Trabajo. Las Mype, representan el 42% del PBI y más del 98% de las unidades productivas, ahora cuentan con una regulación integral, permanente y cumplible, pues reduce los costos laborales no salariales del régimen general al 42% y al 14%, para la pequeña y la microempresa respectivamente.

(Panizo, 2013) Las modificaciones a la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, conocida como Ley de Mype, permitirán que 170 mil empresas de este sector se formalicen en 2014, estimó el presidente de la Sociedad Peruana de Pymes, Jorge Panizo.

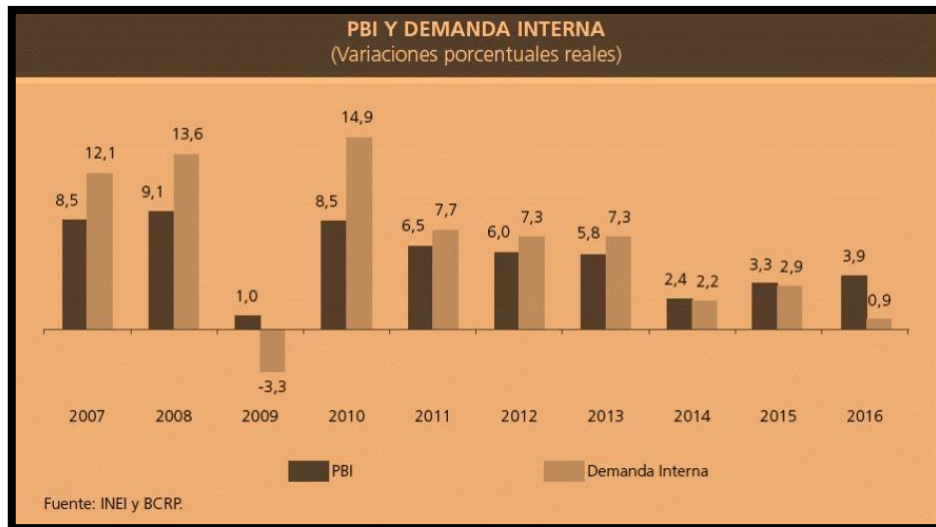
Las mype generan empleo para el 60% de la fuerza laboral ocupada en el país. El 98.1% está calificada como microempresas y el 1.7% son pequeñas empresas, según el número de trabajadores empleados. El 72.6% de las Mype, a su vez, tienen ventas menores a 13 unidades impositivas tributarias (UIT), mientras que solo el 0.74% facturan más de 1,700 UIT, de acuerdo con informes del sector. Por lo tanto, esta nueva Ley Mype favorece a nuestro proyecto porque nos brinda las facilidades para formalizarnos como Microempresa.

4.1.1.2. FACTORES ECONOMICOS

El PBI en nuestro país creció en 3.9% en el 2016 y se proyecta que para el 2018 tenga un crecimiento del PBI de 4,2 % con una recomposición a favor de la demanda interna, principalmente por la revisión al alza del crecimiento del consumo, el cual estaría asociado a una mayor recuperación del empleo e ingresos, como consecuencia de la expansión del sector construcción; la mejora de los términos de intercambio y el ingreso disponible; y la reversión del efecto riqueza negativo ocasionado por el fenómeno El Niño Costero.

Con estos resultados, el PBI por habitante aumentó 2,8 por ciento, tasa menor al promedio de los últimos diez años (3,5 por ciento). Para 2019, se espera un crecimiento del PBI de 4,2 por ciento en un contexto de retiro gradual del impulso fiscal, mayor dinamismo del sector privado y condiciones externas favorables.

**GRÁFICO N°1:
PBI Y DEMANDA INTERNA**



Fuente: Memoria del BCR del 2016.

**CUADRO N°2:
PBI POR SECTORES ECONÓMICOS**

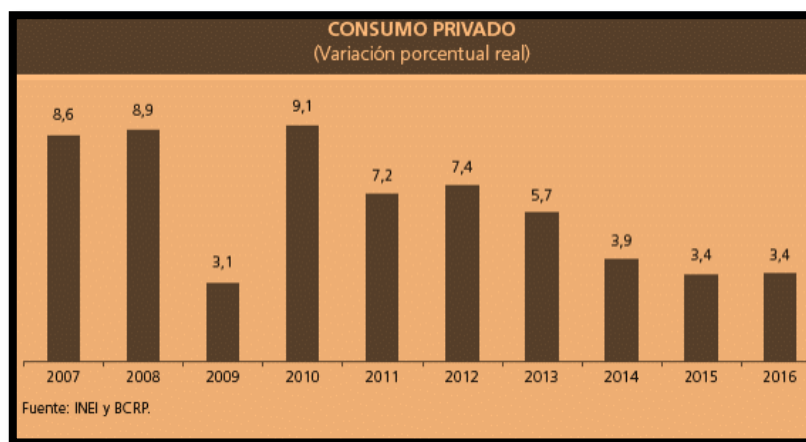
	2015	2016	I Sem. 2017	2017*		2018*		2019*
				RI Jun.17	RI Set.17	RI Jun.17	RI Set.17	RI Set.17
Agropecuaria	3,5	2,3	0,3	2,2	2,5	4,6	4,5	4,4
Agrícola	2,3	1,2	-0,5	1,3	2,9	4,8	4,6	4,5
Pecuario	5,2	4,0	1,8	3,5	1,9	4,2	4,2	4,4
Pesca	15,9	-10,1	82,9	34,0	30,2	5,5	7,2	2,9
Minería e hidrocarburos	9,5	16,3	2,9	4,3	3,5	7,1	5,3	2,0
Minería metálica	15,7	21,2	3,7	4,5	4,1	6,5	4,6	2,4
Hidrocarburos	-11,5	-5,1	-1,3	3,5	0,5	9,8	10,6	0,0
Manufactura	-1,5	-1,4	2,7	2,3	1,6	3,2	3,6	4,1
Recursos primarios	1,8	-0,6	21,0	11,8	11,2	4,0	4,6	4,7
Manufactura no primaria	-2,6	-1,7	-3,0	-0,9	-1,5	3,0	3,3	3,7
Electricidad y agua	5,9	7,3	1,3	3,1	2,2	4,5	4,5	4,5
Construcción	-5,8	-3,1	-4,1	-0,7	0,9	8,0	8,0	9,5
Comercio	3,9	1,8	0,5	1,7	1,8	3,5	3,5	3,8
Servicios	4,1	4,0	2,9	2,9	3,1	3,4	3,6	4,3
PRODUCTO BRUTO INTERNO	3,3	4,0	2,3	2,8	2,8	4,2	4,2	4,2
Nota:								
PBI primario	6,9	9,9	5,4	5,3	4,7	6,1	5,1	2,9
PBI no primario	2,4	2,4	1,4	2,0	2,2	3,7	3,9	4,6

* Proyección.
RI: Reporte de Inflación.

Fuente: Reporte de Inflación de Setiembre del 2017 del BCR.

Los indicadores de consumo mostraron durante el año un comportamiento mixto. Por un lado, el ingreso real, la masa salarial y el índice de confianza del consumidor tuvieron una evolución positiva. En contraste, se deterioraron indicadores como la tasa de empleo y desempleo, las importaciones de bienes de consumo no duradero, el crédito de consumo y las ventas al por menor. Los indicadores de confianza del consumidor se elevaron en el año y se mantuvieron en el tramo optimista. En este contexto, el gasto de consumo del sector privado creció 3,4%.

**GRÁFICO N° 2:
CONSUMO PRIVADO**



Fuente: Memoria del BCR del 2016.

**CUADRO N° 3:
INDICADORES DEL CONSUMO PRIVADO**

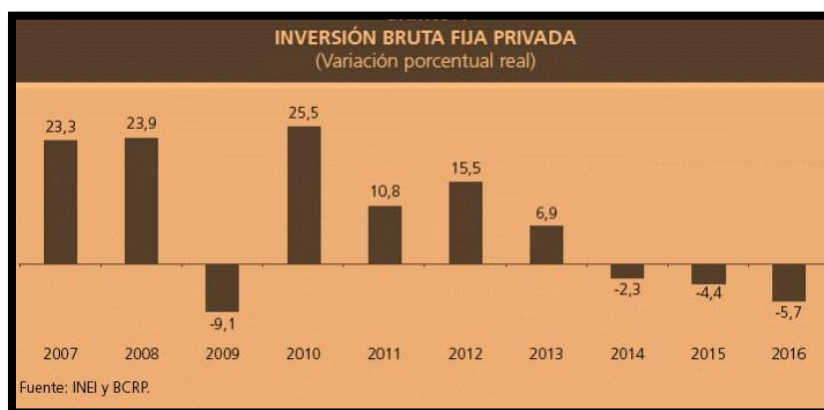
INDICADORES DEL CONSUMO PRIVADO (Variación porcentual respecto a similar período del año anterior)	2015	2016	Evolución
Ingreso principal real	1,3	1,6	↑
Masa salarial real	2,4	3,5	↑
Índice de Confianza del Consumidor Apoyo	60,5	63,7	↑
Índice de Confianza del Consumidor GfK	46,0	54,0	↑
Tasa de desempleo de Lima Metropolitana	6,5	6,7	↑
Empleo Nacional Urbano	0,9	0,4	↓
Crédito de consumo	14,8	8,5	↓
Ventas al por menor	3,5	2,1	↓
Importaciones de bienes de consumo	-0,2	-3,6	↓
No duraderos	4,4	-4,1	↓
Duraderos	-5,2	-3,0	↑

Fuente: BCRP, INEI, GfK.

Fuente: Memoria del BCR del 2016.

Durante el año, la inversión privada disminuyó 5,7 %, la mayor caída desde la crisis de 2009. La evolución de la inversión fue resultado de la contracción de la inversión minera (-43,5 %) tras la finalización de grandes proyectos, que pasaron a la fase de producción, y de problemas asociados a la ejecución de proyectos de infraestructura.

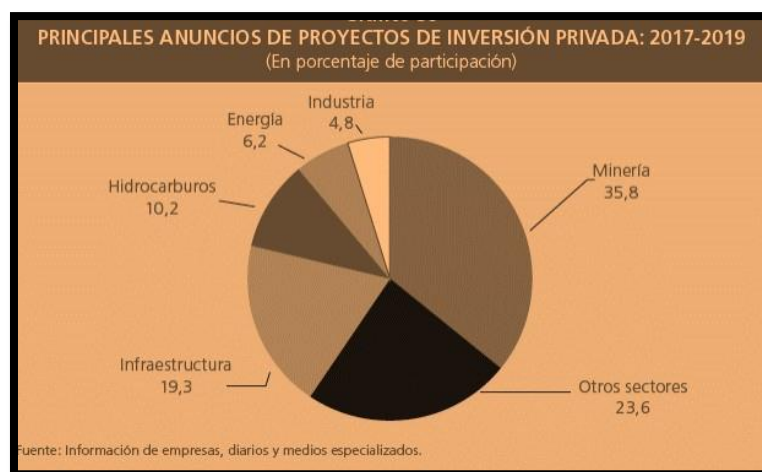
**GRAFICO N° 3:
INVERSION BRUTA FIJA PRIVADA**



Fuente: Memoria del BCR del 2016.

Los anuncios de proyectos de inversión privada para el período 2017-2019 alcanzan US\$ 25,7 mil millones. Los retrasos en diferentes megaproyectos por los problemas asociados a los casos de corrupción y a la viabilidad habrían afectado el dinamismo esperado en 2017, proyectando que estos empiecen a recuperarse en 2018-2019.

**GRAFICO N°4:
PRINCIPALES ANUNCIOS DE PROYECTOS DE INVERSION PRIVADA: 2017-2019**



Fuente: Reporte de Inflación de Setiembre del 2017 del BCR.

En 2016, la variación del índice de precios al consumidor (IPC) de Lima Metropolitana fue 3,2 %, tasa inferior a la registrada en el año previo (4,4 %). A nivel nacional, la

variación del IPC fue algo similar: 3,3 % en 2016, menor al 4,1 % de 2015. La inflación subyacente de Lima Metropolitana también mostró una moderación, se ubicó dentro del rango meta de inflación y pasó de 3,5 % en 2015 a 2,9 %.

**GRAFICO N° 5:
INFLACION Y META DE INFLACION**



Fuente: Memoria del BCR del 2016.

**GRAFICO N° 6:
INFLACION**



Fuente: Memoria del BCR del 2016.

En el período de junio a agosto de 2017, el tipo de cambio registró una apreciación de 0,95 %, pasando de S/ 3,271 a S/ 3,240 por dólar. Con ello, el sol registra una apreciación de 3,5 % en lo que va del año. Esta evolución se dio en un contexto de debilitamiento del dólar a nivel global, junto con el ingreso neto de capitales de inversionistas no residentes a activos locales en busca de mayores rendimientos, y una mejora de las cuentas externas favorecidas por la recuperación sostenida de los precios de los *commodities*. Dado este escenario, el BCRP compró dólares en la mesa de negociación por US\$ 2 426 millones entre junio y agosto para así reducir la volatilidad del tipo de cambio.

**GRAFICO N°7:
TIPO DE CAMBIO Y COMPRAS DE DOLARES DEL BCRP DE 2017**



Fuente: Reporte de Inflación de Setiembre del 2017 del BCR.

4.1.1.3. FACTORES POLITICOS

El actual presidente del Perú desde el 23 de marzo del 2018 es Martin Alberto Vizcarra Cornejo, ingeniero y político peruano debido a la renuncia de su antecesor Pedro Pablo Kuczynski. La experiencia del mandatario aportará mucho al país; fue Primer Vicepresidente de la Republica, Gobernador Regional de Moquegua, Ministro de Transportes y Comunicaciones y Embajador de Perú en Canadá. Promete que en su gobierno fomentará el crecimiento y desarrollo para las Mypes y Pymes para que estas puedan formalizarse e impulsar nuevas inversiones.

El gobierno trujillano está representado por el alcalde Elidio Espinoza Quipe, siendo reconocido por su capacidad de combatir contra la delincuencia, en las últimas estadísticas nuestra ciudad sigue descendiendo en el ranking de violencia a nivel nacional según el reporte del INEI; Trujillo en los últimos años ha crecido en forma sustantiva debido a que hay recursos y una buena capacidad de gestión de sus autoridades.

Si bien el período político del Gobierno del Perú no es estable, esperamos que el próximo gobierno pueda generar confianza para los inversionistas y mejorar el crecimiento económico del Perú; y continúe la lucha contra la delincuencia en Trujillo esto favorecerá a Pin Pon para brindar sus servicios con una ciudad segura y con la estabilidad política del Perú.

4.1.1.4. FACTORES DEMOGRAFICOS:

Los consumidores principales de PinPon son los niños de 6 meses a 3 años del NSE A y B del distrito de Trujillo y Víctor Larco, Provincia Trujillo, Departamento La Libertad. Según Estadísticas del INEI al 30 de junio del 2015, el Perú presenta una población estimada del 2015 es de 31 millones 151 mil 643 personas, El departamento de La Libertad la población estimada es de 1 millón 859 mil 640 personas y la Provincia de Trujillo una población estimada de 957 mil 010 personas.

La población de niños de 0 a 4 años del Distrito de Trujillo 20 mil 512 personas y Víctor Larco es de 4 mil 564 personas, con una población total de ambos distritos es de 25 mil 076 niños de 0 a 4 años, con una tasa de crecimiento poblacional estimada de 1.25% según datos del INEI y con una tasa de los hogares con un nivel socioeconómico A y B de La Libertad es el 9,8% según el APEIM 2015.

4.1.1.5. FACTORES CLIMATICOS:

La ciudad de Trujillo presenta un clima cálido, la temperatura máxima en verano es de 30° C y la mínima en invierno es de 11° C, la formación de finas garuas en el invierno influyen en las aguas frías de la costa peruana; y en verano hay vientos fuertes por la tarde originando el aire seco. La ciudad goza de un clima privilegiado para el desarrollo de las diversas actividades, dado que no atenta contra el día a día de los habitantes.

El Comité encargado del Estudio Nacional del Fenómeno El Niño (ENFEN), anunció la influencia del Fenómeno del Niño por ello el Gobierno Regional de La Libertad están tomando las medidas preventivas contra este fenómeno del Niño como la implementación de sistemas de alerta temprana, estudios de territorios vulnerables, diversificación de cultivos y distribución de información de medidas preventivas y seguridad.

Los factores climáticos que cuenta la ciudad de Trujillo representan un bajo riesgo pues los ambientes para el servicio serán construidos adecuadamente para prevenir cualquier desastre natural, por lo tanto, no incide directamente a PinPon en sus servicios ya que no es un factor que determine la demanda ni la oferta del servicio a brindar a los niños. En el transcurso de todo el año, en todas las estaciones se brindará este servicio ya que no afecta la demanda ni la oferta del servicio de estimulación temprana.

4.1.2. Investigación de Mercado:

4.1.2.1. Metodología Utilizada:

La metodología utilizada fue: Concluyente, debido a que los resultados que arroja son definitivos y nos brinda información específica de los puntos que se evaluaron. El diseño es descriptivo transversal simple porque se realizó una sola vez en el tiempo a una sola muestra. El método es mixto porque es cuantitativo y cualitativo; para el recojo de la información se utilizó la técnica de encuesta con la finalidad de conocer los gustos y preferencias de las madres con hijos de 6 meses a 3 años de la muestra del distrito de Trujillo y Víctor Larco Herrera, con la aplicación de la fórmula de muestreo para universo finito, tenemos que se necesitan 421 encuestas; con valores para p y q de 0.85 y 0.15 respectivamente, con un margen de error de 3% y un nivel de confianza del 97%. Así mismo también se realizó la revisión documentaria.

4.1.2.2. Fuentes de Información:

Los recursos que contienen datos formales, informales, escritos, orales o multimedia necesarios para nuestra investigación provienen de fuentes de información primaria y secundaria.

Para la obtención de información primaria se utilizaron las técnicas de:

- Entrevistas a expertos.
- Entrevistas con posibles proveedores.
- Entrevistas a profundidad con psicólogas educativas.
- Encuestas a clientes potenciales.

Para la obtención de información secundaria se obtuvo información de varias fuentes, las cuales provinieron de:

- Estudios previos.
- INEI.
- BCR.
- SUNAT, etc.

4.1.2.3. Definición y Caracterización del Cliente y del Consumidor:

Según el servicio a brindar se distingue los siguientes términos:

- ✓ Cliente: padres del NSE A y B del distrito de Trujillo y Víctor Larco, Provincia Trujillo, departamento La Libertad.
- ✓ Consumidor: bebés y niños en un rango de edad de 6 meses a 3 años del segmento A y B del distrito de Trujillo y Víctor Larco, provincia Trujillo, departamento La Libertad.

4.1.2.4. Segmentación:

Los criterios en la segmentación fueron:

- Criterio Demográfico: La edad considerada para los servicios a brindar son bebés y niños de 6 meses a 3 años.
- Criterio Geográfico: Se eligió por conveniencia los distritos de Trujillo y Víctor Larco Herrera.
- Criterio Pictográfico: Como criterio final se tomó el Nivel Socioeconómico perteneciente al nivel A y B.

**CUADRO N°4:
SEGMENTACIÓN**

CRITERIOS	PESOS	PERSONAS
Población Total de La Libertad	100%	1,778,080
Población de Trujillo	51,46%	957,010
Poblacion Trujillo y VLH	40,01%	382,900
Niños de 0 a 3 años	4,96%	18,984
NSE A Y B	9,80%	1,860

Fuentes: INEI / APEIM

4.1.3. Análisis de la Demanda:

4.1.3.1. PRODUCTO BASICO, REAL Y AUMENTADO:

- El servicio básico: es el desarrollo psicomotriz, social, cognitivo y emocional del niño lo que le ayudará para todas las etapas de su vida.
- El servicio real: Es un centro de estimulación con instalaciones propias para el desarrollo del niño libre de peligros, con áreas verdes y con el personal capacitado para cuidar a los más pequeños. El servicio por brindar será personalizado teniendo en cuenta la edad y las habilidades de cada niño teniendo como objetivo desarrollar al niño de una manera entretenida ya que parte del servicio se dará con juegos y juguetes, el cual va acompañado de calidad, seguridad física y emocional, así como un trato profesional.
- El servicio aumentado: Pin Pon tendrá como misión desarrollar con entretenimiento y felicidad a los más pequeños y esto se verá reflejado en la paciencia, dedicación y preocupación para los pequeños por parte del personal experimentado en la atención de niños. Además, se brindará seguridad y confianza al padre de familia utilizando la tecnología que les permitirá observar las actividades de sus hijos en tiempo real generando en ellos tranquilidad.

4.1.3.2. DEMANDA HISTORICA Y ACTUAL:

En relación con el servicio tal como se plantea realizar, no existe registro de alguna actividad similar realizada antes. No se cuenta con información histórica de la demanda del servicio a brindar. Por lo tanto, se presenta la demanda presente de servicios al año tomando en cuenta los resultados de nuestra encuesta.

CUADRO N° 5: DEMANDA PRESENTE

(En servicios al año)

Usuarios	Estimulación Temprana	Desarrollo Infantil I	Desarrollo Infantil II
Niños de 0-3 años	495	685	680
Frecuencia	12.00	12.00	12.00
Demanda Anual Presente	5,937	8,218	8,165

Elaboración: Propia

Los datos de los servicios anuales fueron calculados basándonos en la encuesta que se realizó; donde encontramos una muestra proporcional y la aplicamos al general de la

población. (Pregunta 7 – Encuesta realizada). La frecuencia fue hallada con la encuesta realizada a las madres que adquirirían este servicio de manera mensual. (Pregunta 18- Encuesta).

4.1.3.3. VARIABLES QUE AFECTAN LA DEMANDA

- Ingreso: El nivel de ingresos de las personas es determinante para cualquier proyecto ya que de ello va a depender el uso del servicio. Así vemos que: A mayores ingresos, mayor consumo; por otro lado, vemos que en los últimos años ha venido creciendo el ingreso promedio de los trabajadores permitiendo mayor captación de clientes para el uso de servicios. El ingreso promedio de La Libertad según el INEI del 2015 es de S/.1128.90.

CUADRO N°6: INGRESO

(Expresado en nuevos soles)

ÁMBITO GEOGRÁFICO	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	987.6	1 069.7	1 155.7	1 186.1	1 239.9	1 305.0
La Libertad	889.8	895.4	1 001.0	1 040.9	1 092.4	1 128.9

Fuente: INEI – Encuesta Nacional de Hogares

- Preferencias: Es una variable dependiente del gusto del cliente, lo cual se ha manejado mediante las encuestas aplicadas para conocer los gustos y preferencias de los clientes.
- Calidad en el servicio: Esta variable es subjetiva ya que depende de la percepción que tiene cada cliente del bien o servicio que ocupa, es por ello la necesidad de buscar información (encuestas) para poder establecer que características debe de poseer el negocio para que sea considerado de calidad por el cliente a quien se piensa satisfacer.

4.1.3.4. DEMANDA PROYECTADA

Para proyectar la demanda futura de PinPon, se tomó información de la encuesta realizada para hallar los porcentajes de madres con niños según la edad de estos, esta información se generalizó para el total de la población y se le aplicó la tasa de crecimiento 1.26% para los próximos años y finalmente se le aplicó la frecuencia para cada servicio según la encuesta.

CUADRO N° 7:
DEMANDA PROYECTADA A 5 AÑOS
(En servicios al año)

Año	2019	2019	2020	2021	2022	2023
Estimulación Temprana	5,937	6,014	6,092	6,171	6,251	6,332
Desarrollo Infantil I	8,218	8,325	8,433	8,543	8,654	8,767
Desarrollo Infantil II	8,165	8,271	8,379	8,488	8,598	8,710
Total	22,320	22,610	22,904	23,202	23,503	23,809

Elaboración Propia.

4.1.4. Análisis de la Oferta:

4.1.4.1. IDENTIFICACION DE LA COMPETENCIA:

En la ciudad de Trujillo a la fecha existen los siguientes centros de estimulación temprana que ofrecen servicios parecidos más no iguales estos son:

- ✓ San Antonio María Claret.
- ✓ Nacer Feliz.
- ✓ Vida´s Centro de la Familia.
- ✓ Baby Kids Center
- ✓ Caracoleando.

4.1.4.2. OFERTA HISTORICA Y PRESENTE:

Al no tener acceso de información a los establecimientos de estimulación temprana se tomó como dato la información recaudada en la encuesta aplicada dando como resultado lo siguiente: de las 421 encuestadas, 150 utilizan el servicio de estimulación lo que un porcentaje de 35.54%, por lo que se deduce de nuestro universo total, 661 padres utilizan este servicio, siendo este número la oferta presente, ya que no cuenta con más información.

4.1.4.3. VARIABLES QUE AFECTAN LA OFERTA:

Para el presente proyecto las variables que afectarían a la oferta serían:

- Crecimiento económico: Esta variable se toma en cuenta porque de esta depende el ingreso o no de nuevas empresas y con ello nuevos competidores con servicios sustitutos o iguales al que se ofrece.

- Capacidad: Esta variable se refiere al número de servicios reales que se podrán brindar, los cuales afectan de manera directa a nuestra oferta y a los ingresos que se obtendrán.

4.1.4.4. OFERTA PROYECTADA:

Para hallar la oferta actual (9 648 servicios al año) se tomó en cuenta la encuesta, la cual nos dio como dato que el 43.23% de la población usa actualmente el servicio. Este factor se le aplicó también a la Población Total dando como resultado lo siguiente: 1860 (Población Total) * 43.23% = 804 804*12 (meses del año) =9 648. Para cada servicio se aplicó el porcentaje de la población según la edad, que se encuestó, los cuales fueron: 26.62%; 36.82% y 36.57 % respectivamente.

La oferta proyectada para los siguientes años se calculó aplicándole a la oferta actual la tasa de crecimiento económico la cual es de 4.20% para el 2017 según el Marco Macroeconómico Multianual 2017-2019 presentado por el MEF dando como resultado el siguiente cuadro:

CUADRO N°8:
OFERTA PROYECTADA A 5 AÑOS
(En servicios al año)

AÑO	2019	2019	2020	2021	2022	2023
Estimulación Temprana	2,568	2,658	2,751	2,847	2,947	3,050
Desarrollo Infantil I	3,552	3,676	3,805	3,938	4,076	4,219
Desarrollo Infantil II	3,528	3,651	3,779	3,911	4,048	4,190
Total	9,648	9,985	10,335	10,696	11,071	11,459

Elaboración Propia.

4.1.5. Deducción del Mercado:

4.1.5.1. PROYECCION DEL MERCADO POTENCIAL, DISPONIBLE Y EFECTIVO:

El mercado potencial de PinPon está conformado por bebés y niños de 6 meses a 3 años que cumplan con las características antes mencionadas (Distrito, NSE y edad) al aplicar los criterios de la segmentación tenemos que son 1860 niños que cumplen con estos requisitos, se prosiguió con dividir los servicios en porcentajes, los cuáles fueron dados por la encuesta: pregunta 6. Para hallar los números de servicios se tomó el dato de las preguntas 14 y 18 y la frecuencia que fue encontrada con la pregunta 14 de la encuesta que dio como resultado que utilizarían el servicio los 12 meses al año; al multiplicar estos datos se halló el mercado potencial en servicios anuales.

**CUADRO N° 9:
MERCADO POTENCIAL**
(En servicios al año)

Mercado Potencial	2019	2020	2021	2022	2023
Estimulación Temprana	6,014	6,092	6,171	6,251	6,332
Desarrollo Infantil I	8,325	8,433	8,543	8,654	8,767
Desarrollo Infantil II	8,271	8,379	8,488	8,598	8,710

Elaboración Propia.

Para obtener el **mercado disponible** se tomó como dato las preguntas 12 y 15 de la encuesta realizada; las cuales arrojan información sobre actuales usuarios del servicio que estarían dispuestos a cambiar de centro y de aquellas madres que les interesaría usar el servicio de Pin Pon, lo cual nos generó un factor de 88%, 89% y 85% respectivamente, que se aplicó al mercado potencial antes hallado.

**CUADRO N° 10:
MERCADO DISPONIBLE**
(En servicios al año)

Mercado Disponible		2019	2020	2021	2022	2023
Estimulación Temprana	88%	5,316	5,385	5,455	5,525	5,597
Desarrollo Infantil I	89%	7,412	7,508	7,606	7,705	7,805
Desarrollo Infantil II	85%	7,036	7,128	7,220	7,314	7,409

Elaboración Propia.

Para obtener el **mercado efectivo** se tomó como dato la pregunta 23 de la encuesta realizada, la cual nos arrojó diferentes factores según servicios; estos datos obtenidos indican las madres que comprarían los servicios que Pin Pon ofrecerá el cual fue aplicado al mercado disponible antes hallado.

CUADRO N° 11:
MERCADO EFECTIVO
(En servicios al año)

Mercado Efectivo		2019	2020	2021	2022	2023
Estimulación Temprana	75%	3,974	4,025	4,078	4,130	4,184
Desarrollo Infantil I	75%	5,559	5,631	5,705	5,779	5,854
Desarrollo Infantil II	90%	6,329	6,412	6,495	6,579	6,665

Elaboración Propia.

4.1.5.2. MERCADO OBJETIVO PROYECTADO EN SERVICIOS:

El mercado objetivo fue hallado teniendo en cuenta la capacidad del proyecto en términos de servicios a ofrecer y la participación de mercado con la que se empieza iniciar (21%, 15%, 13%) respectivamente, dando como resultado los datos que se muestran a continuación.

CUADRO N°12:
MERCADO OBJETIVO
(En servicios al año)

Mercado Objetivo		2019	2020	2021	2022	2023
Estimulación Temprana	21%	836	847	858	869	880
Desarrollo Infantil I	15%	836	846	858	869	880
Desarrollo Infantil II	13%	836	847	858	869	880

Elaboración Propia

4.1.6. Análisis de la Comercialización:

4.1.6.1. CUALIDAD INTRINSECA:

La competencia con la que se cuenta brinda el servicio de estimulación temprana tradicional, es decir mediante ejercicios corporales de los niños, buscando solo su desarrollo psicomotriz (movimientos).

Cabe mencionar que 1 de los centros antes mencionados es guardería y otro es jardín; ambos centros brindan estimulación temprana a los niños como parte de su actividad mas no es la actividad primordial de estos.

CUADRO N°13:
CUALIDAD INTRÍNSECA

CENTRO	ACTIVIDAD QUE DESARROLLAN	METODO DE ESTIMUALCION
SAN ANTONIO MARÍA CLARET.	Jardín de niños y centro de estimulación temprana (1 a 5 años).	Tradicional, es decir psicomotriz (solo movimiento de cabeza y cuerpo).
NACER FELIZ.	Preparación prenatal, estimulación prenatal y estimulación temprana (0 a 2 años).	Tradicional.
VIDAS CENTRO DE LA FAMILIA.	Estimulación Prenatal y temprana (recién nacidos).	Tradicional.
BABY KIDS CENTER.	Estimulación temprana – prenatal y terapia del lenguaje.	Tradicional y desarrollo lingüístico del menor.
CARACOLEANDO	Centro de estimulación infantil y guardería.	Tradicional sin ser su actividad principal ya que esta es la Guardería.

Elaboración Propia.

4.1.6.2. PRECIO PARA EL CLIENTE:

El precio para el cliente dependerá del servicio que quiere utilizar el cual depende de la edad de su niño, los costos se han tomado en cuenta incluyendo: pasajes y refrigerio.

4.1.6.3. COMUNICACIÓN:

La competencia utiliza: Afiches publicitarios, Redes Sociales y Anuncios en páginas amarillas.

4.1.6.4. CONVENIENCIA:

La principal ventaja en cuanto a la conveniencia para el cliente de la competencia es la ubicación en donde brindan el servicio, las cuales están situadas en zonas conocidas por el público. A continuación, se presenta la ubicación actual de cada uno de ellos.

**CUADRO N°14:
CONVENIENCIA**

CENTRO	UBICACIÓN
San Antonio María Claret.	Las Fresas, 560 - Urb. California
Nacer Feliz.	Av. América Norte 1760.
Vidas centro de la Familia.	Calle Tchaicowsky, 346 - Urb. Primavera
Baby Kids Center.	Miguel Cerro, 644 – Urb. Las Quintanas
Caracoleando	Calle San Valentín, 134 - Urb. San Andrés

Elaboración Propia.

4.1.7. Plan de Mercadotecnia:

4.1.7.1. Plan de Crecimiento Comercial.

Para poder conseguir los objetivos se entiende que la piedra angular es la colocación de nuestro servicio así que se buscará captar clientes, esto se hará mediante la publicidad y las promociones a los primeros clientes, tener un contacto cercano con este cliente con la finalidad de fidelizarlo desde el inicio, esto se hará tomando datos principales de su niño (nombre, apellido, edad y cumpleaños), con la finalidad de que este cliente se sienta contento desde el primer día y comience a trabajar el marketing que será el de boca a boca.

El plan de crecimiento de PinPon es de 3% anual, el cual será el resultado de aplicar lo antes mencionado y aplicando lo siguiente.

**CUADRO N° 15
PLAN DE CRECIMIENTO COMERCIAL**

ESTRATEGIA	OBJETIVO
Incorporación de nuevas tendencias.	Captar el interés de los clientes mediante nuevas técnicas y formas de estimulación.
Fidelización de clientes	No perder contacto con el cliente, lo cual se dará mediante llamadas telefónicas para generar más ventas del servicio con el mismo cliente.
Implementar servicios complementarios.	Con lo que se busca satisfacer al cliente, como, por ejemplo: incorporar el área de psicología.

Elaboración Propia.

4.1.7.2. Mercado Meta

Nivel socioeconómico A y B de la ciudad de Trujillo, para cual se determinó mediante una encuesta los gustos, preocupaciones y preferencias de los padres, dando como resultado que podrían ser futuros clientes PIN PON. Teniendo lo datos se segmentación y con la participación de mercado ya mencionada (60%) con un crecimiento (3%); así como también la capacidad de servicios a ofrecer, arrojó el mercado meta, los resultados se muestran en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 16:
MERCADO META
(Expresado en servicios)

MERCADO META	2019	2020	2021	2022	2023
Programa de Producción	1,502	1,599	1,698	1,800	1,902
Mercado Potencial	22,548	22,904	23,202	23,503	23,809
Mercado Meta	6.66%	6.98%	7.32%	7.66%	7.99%

Elaboración Propia.

El mercado potencial de PinPon está conformado por los usuarios que cumplan con las características antes mencionadas (Demográficos, Geográficos y Psicográficos) al aplicar los criterios de la segmentación tenemos que son 1860 niños que cumplen con estos requisitos, se prosiguió con dividir los servicios en porcentajes, los cuáles fueron dados por la encuesta: pregunta 6. Para hallar los números de servicios se tomó el dato de las preguntas 14 y 18; frecuencia; al multiplicar estos datos se halló el mercado potencial en servicios anuales.

4.1.7.3. Calidad Intrínseca.

La empresa PINPON, se encuentra en el rubro de servicios, teniendo como principal cualidad la atención y estimulación en niños pequeños teniendo así los siguientes servicios:

- ✓ Estimulación temprana de 6 meses a 1 año.
- ✓ Desarrollo psicomotriz de 1 año a 2 años.
- ✓ Desarrollo psicomotriz de 2 a 3 años.

Las principales características del servicio son:

- ✓ Diversión más orientación al niño.
- ✓ Educación divertida a base de juguetes.
- ✓ Desarrollo psicomotriz de los más pequeños.
- ✓ Se utilizarán los accesorios más novedosos y garantizados del mercado infantil.

4.1.7.4. Precio para el Cliente.

El precio del servicio varía según la edad del pequeño, para un inicio se tendrá un precio accesible para cada servicio con la finalidad de captar clientes. Los precios según servicio se muestran en el siguiente cuadro.

CUADRO N°17:
COSTO PARA EL CLIENTE

(Expresado en nuevos soles)

EDAD	PRECIO
6 meses a 1 año	S/. 460.00
1 año a 2 años	S/. 460.00
2 años a 3 años	S/. 460.00

Elaboración Propia.

4.1.7.5. Conveniencia.

El local estará en la Ciudad de Trujillo ubicándose en un punto estratégico del distrito del Víctor Larco Herrera, encontrándose en la Urbanización El Golf.

4.1.7.6. Comunicación.

La comunicación se realizará a través de:

- ✓ Internet (Creación de una Página Web y Redes Sociales)
- ✓ Afiches publicitarios.
- ✓ Publicidad televisiva.

4.1.7.7. Posicionamiento.

El posicionamiento del proyecto se centrará en la diferenciación por la preocupación y desarrollo de los más pequeños, teniendo en cuenta el aumento de sus habilidades por la edad que tengan.

El mercado a satisfacer tendrá acceso a tecnología mediante una website dinámica donde se podrá visualizar los accesorios de los ambientes, así como también con información del personal (la primordial) para crear un vínculo más estrecho entre clientes y PINPON.

4.2. Estudio Técnico:

4.2.1. Especificaciones Técnicas del Servicio:

Los servicios que ofrecerá PIN PON se basan en 3 tipos: para niños de 6 meses a 1 año, de 1 año a 2 y de 2 años a 3. El negocio busca divertir al mismo tiempo que mejorar las habilidades de los pequeños. Los servicios que se ofrecerán se detallan a continuación:

CUADRO N°18:
TIPO DE SERVICIOS

SERVICIO	EDAD
✓ Estimulación temprana	6 meses a 1 año
✓ Desarrollo infantil I	1 año a 2 años
✓ Desarrollo infantil II	2 años a 3 años

Elaboración Propia.

❖ ESTIMULACIÓN TEMPRANA PARA INFANTES DE 6 MESES A 1 AÑO:

Este servicio tiene como objetivo desarrollar el interés de los niños por los objetos nuevos, así como también ayudar a su desarrollo; este servicio incluirá el desarrollo del lenguaje con la finalidad que el niño pueda entender el significado de ciertas palabras, como ordenes simples (“Sí-No”) y lograr que el pequeño reconozca su nombre. **(Infancia, 2012)** Los juegos recomendados son:

- ✓ Desarrollar los sentidos del bebé (táctil, auditivo, visual, olfativo y gustativo).
- ✓ Ejercitar la motricidad fina, ya que el bebé está adquiriendo mayor habilidad para coger objetos utilizando los dedos índice y pulgar (movimiento pinza).
- ✓ Fortalecer los músculos del cuerpo y desarrollar destrezas motoras, la mayoría de los niños, a esta edad, se pueden poner de pie y comienzan a caminar.
- ✓ Estimular la emisión de sonidos y la pronunciación de palabras sencillas.

Desarrollo de la Inteligencia Emocional: Se busca lograr que el niño reconozca las emociones que tiene y que tienen las personas que lo rodean, para que se pueda adaptar al ambiente en el que se desarrolla. Entre las actividades recomendadas a utilizar tenemos:

- ✓ Pintar caritas que expresen emociones como la alegría, la tristeza o el enfado, haciendo que el niño participe y diferencie entre una y otra emoción.

- ✓ Plantearle alternativas sobre qué emoción siente en cada momento, para que decida cuál es la que le ocurre.
- ✓ Delante del espejo imitar con el niño distintas expresiones que representen diferentes emociones.
- ✓ Hacer con cartulina caritas de emociones, en la cual el niño deberá adivinar qué emoción representa cada una.

Escuchar música estimula las zonas del cerebro del bebé relacionadas con el pensamiento lógico, capacidad de concentración y lenguaje; por lo que dentro del servicio se tendrán intervalos musicales

Los beneficios de la música clásica son:

- ✓ Emocional: Brinda seguridad y tranquilidad.
- ✓ Lenguaje: Estimula al niño en la parte comprensiva.
- ✓ Cognitivo: Empieza a desarrollar su capacidad de atención.
- ✓ Percepción auditiva: EL niño dirige su atención hacia la fuente de sonido.

El trabajo con juguetes ayudara a desarrollar la parte cognitiva del cerebro; ya que aprenderá a hallar la relación causa - efecto, así como también atravesar obstáculos para llegar al juguete que desee (poniendo en práctica su razonamiento); esto a su vez impulsará el gateo en los niños, lo cual es importante para su desarrollo cognitivo ya que aprenderá a coordinar conscientemente sus movimientos; también desarrollará su sensibilidad táctil al poder sentir con sus manos y pies diferentes texturas, estimulará la vista ya que permite enfocarse en el objeto , establecer la distancia que hay para llegar a él.

(Creciendo Feliz Perú, 2013) Juguetes recomendados a utilizar:

- ✓ Juguetes blandos y con muchos colores.
- ✓ Juguetes inflables, muy divertidos y seguros.
- ✓ Cuando aprenda a estar en pie con apoyo se divertirá mucho con un juguete para empujar o arrastrar.
- ✓ Los juguetes de bloques grandes o simplemente de piezas de madera para hacer construcciones le pueden entretener durante mucho tiempo. Los aros de madera para apilar le ayudan a distinguir los colores.
- ✓ Un equipo de juegos de agua para despertarle interés por el baño y para que se entretenga. Cualquier cosa que flote y sea segura.

- ✓ Los libros de tela o de cartón grueso, casi sin palabras, con dibujos sencillos y grandes es muy bueno porque se entretendrá el solo.
- ✓ Cuentos variados para contarle, que también se puedan ver y/o escuchar.
- ✓ Gimnasios y juegos de ejercicios, muy atractivos pues estimulan la percepción visual y auditiva y sus primeros movimientos. Además, ayudan a desarrollar la relación causa-efecto.
- ✓ Juguetes y libros con sonidos, con teclas que suenen al presionarlas, como granjas o pianos.
- ✓ Juguetes de arrastre, que favorecen el desarrollo motor y les ayudara a realizar pequeños desplazamientos.

❖ **DESARROLLO INFANTIL I: PARA NIÑOS DE 1 AÑO A 2 AÑOS:**

(Cosas de la Infancia, 2012) “La etapa de 1 a 2 años, es la del MOVIMIENTO”, ya que el niño logra ser más independiente, ya que es capaz de caminar sin ayuda. En esta etapa explora el medio que lo rodea, ejercitando a la par su locomoción, es capaz de reproducir y entender más palabras y comienza a interactuar con todo lo que está en su medio, es decir empieza a desarrollar todas sus habilidades tanto físicas, sociales y cognitivas.

Con este servicio se pretende desarrollar:

La **motricidad fina** lo cual le permitirá al niño tener control y coordinación sobre ciertas partes de su cuerpo como manos y piernas, esto generara que el niño pueda tener más destrezas con su cuerpo, podrá tener el equilibrio necesario para desplazarse lo cual empieza en esta edad, esto permitirá que el niño pueda realizar ciertas actividades como recortar, colocar objetivo en un sitio específico, logrando que el niño se entretenga y al mismo tiempo aprende, para poder lograr este objetivo se trabajará con ejercicios fáciles y divertido para los niños como abrir y cerrar las manos, estirar las piernas, estirarse en el piso, etc.

La **motricidad gruesa** permitirá que el niño tenga el control de la mayor parte de su cuerpo o de todo su cuerpo ya que implica el movimiento de varios músculos a la vez, pero al tratar con niños que aún no cumplen los 2 años se trabajará con ejercicios fáciles y divertidos como gatear, darle volantines, etc.

Así pues, el ámbito de la motricidad está relacionado, mayormente, con todos los movimientos que de manera coordinada realiza el niño con pequeños y grandes grupos musculares, los cuales, son realmente importantes porque permiten expresar la destreza adquirida en las otras áreas y constituyen la base fundamental para el desarrollo del área cognitiva y del lenguaje.

El desarrollo de la motricidad permite al área sensorial-motriz una capacidad exploradora que es la que fomenta el aprendizaje y estimula el desarrollo intelectual del niño.

Por todo ello, es muy recomendable incitar al niño en sus intentos de búsqueda, dejándole tocar, palpar, chupar (si es posible) y manipular, sin limitar sus posibilidades, aunque sí controlando los límites antes posibles riesgos.

(Cosas de la Infancia, 2012) Juguetes recomendados a utilizar:

- ✓ Muñecos y muñecas de goma, trapo o tela.
- ✓ Coches grandes.
- ✓ Juguetes de empujar.
- ✓ Juguetes con diversidad de colores y texturas diferentes.
- ✓ Palas y cubos de plástico para llenar y vaciar.
- ✓ Juguetes de agua que floten.
- ✓ Construcciones de apilar y encajar entre sí.
- ✓ Construcciones de goma.
- ✓ Animales de plástico.
- ✓ Cajas y muñecos con música.
- ✓ Columpios y cama elástica.
- ✓ Cuentos sólo con imágenes.
- ✓ Carritos, teléfonos, cocinas.
- ✓ Juguetes con movimiento: como coches, motos y bicicletas de 4 ruedas.
- ✓ Juguetes de expresión: pizarras y rotuladores de colores y pinturas.

❖ **DESARROLLO INFANTIL II: PARA NIÑOS DE 2 AÑOS A 3 AÑOS:**

Entre los dos y tres años, es la etapa en la cual el niño comienza a demostrar mayores destrezas, ya camina de manera estable, salta solo y corre sin caerse; además entiende mejor el significado de las frases y él mismo ha aprendido a expresarse; ha desarrollado sus habilidades cognitivas, de atención, y memoria.

Al ser los jardines para niños de tres años a más, el pequeño está en su etapa pre-escolar por lo cual deberá de desarrollar aún más las destrezas relacionadas con su lado psicomotor. Se busca lograr que los niños adquieran la suficiente madurez cognitiva y social para iniciarse en el jardín, para que puedan adquirir información sin problemas y lleguen a entablar relaciones sociales productivas en su jardín.

A esta edad destaca en los niños la importancia de explorar los elementos naturales como el aire, el agua y la tierra. Así mismo se practicará con estos niños yoga infantil, el cual ayudará en desarrollar más su psicomotricidad; risoterapia, baile y coaching cognitivo, cine hogareño, talleres de pintura, teatro de títeres y otros.

(Cosas de la Infancia, 2012) Juguetes recomendados a utilizar:





- ✓ Triciclos y motos.
- ✓ Tambores.
- ✓ Muñecos y animales de trapo.
- ✓ Cubos, pequeños puzzles, rompecabezas y construcciones de piezas.
- ✓ Instrumentos de música.
- ✓ Pelotas de goma.
- ✓ Plastilina, rotuladores y pinturas.
- ✓ Cunas, sillitas y vestidos de niño(a).
- ✓ Cochecitos.
- ✓ Teléfonos de juguete.
- ✓ Cuentos y fabulas.

EVALUACION:

Al término del programa de cada etapa se evaluará al niño su desarrollo en sus competencias y habilidades.

De esta manera garantizaremos al padre que la inversión realizada en nuestros servicios serán efectivos, ya que mediante esta evaluación se demostrará que las competencias, inteligencias y habilidades han sido desarrolladas en comparación con otro niño que no utiliza este tipo de servicios.

CRITERIOS DE CALIFICACION: La calificación será por caritas, para que el niño siga estimulándose.

- ✓ SI LO HACE. 
- ✓ LO HACE CON AYUDA 
- ✓ LO SABE, PERO NO LO HACE 
- ✓ NO LO SABE, NI LO HACE 

CUADRO N° 19

CARTILLA DE EVALUACION DE ESTIMULACION TEMPRANA

CARTILLA DE EVALUACION DE ESTIMULACION TEMPRANA (6-12 MESES)	
COMPETENCIAS	CALIFICACION
Abre y cierra puertas diferentes.	
Busca el objeto escondido	
Trae un objeto	
Aprieta objetos	
Saca objetos encerrados	
Ensarta objetos asociando figura con fondo	
Realiza el movimiento pinza para coger objetos pequeños.	
Gatea	
Se pone de pie solo y da algunos pasos	
Tiene un juguete favorito	
Dice sus primeras palabras.	
Entiende ordenes simples si/no	
Muestra curiosidad por los objetos nuevos	
Muestra independencia	
Se siente a gusto en grupo	
Reconoce emociones	
Atraviesa obstáculos	
Diferencia las texturas	
Mira sus manos y pies y se los lleva a la boca	
Balucea	
Atiende al escuchar su nombre	
Imita acciones: palmas-decir adios	
Repite sonidos que ha oído previamente	
Pasa objetos de una mano a otra	

Elaboración Propia

CUADRO N° 20

CARTILLA DE EVALUCION DE DESARROLLO INFANTIL I

CARTILLA DE EVALUACION DE DESARROLLO INFANTIL I (1-2 AÑOS)	
COMPETENCIAS	CALIFICACION
Camina solo	
Sube escalones	
Muestra interés por los libros	
Muestra interés por los juguetes	
Empieza a unir palabras	
Busca jugar con otros niños	
Va perdiendo el apego con sus padres	
Puede recortar	
Puede darse volantines (con ayuda)	
Coloca objetos en sitios específicos	
Realiza ejercicios faciales	
Realiza ejercicios corporales	
Tiene equilibrios al moverse	
Le gusta explorar	
Dice frases cortas	
Le gustan los sonidos de los juegos musicales	
Comienza a descubrir por su cuenta	
Apila cubos hasta de 6 niveles	
Le gustan los juguetes con colores llamativos	
Le llama la atención los juguetes con movimiento	
Diferencia emociones propias y ajenas	
Expresa posesión	
Dice y utiliza su nombre y el nombre de personas conocidas	
Se reconoce en el espejo	
Produce sonidos específicos con su propia voz	
Responde preguntas simples	

Elaboración Propia

CUADRO N° 21

CARTILLA DE EVALUCION DE DESARROLLO INFANTIL II

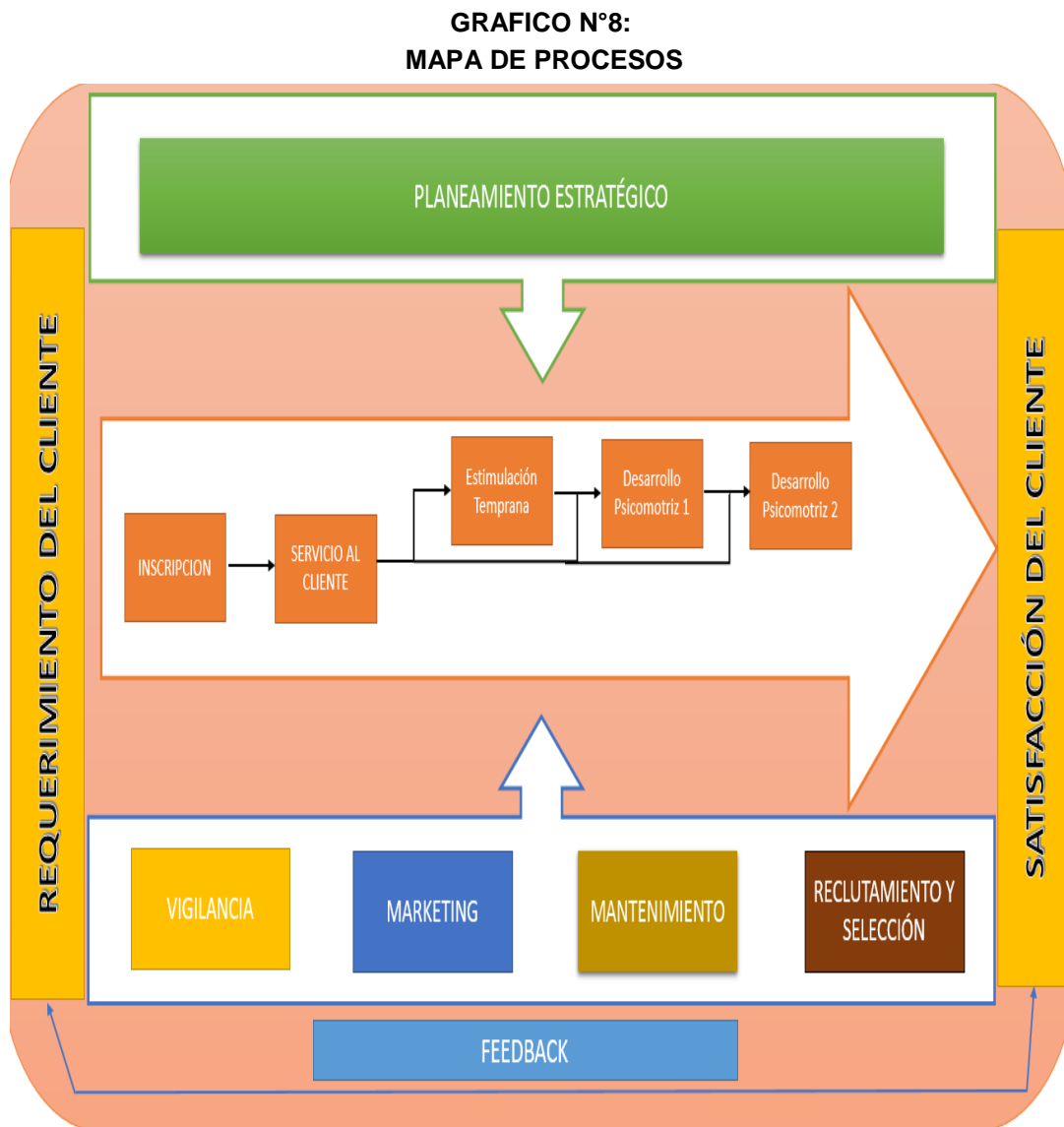
CARTILLA DE EVALUACION DE DESARROLLO INFANTIL II (2 A 3 AÑOS)	
COMPETENCIAS	CALIFICACIÓN
Salta y corre solo sin caerse	
Dice frases largas con sentido-	
Entiende lo que le dicen	
Explora elementos naturales	
Baila	
Presta interés por el dibujo	
Pregunta ¿por qué?	
Disfruta con los juegos en grupo	
Aprende a montar bicicleta	
Guarda solo los juguetes	
Limpia su mesita y juguetes	
Tira las cosas a la basura	
Asocia emoción a expresión	
Señala objetos según color, tamaño y forma	
Desarrolla su coordinación	
Realiza torres hasta de 10 cubos	
Realiza figuras uniando puntos	
Punza, recorta y modela figuras	
Señala objetos iguales	
Diferencia los números 1,2 y 3	
Cumple órdenes directas	
Adquiere el uso de los fonemas : ll-ch-ñ-gu	
Dice su nombre completo	
Saluda espontáneamente a los adultos conocidos	
Habla positivamente de si mismo	
Sigue las reglas dadas.	
Expresa cariño y empatía hacia los demás niños	
Responde pregunta qué y quién	

Elaboración Propia

4.2.2. Ingeniería Básica:

4.2.2.1. MAPA DE INTERACCION DE PROCESOS:

Una forma fácil de entender la interrelación de los procesos a todo el personal de la empresa es mediante el diseño de un mapa de procesos. El mapa de procesos de PinPon es el siguiente:



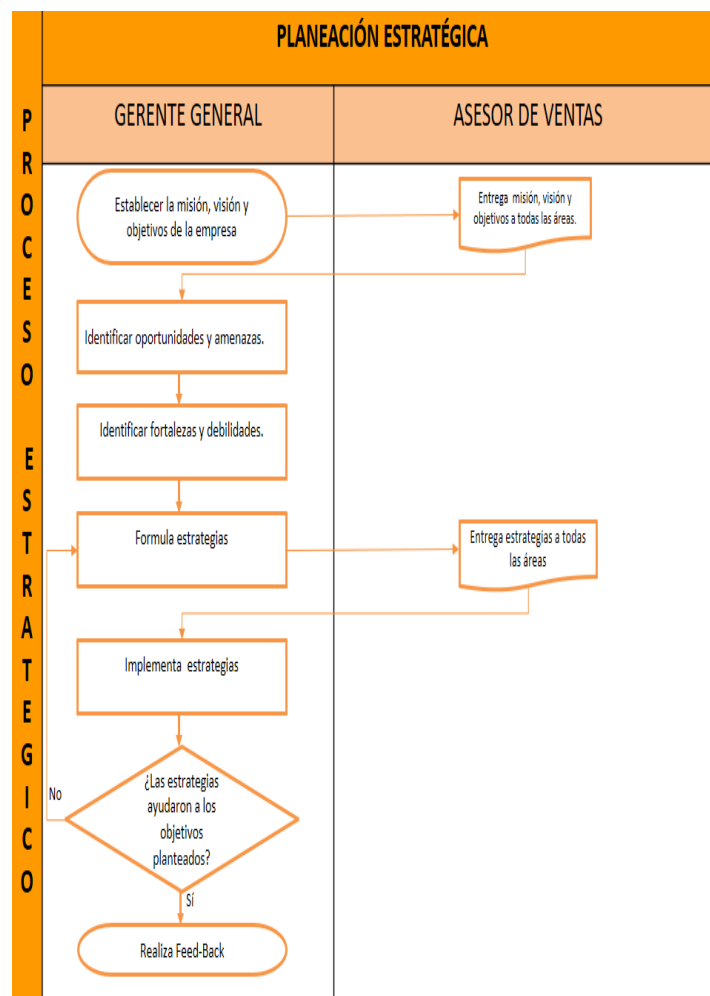
Elaboración Propia

4.2.2.2. PROCESOS ESTRATEGICOS:

- **Planeamiento estratégico:**

Este proceso se inicia con el planteamiento de la visión de nuestra organización y posteriormente con nuestra misión, lo que nos permitirá generar estrategias para poder lograr nuestros objetivos planteados. También es un proceso estratégico que dirige y controla las actividades de la empresa que están asociadas con la calidad del personal. Para el mejoramiento del servicio y para cumplir con los requerimientos de nuestros clientes.

**GRÁFICO N°9:
PROCESO ESTRATEGICO**



Elaboración Propia

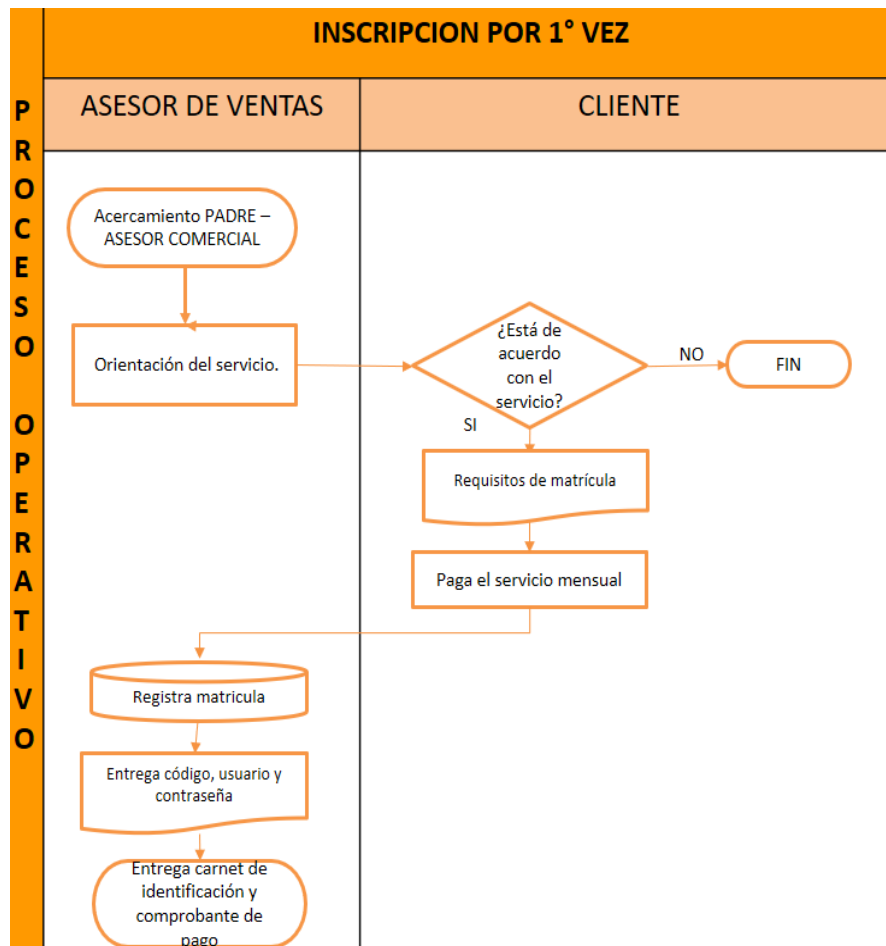
4.2.2.3. PROCESOS OPERATIVOS:

- Proceso de Inscripción por Primera Vez:

Este proceso se realizará de manera eventual cuando se tenga el primer contacto entre PinPon y el cliente. Se le brinda toda la información al Padre de Familia, se registra en la base de datos todo lo relacionado con el niño y su familia y se inicia una relación comercial entre PinPon y el cliente.

GRAFICO N°10:

PROCESO DE INSCRIPCION POR PRIMERA VEZ

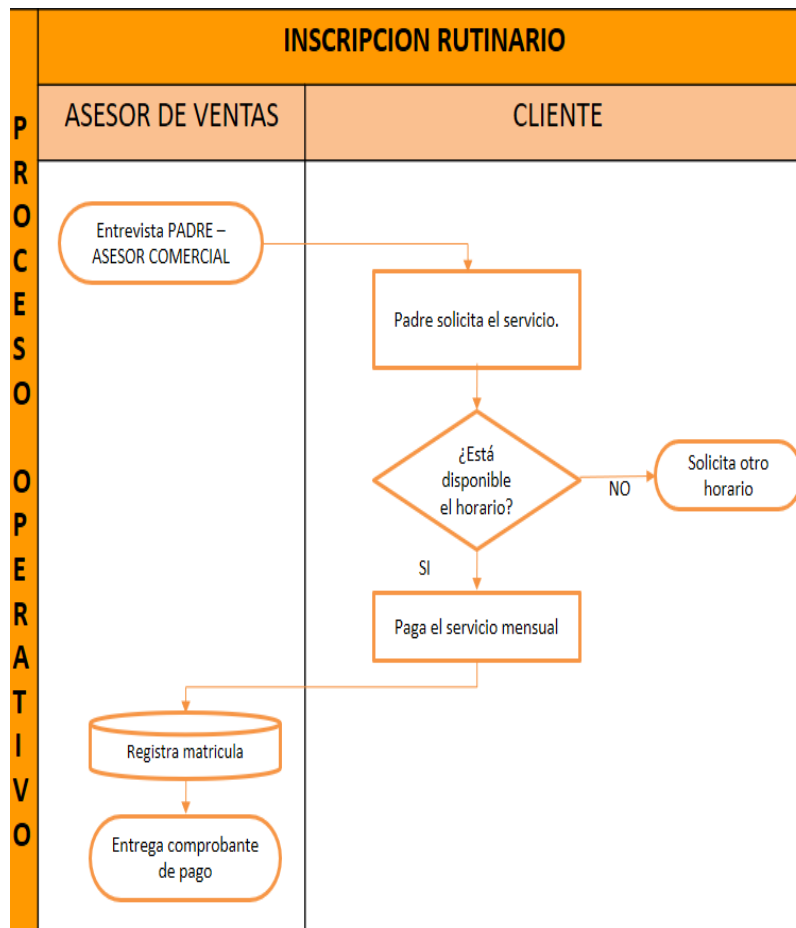


Elaboración Propia

- Proceso de Inscripción Rutinario:

Este proceso es para llevar un control del registro de los niños que ya tienen una ficha de datos en el sistema y que reciben el servicio de manera regular. Teniendo en cuenta que el tiempo del servicio es de 24 horas mensuales; es por ello que se realiza este proceso de inscripción rutinario porque se va a realizar dependiendo a la demanda de servicios mensuales para registrar al cliente, el tiempo y tipo de servicio.

GRÁFICO N°11:
PROCESO DE INSCRIPCION RUTINARIO

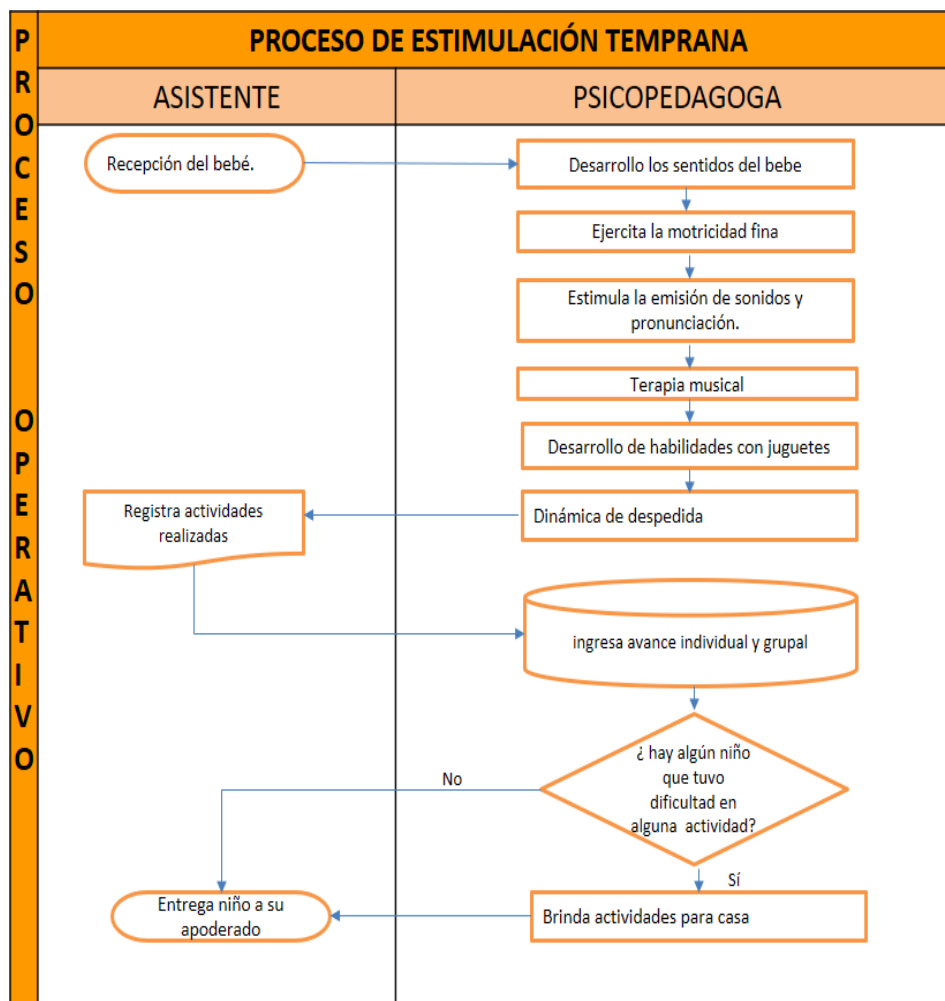


Elaboración Propia

- Proceso de Entretenimiento de Estimulación Temprana:

Este proceso es para llevar acabo la actividad operativa del servicio para los niños de 6 meses a 1 año; mediante dinámicas de grupo se realiza la integración, se desarrollan las habilidades y capacidades del niño mediante juguetes y juegos para lograr el entretenimiento y la estimulación del niño, terminando con una dinámica grupal.

**GRÁFICO N°12:
PROCESO DE SERVICIO I**

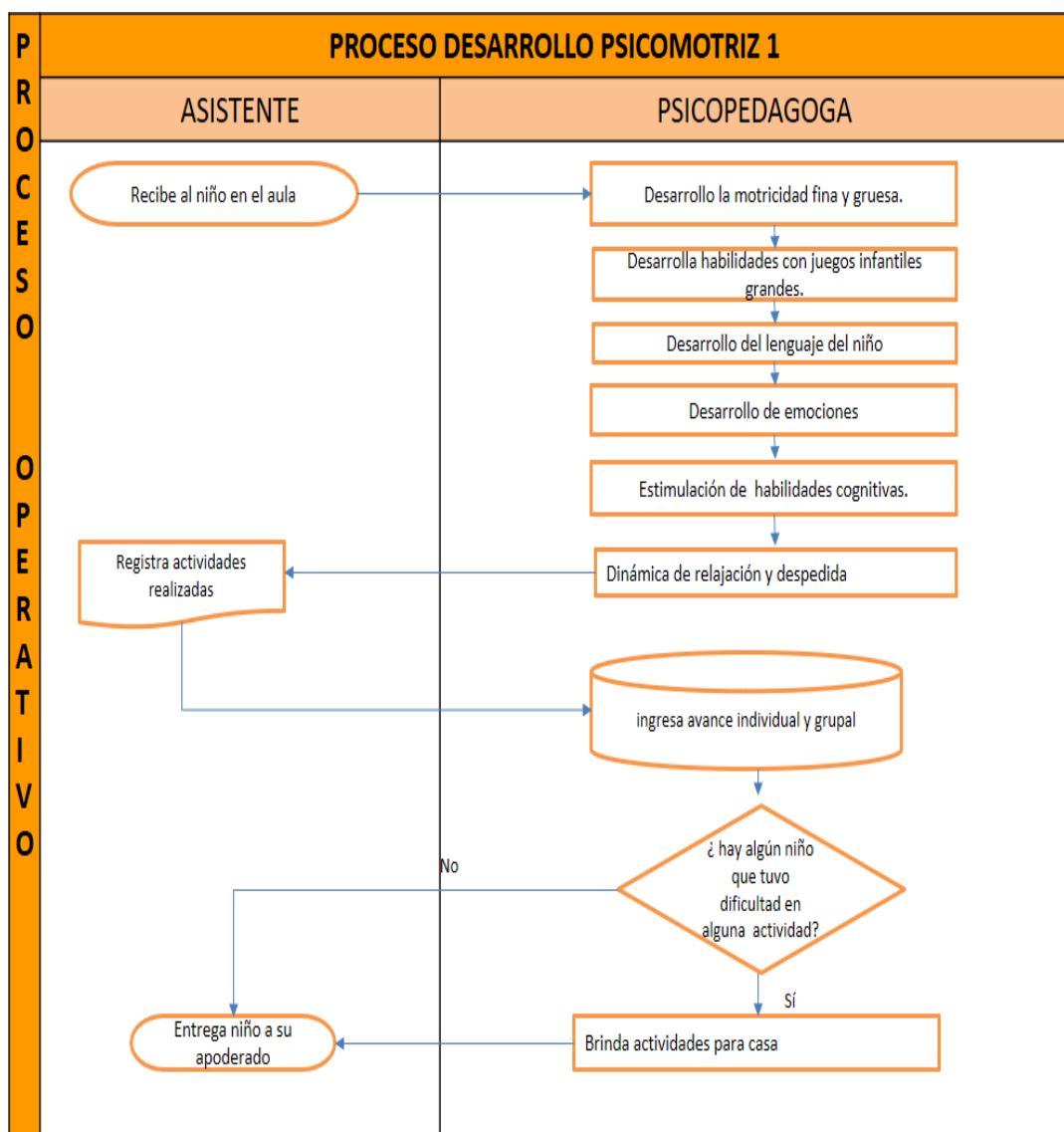


Elaboración Propia

- Proceso de Entretenimiento de Desarrollo Psicomotriz 1:

Este proceso es para llevar a cabo la actividad operativa del servicio para los niños de 1 a 2 años con juguetes y dinámicas para niños se desarrollará las habilidades y su desarrollo psicomotriz de acuerdo con la edad del niño.

**GRÁFICO N°13:
PROCESO DE SERVICIO II**

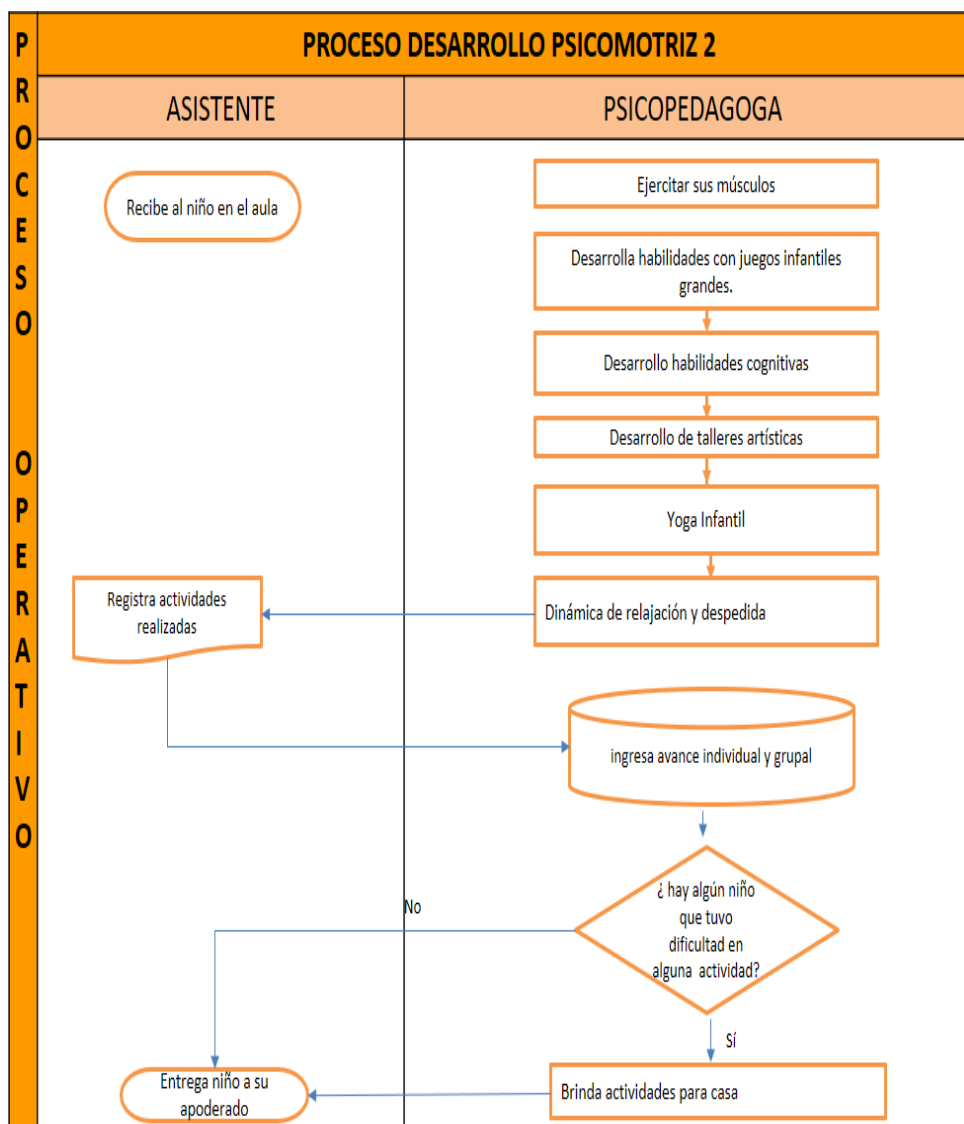


Elaboración Propia

- Proceso de Entretenimiento de Desarrollo Psicomotriz 2:

Este proceso es para llevar a cabo la actividad operativa del servicio para los niños de 2 a 3 años con juguetes y dinámicas para niños se desarrollará las habilidades y su desarrollo psicomotriz; además el niño a esta edad aprenderá a socializarse con los demás y estará más preparado para iniciar su educación inicial.

**GRÁFICO N°14:
PROCESO DE SERVICIO III**



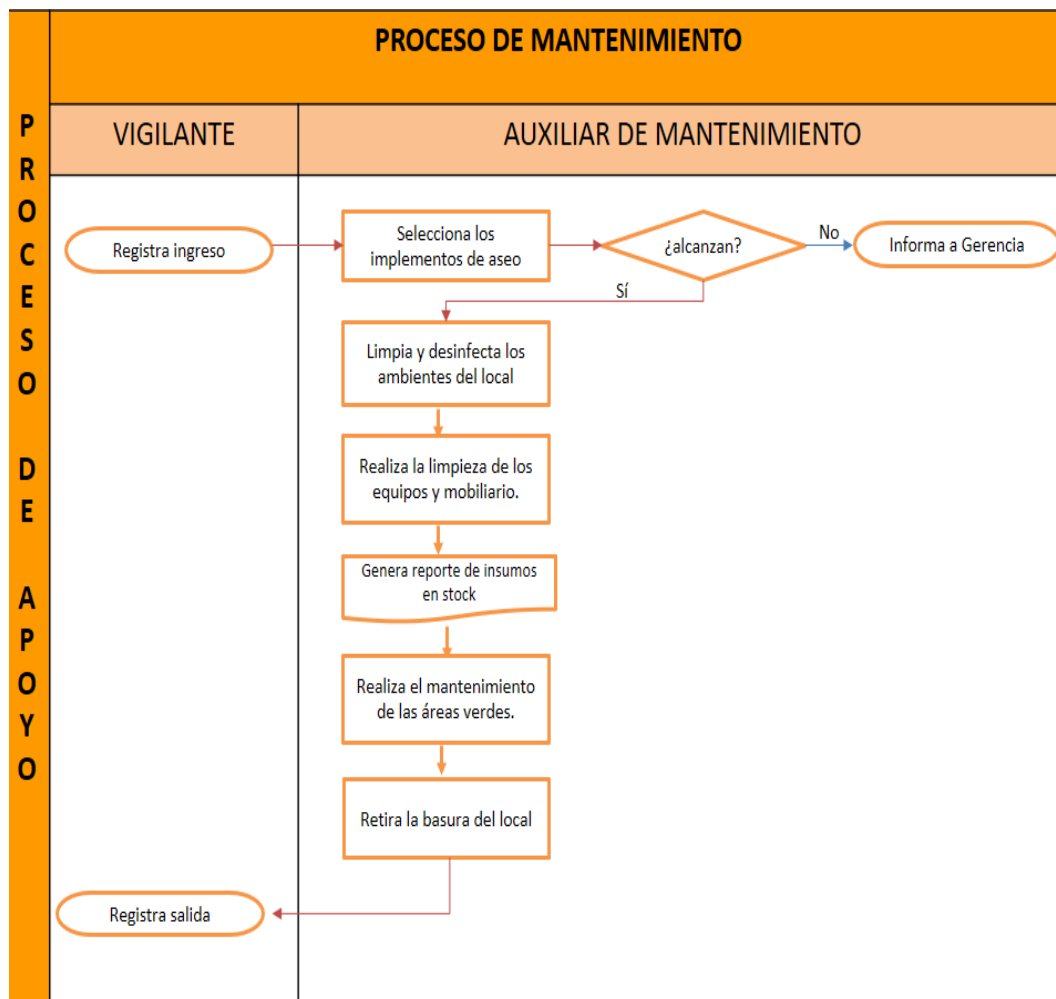
Elaboración Propia

4.2.2.4. PROCESOS DE APOYO:

- **Mantenimiento:**

Este proceso brindará el mantenimiento de la infraestructura, así como el buen estado de los muebles y equipos a utilizar: asegurando un ambiente ordenado, limpio y con excelentes instalaciones. Además, dará mantenimiento a las áreas verdes de Pin Pon.

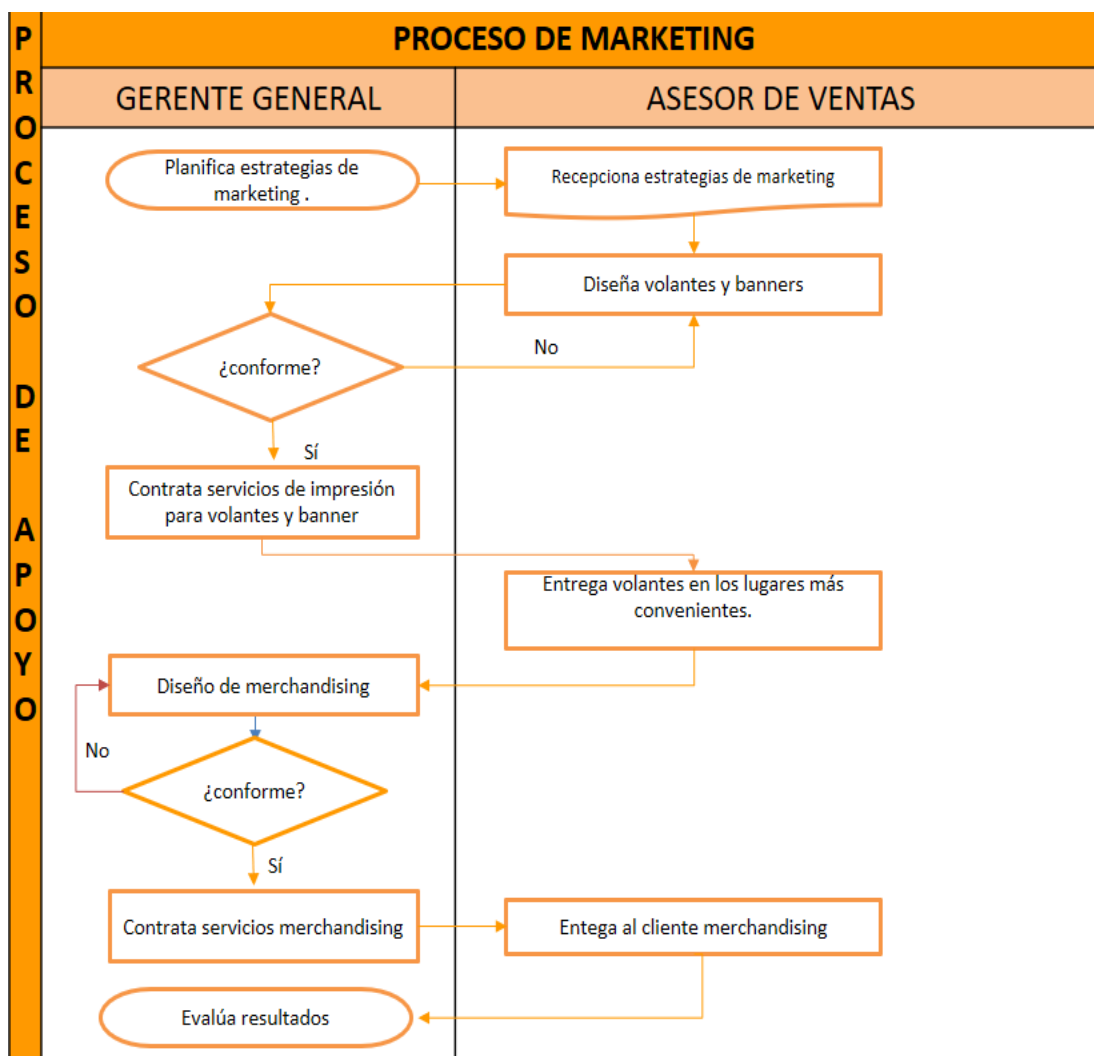
**GRÁFICO N°15:
PROCESO DE MANTENIMIENTO**



Elaboración Propia

- Marketing:
Este proceso se inicia recopilando las sugerencias de los clientes, con la finalidad de satisfacer sus expectativas y necesidades en los futuros servicios y mantener una publicidad para que llegue al mercado objetivo. Después se realizan las estrategias para poder contratar los servicios de publicidad en volantes, banners, web y merchandising.

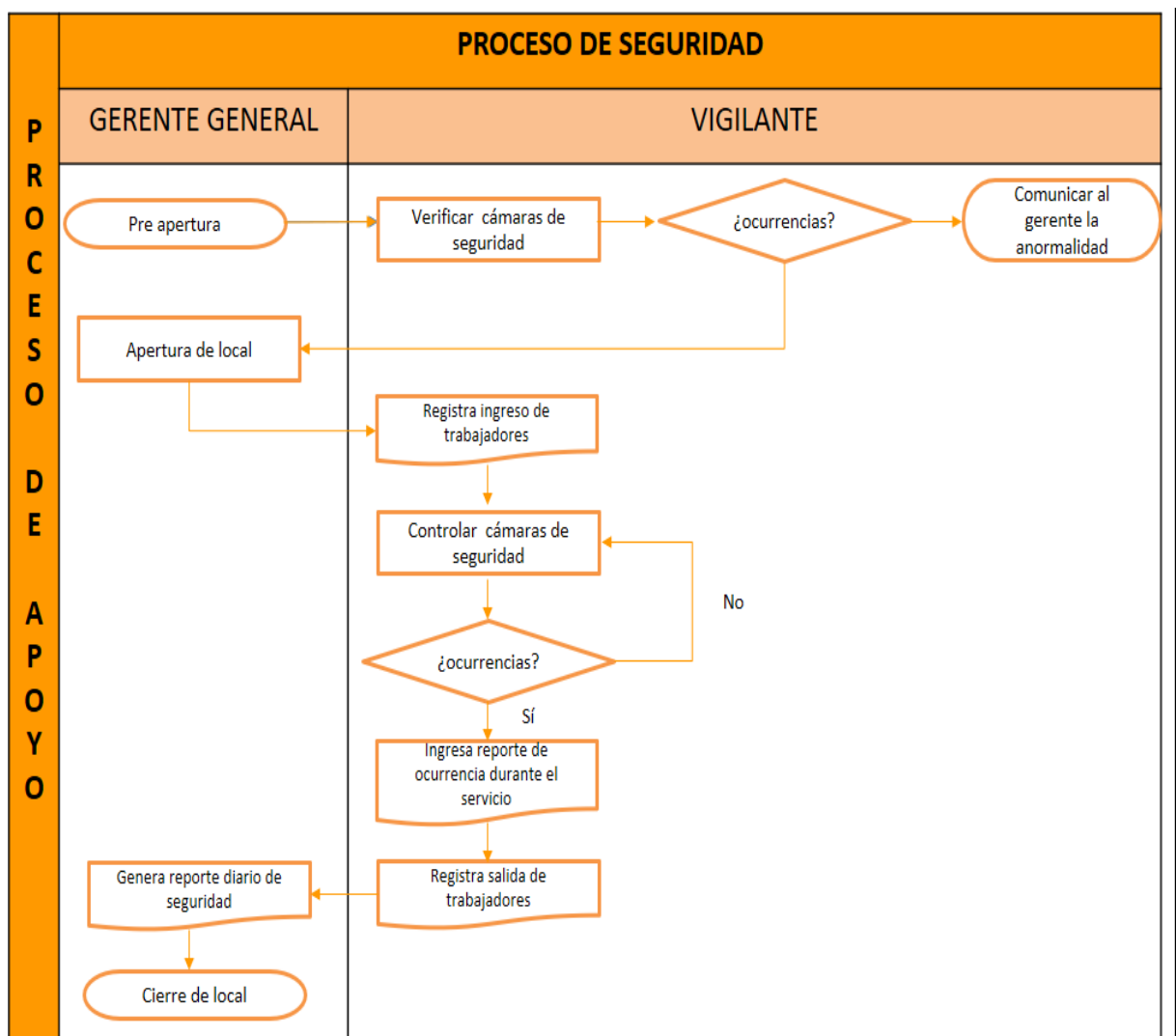
**GRÁFICO N°16:
PROCESO DE MARKETING**



- Seguridad (Vigilancia):

Este proceso es importante para Pin Pon aquí se protege y vigila el establecimiento y sus pertenencias; además controla el ingreso y salida del personal, clientes y niños. Monitorea mediante las cámaras de vigilancia las operaciones dentro del establecimiento y permanece alerta ante cualquier eventualidad.

GRÁFICO N°17:
PROCESO DE SEGURIDAD

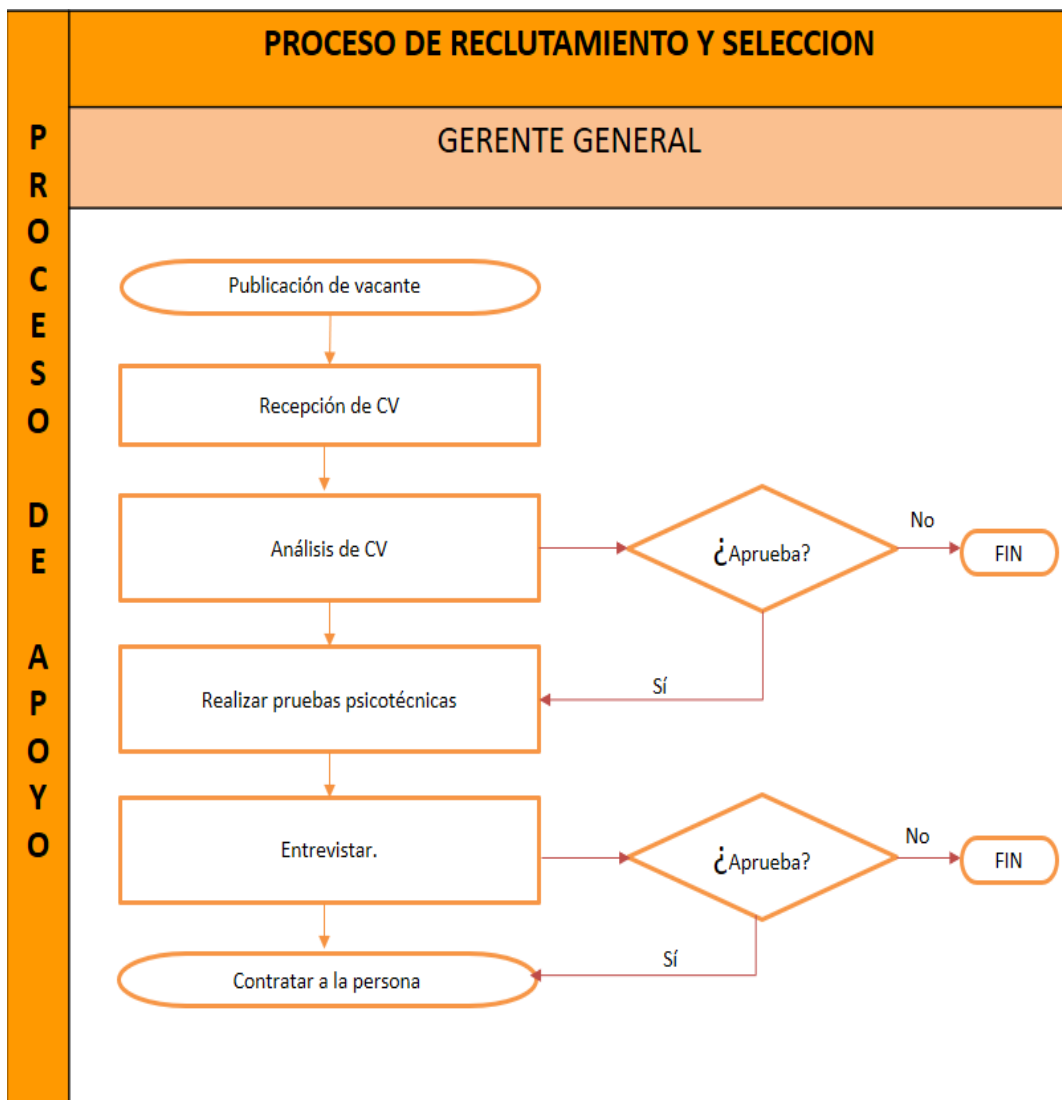


Elaboración Propia

- Reclutamiento y Selección:

Este proceso es importante para Pin Pon aquí se realiza todo el proceso para seleccionar, evaluar y contratar el personal adecuado para el servicio a niños de 6 meses a 3 años; además controla el ingreso y salida del personal, clientes y niños. Monitorea mediante las cámaras de vigilancia las operaciones dentro del establecimiento y permanece alerta ante cualquier eventualidad.

GRAFICO N° 18:
PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCION



Elaboración Propia

4.2.3. Producción y Capacidad:

Pin Pon contará con 6 ambientes; 2 ambiente para cada tipo de servicio, la capacidad por ambiente será de 5 niños, se darán 24 horas mensuales de servicio; 6 horas semanales, 2 horas al día en 3 días a la semana. Se trabajará 6 días a la semana en dos turnos, 4 en la mañana y 4 en la tarde.

La producción tiene un total de 2640 servicios anuales los cuales serán repartidos proporcionalmente como se muestra en el siguiente recuadro. La cual está basada en la capacidad de servicios; ya que mensualmente tendremos una capacidad de 240 servicios por 11 meses al año que estaremos operando.

CUADRO N°22:
TAMAÑO POR PRODUCTO
(Expresado en servicios)

DESCRIPCIÓN		2019	2020	2021	2022	2023
Total		2,640	2,640	2,640	2,640	2,640
Estimulación Temprana	33%	880	880	880	880	880
Desarrollo Infantil I	33%	880	880	880	880	880
Desarrollo Infantil II	33%	880	880	880	880	880

Elaboración Propia.

La ocupabilidad/capacidad se presenta en el siguiente cuadro.

CUADRO N°23: OCUPABILIDAD
(Expresado en servicios)

Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
Capacidad Normal	1,505	1,600	1,699	1,799	1,901
Capacidad Máxima	2,640	2,640	2,640	2,640	2,640
% de Ocupabilidad	57%	61%	64%	68%	72%

Elaboración Propia.

La ocupabilidad del proyecto serán los porcentajes antes hallados, los cuales son el número de servicios que se realizarán frente a lo que PinPon puede ofrecer como máximo.

4.2.4. Descripción y Tecnologías:

4.2.4.1. Maquinaria y Equipo:

Los equipos que necesitará la empresa se especifican en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 24:
MAQUINARIA Y EQUIPO
(Expresado en nuevos soles)

ITEM	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL	VIDA ÚTIL
LCD	SAMSUNG LCD 29"	6	S/. 508.47	S/. 6,101.69	10 años
Equipo de Cómputo	Q5-P2424CWS PC- ONG	4	S/. 2033.90	S/. 8135.59	5 años
Impresora	Multifuncional x 4270	1	S/. 635.59	S/. 635.59	5 años
Kit de Cámaras de seguridad	SEGURVAL DVR 4 CANALES 500 GB CAMARAS SONY OPTICA 3.6 MM.	1	S/ 1.525.42	S/1.525.42	10 años
Proyector	Epson Power Life S8+ Modelo H309a	1	S/ 2966.10	S/. 2966.10	10 años
Equipo de música	Sony	6	S/. 211.86	S/. 1271.19	10 años
POS		1	S/. 200.00	S/. 200.00	1 año
Aspiradora	Metal con 3 velocidades	1	S/. 211.86	S/. 211.86	5 años
Extintor	Marca Nakatomi (6 kg)	2	S/. 135.59	S/. 271.19	1 año
Ventilador	ElectROLUX	8	S/. 127.12	S/. 1016.95	5 años
Dispensador de agua eléctrico	SOLE	2	S/. 694.92	S/. 1389.84	
				S/. 23725.41	

Elaboración Propia.

4.2.4.2. Mobiliario y Herramientas:

El mobiliario y herramientas que la empresa necesita se detallan:

CUADRO N° 25:
MOBILIARIO Y HERRAMIENTAS
(Expresado en nuevos soles)

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL	VIDA ÚTIL
Módulo de atención	2	S/. 847,46	S/. 1.694,92	10 años
Sillas unidas	18	S/. 177,97	S/. 3.203,39	10 años
Mesita de centro	1	S/. 101,69	S/. 101,69	5 años
Mesas pequeñas	12	S/. 101,69	S/. 1.220,34	5 años
Sillas pequeñas	70	S/. 21,19	S/. 1.483,05	5 años
Silla giratoria	4	S/. 152,54	S/. 610,17	5 años
Estantes grandes	4	S/. 254,24	S/. 1.016,95	5 años
Espejos	4	S/. 101,69	S/. 406,78	5 años
Escritorio	4	S/. 338,98	S/. 1.355,93	5 años
Pizarra acrílica	4	S/. 101,69	S/. 406,78	5 años
Cama elástica	1	S/. 1.101,69	S/. 1.101,69	10 años
Columpios	2	S/. 677,97	S/. 1.355,93	10 años
Tobogán grande	1	S/. 677,97	S/. 677,97	10 años
Casa de juguete armable	2	S/. 1.101,69	S/. 2.203,39	5 años
Mesa con silla	6	S/. 211,86	S/. 1.271,19	5 años
Cunas	3	S/. 762,71	S/. 2.288,14	5 años
TOTAL			S/. 20,398.31	

Elaboración Propia.

4.2.4.3. Software y similares:

Plataforma virtual:

Se contará con una página web (www.pinpon.com.pe) donde se podrá obtener información acerca de Pin Pon y se podrá observar las actividades de los niños ya que contamos con cámaras en todo el local. El padre podrá ingresar utilizando su usuario y contraseña.

**IMAGEN N°1:
PAGINA WEB PIN PON**



Elaboración Propia

4.2.5. Centro de Operaciones:

4.2.5.1. Macro y Micro localización

Macro localización

Se encuentra ubicado en el departamento de la libertad, provincia de Trujillo.

IMAGEN N°2:
MAPA DEL DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD



Elaboración : Propia

Micro localización

Se pretende ubicar a PIN PON en el Distrito de Víctor Larco Herrera.

Para escoger el local se hizo un análisis subjetivo de localización, teniendo en cuenta 3 factores: Ubicación, espacio e infraestructura. Siendo ganador el local en la Urbanización El Golf.

CUADRO N°26
CALIFICACIÓN DE LOCALIZACIÓN DE LOCAL

Calificación	El Golf	Av. Larco	San Andrés V Etapa
Muy bueno	X		
Bueno		X	
Regular			X
Malo			

Elaboración: Propia.

CUADRO N°27
ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN DE LA URBANIZACIÓN EL GOLF

EL GOLF	Peso	Calificación	Puntaje Total
Ubicación	0.4	4	1.6
Infraestructura	0.3	4	1.2
Espacio	0.3	4	1.2
TOTAL			4

Elaboración: Propia

CUADRO N°28
ANÁLISIS DE AV. LARCO

Av. Larco	Peso	Calificación	Puntaje Total
Ubicación	0.4	4	1.6
Infraestructura	0.3	3	0.9
Espacio	0.3	3	0.9
TOTAL			3.4

Elaboración: Propia

CUADRO N°29

ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN URB. SAN ANDRES V ETAPA

Urb. San Andrés V Etapa	Peso	Calificación	Puntaje Total
Ubicación	0.4	4	1.6
Infraestructura	0.3	2	0.6
Espacio	0.3	2	0.6
TOTAL			2.8

Elaboración: Propia

**IMAGEN N° 3:
MICRO-LOCALIZACIÓN**



Fuente: Google Maps.

4.2.5.2. Descripción de Terrenos, Inmuebles e Instalaciones Fijas

El terreno se encuentra localizado en la ciudad de Trujillo en el distrito de Víctor Larco, Urbanización Palmeras del Golf.

Sus dimensiones son de 420 m²; contará con 2 pisos. El primer piso contará con 6 espacios amplios en donde se brindará cada tipo de servicio a ofrecer; contará con una sala de recepción, también la sección donde se realizarán las matrículas; así mismo se contará con un patio (áreas verdes) el cual estará en la parte trasera del local, y también se contará los servicios higiénicos para los niños.

En la sección de matrículas se contará con un escritorio y una caja registradora para el pago del servicio. En la sala de espera se contará con muebles de sala y revistas relacionadas a la etapa infantil. En el patio estarán los juegos grandes como son: la cama elástica, el tobogán, las motos y carros grandes.

En el segundo piso se tendrá espacios amplios los cuales serán: las oficinas administrativas, la gerencia, el almacén, el auditorio, la sala de cunas, la sala de vigilancia y servicios higiénicos para adultos.

En las oficinas administrativas se contará con 3 escritorios con su computadora y 6 sillas adicionales para la atención al cliente, en la gerencia se contará con un mueble y un escritorio con su computadora.

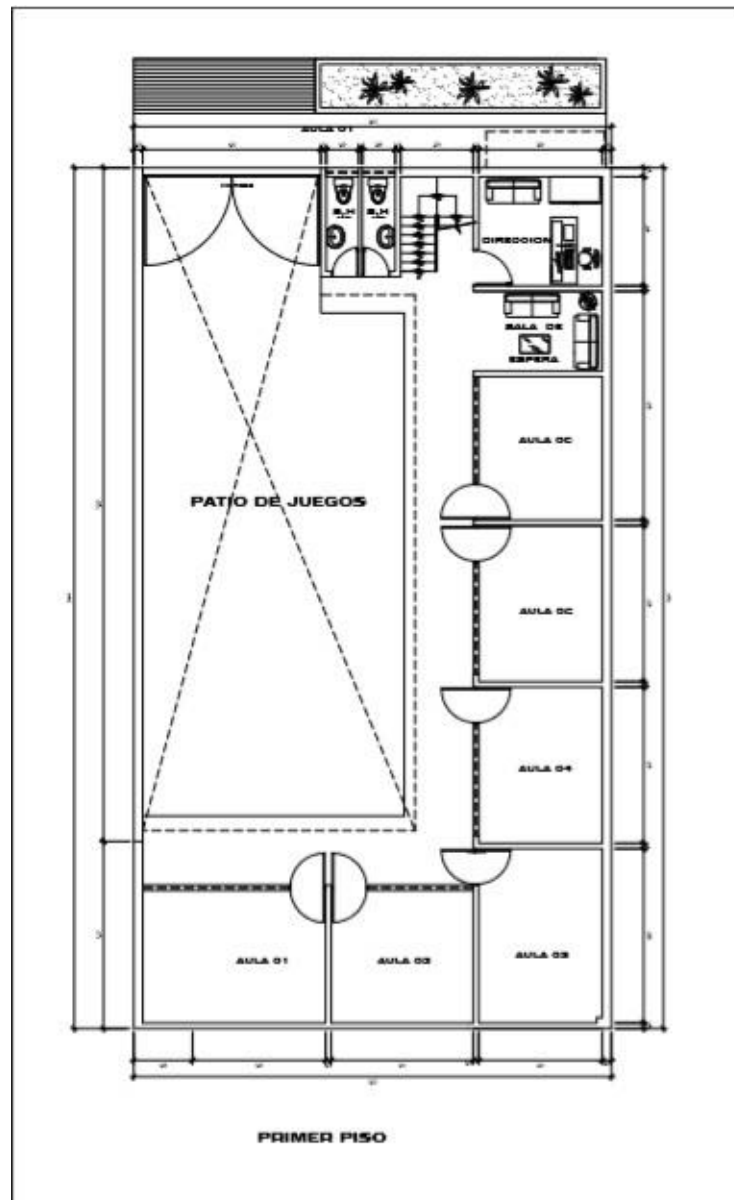
El almacén contará con 3 estantes grandes para colocar los juguetes e instrumentos pequeños de cada servicio, la sala de conferencia tendrá 10 sillas unidas para auditorio, lo cual indica que su capacidad será de 50 personas, también contará con una mesa y un proyector para las charlas semanales.

La sala de cunas contará con 3 cunas y un cambiador de pañales para los niños; y el cuarto de vigilancia se tendrá los televisores que permiten vigilar todas las instalaciones del Centro de Estimulación Pin Pon.

4.2.6. Diseño de Edificaciones e Instalaciones

A continuación, se muestra el plano de las instalaciones.

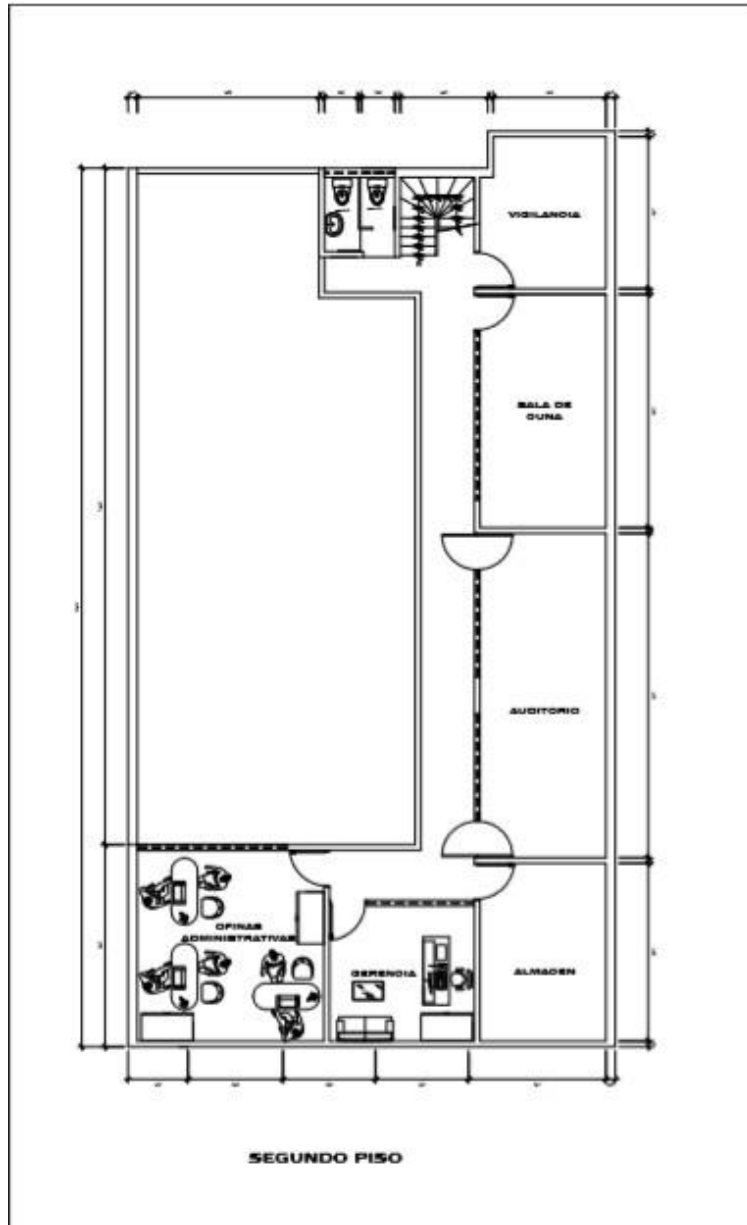
IMAGEN N° 4
PLANOS DEL PRIMER PISO DE PIN PON



Fuente: Investigación realizada.

Elaboración: Ing. Civil. Márquez Lescano Marco Gino.

IMAGEN N° 5
PLANOS DEL SEGUNDO PISO DE PIN PON



Fuente: Investigación realizada.

Elaboración: Ing. Civil. Márquez Lescano Marco Gino.

4.3. Estudio Legal:

4.3.1. Constitución de la Sociedad:

El Centro de Estimulación Temprana Pin Pon será constituido como persona jurídica porque es una organización que puede fundar una persona natural; varias personas naturales o varias personas jurídicas; la responsabilidad del titular (en el caso de una empresa unipersonal) o de los socios (en el caso de un modelo societario) se extenderá únicamente a su participación dentro del capital de la empresa.

La forma societaria que se adoptará será de una S.A.C que acorde con la ley general de sociedades N° 26887 nos permite establecer una opción segura de inversión debido al nivel de responsabilidad asegurándonos un mejor funcionamiento de la empresa.

CUADRO N° 30
FORMA DE SOCIEDAD

MODALIDAD	SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA S.A.C.
Características	<ul style="list-style-type: none"> • El número de accionistas no puede ser menor de dos y como máximo tendrá 20 accionistas. • Se impone el derecho de adquisición preferente por los socios salvo que el estatuto disponga lo contrario. • Se constituye por los fundadores al momento de otorgarse la escritura pública que contiene el pacto social y el estatuto, en cuyo caso suscriben íntegramente las acciones. • El Capital Social está representado por acciones nominativas y se conforma con los aportes (en bienes y/o en efectivo) de los socios, quienes no responden personalmente por las deudas sociales. • Es una persona jurídica de Responsabilidad Limitada. • Predomina el elemento personal, dentro de un esquema de sociedad de capitales. • Surge como reemplazo de la Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada – S.R.L. • Es la alternativa ideal para empresas familiares.
Denominación	<ul style="list-style-type: none"> • La denominación adoptada debe incluir la indicación: “Sociedad Anónima Cerrada” o estar acompañada de su abreviatura “S.A.C.”. Ejemplo. PIN PON S.A.C.
Órganos de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> • Junta General de Accionistas: Es el órgano supremo de la sociedad. Está integrada por el total de socios que conforman la empresa. • Gerente: es la persona en quien recae la representación legal y de gestión de la sociedad. El Gerente convoca a la junta de accionistas. • Sub-gerente, reemplaza al Gerente en caso de ausencia. • Directorio: el nombramiento de un Directorio por la Junta (ver S.A.C.) es facultativo (no es obligatorio).

Elaboración Propia.

4.3.2. Costos de Constitución:

Los costos de constitución se ven en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 31:
COSTOS DE CONSTITUCIÓN
(Expresado en nuevos soles)

PROCEDIMIENTO	COSTO
1.- Libros de Contabilidad Legalizados.	S/. 144,07
2.- Página Web (incluye hosting y dominio).	S/. 1.271,19
3.- Elaboración de la Minuta y de la Escritura Pública	S/. 127,12
4.- Inscripción en el Registro de Personas Jurídicas	S/. 268,50
5.- Inscripción en el Registro Único de Contribuyente	Sin costo
TOTAL	S/. 1.810.88

Elaboración Propia.

4.3.3. Tasas y Servicios Regulados:

4.3.3.1. Licencias y Permisos.

Para iniciar las actividades del Centro de Estimulación PinPon se deberá tramitar la licencia de funcionamiento en la Municipalidad Provincial de Trujillo, siguiendo estos pasos:

1. Tramitar el Reporte de Zonificación y Compatibilidad de uso de suelo.
2. Trámite de Solicitud de Declaración Jurada para Autorizaciones Municipales.
3. Obtener Vigencia de Poder en las Oficinas de SUNARP.
4. Tramitar el Certificado de Defensa Civil. Se debe solicitar la Inspección Técnica de Defensa Civil.

CUADRO N° 32:
COSTOS DE LICENCIA Y PERMISOS
(Expresado en nuevos soles)

COSTOS DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	
Reporte de Zonificación	Cero costo
Declaración jurada	Cero costo
Certificado de Defensa Civil	S/. 217.35
Registro de Marca	S/. 470.50
Derecho de formato de Licencia Municipal	S/. 96.00
Total	S/. 783.85

Elaboración Propia.

4.3.3.2. Anuncios Publicitarios y Similares:

Según la Ley Orgánica de Municipalidades N 27972, Art. N 79 referido a la Organización del Espacio Físico y Uso del Suelo, se debe solicitar autorización en la Municipalidad para la Ubicación de anuncios y avisos publicitarios en la vía pública o letreros en el local comercial con la finalidad de informar a los clientes de la existencia de la nueva empresa. Los requisitos para la autorización de publicidad fija son los siguientes:

- ✓ Formato de declaración jurada.
- ✓ Copia de DNI.
- ✓ Foto de fachada del local.
- ✓ Diseño gráfico del logotipo.
- ✓ Copia de Licencia de Funcionamiento.
- ✓ Pago correspondiente del Trámite (S/. 86.00 soles).
- ✓ Publicidad, en función del tamaño de la publicidad para el Centro de Estimulación Temprana Pin Pon es S/./220.00.

CUADRO N° 33:
COSTOS DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS
(Expresado en nuevos soles)

COSTOS DE ANUNCIOS PUBLICITARIOS	COSTO
1.- Derecho de trámite	S/. 86.00
2.- Publicidad, en función del tamaño de la publicidad	S/. 178.81
TOTAL	S/. 264.81.

Elaboración Propia.

4.3.3.3. Regulación Sectorial:

El cuidado de los niños se realizará respetando el Código De Los Niños Y Adolescentes de acuerdo con la Ley N° 27337. Además, se debe tener en cuenta el estudio realizado por el INEI y UNICEF del Estado de La Niñez en el Perú que presenta la situación de la niñez en el ámbito nacional, los avances importantes en el cumplimiento de los derechos de la niñez y la adolescencia, a través de la implementación de políticas públicas a su favor en los diferentes niveles de gobierno; y la importancia de invertir en la infancia y la adolescencia es un acuerdo que trasciende a la gestión de un gobierno.

4.3.3.4. Registro, Asociaciones y Vinculaciones:

- CAMARA DE COMERCIO TRUJILLO:
La afiliación a la Cámara de Comercio y Producción de La Libertad está abierta a toda persona natural o jurídica que desarrolle una actividad económica y cuente con un RUC. Permite formar parte del grupo empresarial más importante y representativo del norte del Perú, y brinda acceso a servicios de representación y defensa gremial, asesoría, capacitación, promoción de negocios, relaciones con el segmento corporativo, información empresarial, entre otros.

- PEDIATRIA:
(Sociedad Peruana de Pediatría, 2008) Asociarse con la Sociedad Peruana de Pediatría que promueve el desarrollo de la Pediatría Peruana en beneficio de la salud física, mental y social del niño y adolescente.

4.3.4. Demás Aspectos Legales:

4.3.4.1. Aspectos laborales.

La empresa se adaptará al Régimen de Promoción y Formalización de las MYPES donde se aplica a todos los trabajadores sujetos al régimen laboral de la actividad privada, que presten servicios en las Micro y Pequeña Empresas, así como a sus conductores y empleadores.

Para que una empresa califique como micro y pequeña empresa debe estar inscrita en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (Remype). La inscripción se realiza a través de la página web del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y únicamente se requiere el número RUC del empleador y su clave SOL para tal efecto.

Los trabajadores comprendidos en el Régimen Laboral especial de las Mype tienen derecho a percibir por su trabajo, por lo menos, una RMV.

**CUADRO N° 34:
ASPECTOS LABORALES**

INDICADOR/REGIMEN	MICROEMPRESA	PEQUEÑA EMPRESA
Beneficios sociales	1. Remuneración Mínima Vital	1. Remuneración Mínima Vital
	2. Jornada máxima	2. Jornada máxima
	3. Descanso semanal	3. Descanso semanal
	4. Trabajo en sobretiempo	4. Feriados
	5. Feriados	5. Vacaciones: 15 días.
	6. Vacaciones: 15 días.	6. CTS: 15 remuneraciones diarias por año completo de servicios.
		7. Dos gratificaciones al año: Fiestas patrias y navidad.
		8. SCTR a cargo de empleador.
		9. Seguro de vida a cargo del empleador.
		10. Derecho colectivos.
	11. Derecho a particular de las utilidades.	
Indemnización por despido arbitrario	Equivalente a 10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios. Tope máximo de 90 remuneraciones diarias.	Equivalente a 20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios. Tope máximo de 120 remuneraciones diarias.
Seguro complementario de trabajo de riesgo	NO	SI

Elaboración SUNAFIL.

4.3.4.2. Aspectos Tributarios.

Impuesto a la Renta

El impuesto a la Renta grava la renta obtenida por la empresa durante el ejercicio económico. El impuesto se determina al final del ejercicio con una tasa de 30% anual.

Impuesto General a las Ventas

Grava las ventas en el país de bienes muebles, la prestación y utilización de servicios y los contratos de construcción.

- La tasa de impuesto general a las ventas propiamente dicho es de 16% y 2% de Impuesto de Promoción Municipal, lo que suma el 18%.
- Al contar con pasajeros que provienen de otros países, estas ventas se exoneran del IGV al ser considerada como venta de exportación según Modifican el numeral 4 del artículo 33° del Texto Único Ordenado (TUO) de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo Ley N° 28780.

Obligaciones

- Inscribirse en el RUC
- Solicitar autorización para imprimir comprobantes de pago.
- Llevar contabilidad.
- Declarar y pagar sus obligaciones tributarias.
- Comunicar cualquier cambio en la información que proporcionó en el RUC.
- Emisión de comprobantes de pago y documentos.

Contabilidad

La empresa como persona jurídica y como receptor de renta de tercera categoría deberá llevar contabilidad completa (Libro Diario, Libro mayor, Libro Caja, Libro de Actas, Planillas etc.). Para el registro de los trabajadores dependientes e independientes se llevará un libro de planillas de sueldos y salarios además del libro de Retenciones. Además, los comprobantes de pago que se puede emitir en este régimen son: facturas, boletas de venta, liquidaciones de compra, Tiques o cintas emitidas por máquinas registradoras, notas de crédito, notas de débito y guías de remisión.

4.3.4.3. Registro de Marca.

La empresa tiene que registrar la marca ante INDECOPI, en el cual se registrará el nombre, logotipo y slogan. También se tendrá que verificar si existen marcas similares o iguales a la que se está por registrar.

Los pasos por seguir son:

- Presentar una solicitud de búsqueda de antecedentes cuyo costo es de 42.50 soles.
- Registrar la marca, siempre y cuando no se haya encontrado un nombre, lema o logo exactamente igual que implica un costo de 428.00 soles. Debe adjuntarse lo siguiente:
 - Cinco reproducciones de 5* 5 cm. A color o blanco y negro.
 - Descripción de acuerdo con solicitud (terreno).
 - Copia de Escritura Pública de Constitución y copia de Poder, luego publicar el aviso en el diario oficial.

4.3.4.4. Regulación sobre Salud y Seguridad Ocupacional.

Según la Ley General de Higiene y Seguridad Ocupacional y Bienestar¹ y su Reglamento de Seguridad en el Trabajo el empleador debe promover condiciones de trabajo dignas que garanticen un estado de vida saludable, física, mental y social.

Además, para la obtención del Registro Sanitario para cada trabajador, tendrá que tramitar en la Municipalidad Provincial de Trujillo, el documento correspondiente presentando los requisitos siguientes:

CUADRO N° 35

GASTOS PARA LA REGULACIÓN DE SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL.

(Expresado en nuevos soles)

REQUISITOS	COSTOS
Dos fotografías tamaño carnet por cara trabajador.	S/ 8.00
Derecho por Carnet	S/ 16.00
Certificado Médico por cada trabajador.	S/25.00
TOTAL	S/49.00

Elaboración Propia.

4.4. Estudio Organizacional

4.4.1. Planeamiento Estratégico:

4.4.1.1. Misión.

“Brindar entretenimiento de calidad para estimular y desarrollar con felicidad las habilidades físicas, emocionales, cognitivas y sociales de los más pequeños de Trujillo”

4.4.1.2. Visión.

“Para el 2024 llegar a ser reconocidos como la mejor opción de estimulación integral, por su innovación, dedicación, compromiso y excelencia en el resultado del servicio en Trujillo”.

4.4.1.3. Objetivos Estratégicos.

4.4.1.3.1 Perspectiva financiera:

- Ser una empresa rentable económica y financieramente.

4.4.1.3.2 Perspectiva Clientes:

- Brindar el mayor confort y excelencia profesional.
- Propiciar y facilitar el establecimiento de relaciones sociales y afectivas entre los niños.
- Tener un buen marketing boca a boca por los clientes.

4.4.1.3.3 Perspectivas Operaciones y procesos:

- Maximizar las actividades y recursos estandarizándolos.
- Mantener controlado los costos operativos.
- Mantener los equipos y materiales utilizados en óptimas condiciones.

4.4.1.3.4 Perspectivas de organización y Aprendizaje:

- Ser una organización que tenga enfocado la mejora continua en sus procesos.

4.4.2. Análisis FODA.

CUADRO N° 36:

FODA

<p>Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Calidad de los productos que se van a utilizar. 2. Continúa capacitación de los trabajadores. 3. Ubicación del local. 4. Servicios innovadores. 5. Personal calificado 	<p>Debilidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Presupuesto limitado. 2. Precios ligeramente altos frente a la competencia. 3. Inexperiencia en el sector infantil. 4. Empresa desconocida en el mercado. 5. No se cuenta con local propio.
<p>Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento económico del sector A y B de Trujillo. 2. Insatisfacción del cliente con el producto ofrecido por otras empresas dedicadas a la misma actividad. 3. Convenio con clínicas maternas y pediátricas. 4. Aumento del interés por la estimulación temprana del niño. 5. Rubro en expansión. 	<p>Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aparición de nueva competencia. 2. Desaceleración de la economía. 3. Empresas posicionadas. 4. El tiempo para lograr la aceptación y reconocimiento. 5. Aumento de precio del alquiler del local y depreciación de los equipos usados

Elaboración Propia.

Fortalezas:

- ✓ El centro contará con personal altamente calificado en el cuidado y desarrollo del niño, serán psicólogas tituladas y con experiencia laboral en niños mínimo 1 año. Para las demás áreas de la empresa será requisito indispensable que el personal tenga experiencia mínimo 1 año para el puesto a desempeñar dentro del Centro Pin Pon.
- ✓ Los productos que se utilizará como juguetes, equipo, herramientas, etc. serán de calidad y de marca reconocida para asegurar el bienestar y la comodidad del niño. Los proveedores (juguetes) son empresas prestigiosas a nivel nacional reconocidas por su posicionamiento y la calidad de sus servicios y productos.
- ✓ La fortaleza más importante es brindar un servicio innovador en el mercado trujillano ya que aplicaremos una metodología moderna en el Centro de Estimulación Pin Pon que aún no se realiza en la ciudad.

Oportunidades:

- ✓ El crecimiento económico del sector A y B de Trujillo favorece a PinPon ya que habrá más padres interesados en invertir en el desarrollo de su niño.
- ✓ Los convenios con clínicas maternas y pediátricas nos dan la oportunidad de promocionar nuestro servicio a precios promocionales, obteniendo más clientes.
- ✓ Hoy en día se está dando mayor interés por la estimulación temprana del niño.

Debilidades:

- ✓ El presupuesto es limitado por ser un Centro nuevo en el mercado.
- ✓ El negocio del centro de estimulación PinPon es desconocido en el mercado por ser una empresa nueva se desconoce las ventajas y desventajas.
- ✓ No se cuenta con un local propio, por lo pronto se tendrá un local alquilado.

Amenazas:

- ✓ La competencia es una amenaza importante ya que el mercado elegido todavía no está saturado, la aparición de nuevos competidores es una amenaza clave para PinPon.
- ✓ Inestabilidad económica del país, afecta al centro de estimulación PinPon porque sus costos y precios están proyectado con las variables económicas actuales y al existir inestabilidad afectaría de manera directa a PinPon.
- ✓ Estamos en un mercado competitivo e innovador se teme que haya otros servicios sustitutos que afecten a nuestro centro de estimulación PinPon.
- ✓ Aumento de precio del alquiler del local y deterioro de los equipos usados, por lo que se tendría que adquirir nuevos equipos, lo que conllevaría a la aportación de más capital para el negocio, perjudicando de esta manera a la empresa.
- ✓ El tiempo para lograr la aceptación y reconocimiento a nivel provincial.

CUADRO N° 37:
ESTRATEGIAS FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Calidad de los productos que se van a utilizar. 2. Continua capacitación de los trabajadores. 3. Ubicación del local. 4. Servicios innovadores. 5. Personal calificado 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Presupuesto limitado. 2. Precios ligeramente altos frente a la competencia. 3. Inexperiencia en el sector infantil. 4. Empresa desconocida en el mercado. 5. No se cuenta con local propio.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento económico del sector A y B de Trujillo. 2. Insatisfacción del cliente con el producto ofrecido por otras empresas dedicadas a la misma actividad. 3. Convenio con clínicas maternas y pediátricas. 4. Aumento del interés por la estimulación temprana del niño. 5. Rubro en expansión. 	<p>F5, O2: Atraer a los clientes insatisfechos mediante la publicidad positiva que genera la calidad del servicio en nuestros clientes.</p> <p>F3, F5, O3: Destacar los servicios y la seguridad de PinPon en la publicidad aprovechando el interés por la estimulación temprana, y así captar nuevos clientes.</p>	<p>D2, O1: Aprovechando el crecimiento económico que tienen los sectores A y B, se presentan los servicios de Pin Pon como un valor agregado.</p> <p>D4, O5: Para darse a conocer Pin Pon utilizará las clínicas maternas y pediátricas como puntos estratégicos para su marketing.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aparición de nueva competencia. 2. Desaceleración de la economía. 3. Empresas posicionadas. 4. El tiempo para lograr la aceptación y reconocimiento. 5. Aumento de precio del alquiler del local y depreciación de los equipos usados 	<p>F1, A2: Utilizar nuestro valor agregado de calidad en nuestro servicio para fidelizar a nuestros clientes.</p> <p>F3.A4: Aprovechando que la actual competencia utiliza métodos convencionales Pin Pon promocionará con fuerza sus servicios innovadores para atraer y fidelizar a sus clientes.</p>	<p>D4, A1: Utilizar la diferenciación como estrategia mediante los servicios innovadores que Pin Pon ofrece para minimizar a la nueva competencia.</p> <p>D5, A5: Generar ingresos durante el tiempo de recuperación para obtener un local propio sin vernos afectados por el precio del alquiler.</p>

Elaboración Propia.

4.4.3. MATRIZ EFE Y EFI.

CUADRO N° 38:

MATRIZ EFE

FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO	CLASIFICACIÓN N	PESO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
Crecimiento económico de Trujillo.	0.15	3	0.45
Convenio con clínicas maternas y pediátricas.	0.15	4	0.60
Aumento del interés por la estimulación temprana del niño.	0.20	4	0.80
Insatisfacción del cliente con el producto ofrecido por otras empresas dedicadas a la misma actividad.	0.10	3	0.30
AMENAZAS			
Aparición de competencia.	0.15	2	0.30
Desaceleración de la economía.	0.10	1	0.10
Empresas posicionadas	0.15	2	0.30
TOTAL			2.85

Elaboración Propia.

PinPon ha obtenido un valor promedio de 2.85, lo cual indica que la empresa se encuentra por encima del promedio, siendo entonces una situación favorable para su crecimiento y desarrollo.

CUADRO N° 39:

MATRIZ EFI

FACTORES CRÍTICOS DEL ÉXITO	PESO	CLASIFICACIÓN	PESO PONDERADO
FORTALEZAS			
No existe competencia directa.	0.10	4	0.40
Calidad de los productos que se van a utilizar	0.10	3	0.30
Ubicación del local.	0.10	3	0.30
Continúa capacitación de los trabajadores.	0.15	3	0.45
Servicios innovadores.	0.15	4	0.60
Personal calificado.	0.10	4	0.4
DEBILIDADES			
Presupuesto limitado.	0.05	1	0.05
Precios ligeramente altos frente a la competencia.	0.1	2	0.20
Inexperiencia en el sector.	0.1	2	0.20
Negocio desconocido en el mercado.	0.05	1	0.05
TOTAL			2.95

Elaboración Propia.

En la matriz EFI realizado para PinPon se ha podido identificar los factores claves como son las fortalezas y debilidades. Se puede observar un resultado de 2.95, lo cual indica que está por encima del promedio y que utilizará bien sus estrategias para aprovechar las fortalezas que tiene y superar de manera eficiente sus debilidades, lo cual nos da la idea que PinPon puede manejar bien internamente.

4.4.4. Análisis de la Competitividad del Proyecto:

El Centro de Estimulación Temprana PINPON cuenta con una ventaja competitiva de un Servicio especializado y personalizado, contando con valores agregados para dar satisfacción a los niños. Esto ayudará a hacer frente a la competencia de centros de estimulación de Trujillo, que, a pesar de ofrecer un servicio similar, no cuentan con la metodología de dar entretenimiento y diversión en esta etapa del niño. En el siguiente cuadro se muestra una comparación entre PinPon y su competencia más fuerte.

CUADRO N° 40
ANALISIS DE LA COMPETITIVIDAD DEL PROYECTO

FACTORES	PESO	PINPON		MARIA CLARET		NACER FELIZ		BABY KIDS		VIDA'S CENTRO		CARACOLEANDO	
		C	P	C	P	C	P	C	P	C	P	C	P
INFRAESTRUCTURA	0.15	4	0.6	3	0.45	3	0.45	3	0.45	3	0.45	4	0.6
PERSONAL CALIFICADO	0.2	4	0.8	3	0.6	4	0.8	3	0.6	2	0.4	3	0.6
UBICACIÓN	0.15	3	0.45	3	0.45	3	0.45	3	0.45	3	0.45	4	0.6
PRECIO	0.1	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3	3	0.3	2	0.2
TECNICA UTILIZADA	0.25	4	1	2	0.5	3	0.75	3	0.75	2	0.5	3	0.75
CALIDAD DE MOBILIARIO	0.15	4	0.6	3	0.45	3	0.45	3	0.45	3	0.45	3	0.45
TOTAL	1	3.75		2.75		3.2		3		2.55		3.2	

Elaboración Propia.

4.4.5. Estrategias de Entrada y Crecimiento:

CUADRO N° 41
ESTRATEGIAS DE ENTRADA Y CRECIMIENTO

ESTRATEGIAS DE ENTRADA	ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar una campaña de lanzamiento, para los cual utilizaremos: banners, volantes, etc. para anunciar la inauguración del local. Así como también utilizar las redes sociales para hacer contactos y dar a conocer el servicio. 2. Utilizar publicidad agresiva informativa en los primeros meses en lugares estratégicos (clínicas maternas, centros pediátricos), donde los principales objetivos serán: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dar a conocer el nuevo servicio. ✓ Informar sobre las características del servicio ✓ Estimular la demanda. ✓ Facilitar la prueba del servicio. ✓ Educar al consumidor. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crear nuevos servicios (mini chef, mini artista, etc.). 2. Participar en programas como colaboradores de ONG's, como muestra de solidaridad y preocupación por causas sociales para poder crear una imagen social responsable ante la sociedad. 3. Expandirse en el mercado local, más locales.

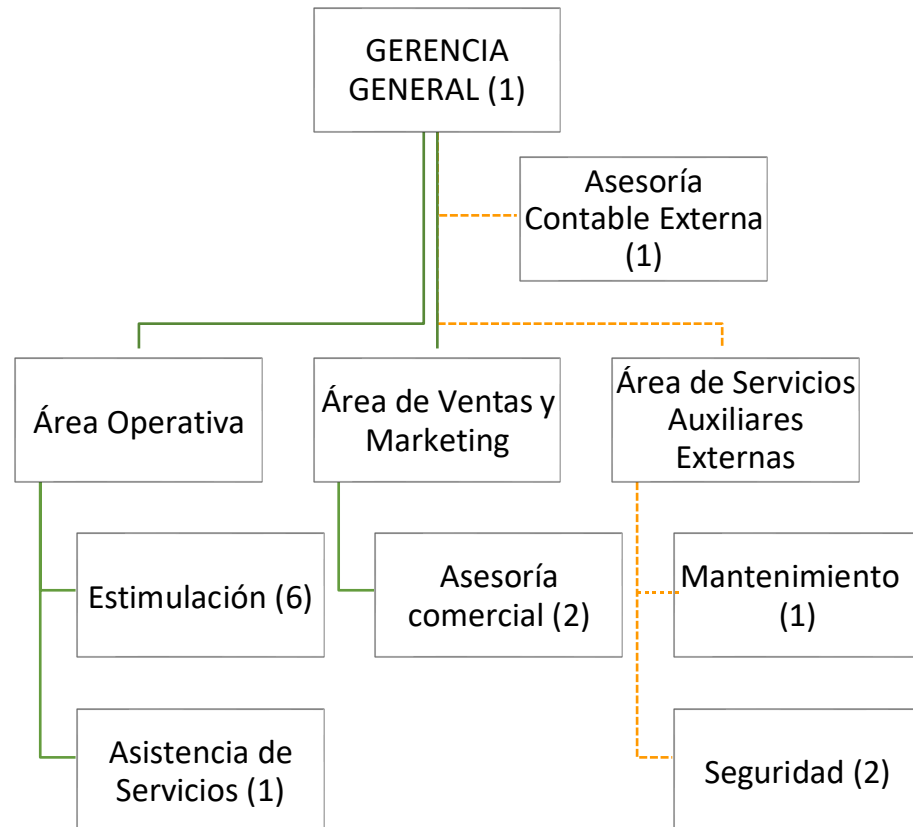
Elaboración Propia.

4.4.6. Estructura Organizacional.

PinPon tendrá una estructura funcional el cual contiene el siguiente personal:

- Administrador/
- 2 Asesores de Ventas
- Contador (externo)
- 6 Psicólogas
- 2 Vigilantes
- 1 Auxiliar de Limpieza.
- Asistente de servicio

GRÁFICO N°19:
ORGANIGRAMA - PIN PON



Elaboración Propia.

Este organigrama se ha realizado en base al personal que se contaría al iniciar las actividades en el Centro de Estimulación PinPon. Se divide en tres áreas fundamentales para la empresa:

- **ÁREA OPERATIVA:**

En esta área se encargará de atender al niño en el desarrollo psicomotor y la estimulación temprana a base de nuestro método de entretenimiento y diversión con juguetes para desarrollar al menor. Encargadas con Psicólogas tituladas y especializadas en niños.

- **ÁREA ADMINISTRATIVA:**

En esta área tendrá como dirección al Gerente General para guiar a toda la organización y también Asesoría comercial y Caja que se encargará de dar la información y vender el servicio.

- **ÁREA DE SERVICIOS AUXILIARES:**

Está área dará el soporte y mantenimiento de las instalaciones del local, como el mantenimiento de los muebles, equipos y juguetes que se utilizará; así como la seguridad del menor dentro del Centro de Estimulación PinPon.

4.4.7. Equipo de Trabajo.

4.4.7.1. Descripción de Posiciones

CUADRO N° 42:
DESCRIPCION DE POSICIONES

Nombre de las Unidades Orgánicas	N° de Cargos	Denominación del Cargo
Gerencia General	1	Administrador.
Contabilidad (externa)	1	Contador.
Psicóloga	6	Psicólogas.
Vigilancia (externo)	2	Vigilante.
Mantenimiento (externo)	1	Auxiliar de Limpieza.
Asistente de servicio	1	Asistente
Asesoría comercial	2	Asesor comercial
Total	14	

Elaboración Propia.

4.4.7.2. MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES:

Área Operativa:

CUADRO N° 43:

DESCRIPCION DE POSICION DE PSICOLOGA

Cargo: Psicóloga
<p>Perfil:</p> <p>Conocimiento en: Psicología Infantil (título profesional), Aptitudes y habilidades: Trabajo bajo presión, liderazgo, trabajo en equipo, analítico, empático y enfocado al bienestar del niño y padre.</p>
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dar estimulación al niño. - Brindar la atención adecuada al niño de acuerdo con su edad. - Recrear al niño con los juguetes. - Hacer seguimiento en el desarrollo psicomotriz del niño. - Cumplir con el programa de actividades que se brinda en el servicio. - Realizar dinámicas para los niños. - Cuidar al niño. - Velar por su bienestar del niño. - Estudiar el comportamiento del niño. - Enseñar técnicas para que los padres logren un mayor contacto con su hijo.

Elaboración Propia.

CUADRO N° 44:

DESCRIPCION DE POSICION DE ASISTENTE DE SERVICIO

Cargo: Asistente de servicio
<p>Perfil: mujer joven con experiencia en cuidado de niños, empática, paciente y proactiva.</p>
<p>Funciones:</p> <p>Asistir a las psicopedagogas en la asistencia de los niños, entre los cuales tenemos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cambiar bebés y niños. - Llevar a los SSHH a los niños. - Recibir y entregar niños a padres. - Encargada del salón de cunas.

Elaboración Propia.

Área Administrativa:

**CUADRO N° 45:
DESCRIPCION DE POSICION DE GERENTE**

Cargo: Gerente
<p>Perfil:</p> <p>Conocimiento y experiencia en Administración de empresas (título profesional), a partir de 30 años.</p> <p>Aptitudes y habilidades: Trabajo bajo presión, liderazgo, trabajo en equipo, analítico, empático, enfocado al cliente, enfocado en objetivos.</p>
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Administrar eficientemente los recursos humanos, se hará cargo del reclutamiento de personal, capacitación, desarrollo y evaluación continua del personal. - Administrar los recursos financieros. - Proporcionar información al cliente. - Realizará las ventas directas con el cliente (padres de familia) - Cobrará los servicios que se le brinda al cliente. - Mantener los registros de los pagos. - Reportará a los socios mensualmente. - Direccionar a la empresa a la visión que se cumpla en el tiempo estipulado respetando los valores y teniendo en cuenta el entorno. - Ejercer la representación legal de la empresa, poseyendo la facultad de ejecución de los actos y contratos correspondientes al objeto de la empresa. - Administrar los materiales asignados a cada área, así como de los equipos con los que cuenta el centro. - Planear, vigilar y evaluar las funciones, los planes y programas de trabajo.

Elaboración Propia.

CUADRO N° 46:

DESCRIPCION DE POSICION DE ASESOR COMERCIAL

Cargo: Asesor Comercial.
Perfil: Titulado Técnico en la Carrera de administración. Aptitudes y habilidades: Trabajo bajo presión, , empático, enfocado al cliente, comunicación fluida
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> - Brindar información al cliente sobre el servicio a ofrecer. - Llenar ficha de matrícula. - Cobrar el pago de derecho de matrícula. - Actualizar base de datos de clientes. - Realizar informe sobre avance de niños. - Brindar cualquier tipo de información a los padres con respecto al avance de sus niños

Elaboración Propia.

Área de Servicios – Auxiliares

CUADRO N° 47:

DESCRIPCION DE POSICION DE AUXILIAR DE LIMPIEZA

Cargo: Auxiliar de Limpieza
Perfil: Trabajo bajo presión, empático y con experiencia en puestos similares mínimo 6 meses.
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> - Se debe presentar todos los días bien uniformado. - Realizar la limpieza correcta de aulas. - Realizar la limpieza correcta de oficinas. - Realizar la limpieza correcta de baños. - Realizar la limpieza correcta de mobiliario. - Realizar la correcta limpieza de patio. - Realizar la correcta limpieza áreas verdes y luminarias.

Elaboración Propia.

CUADRO N° 48:
DESCRIPCION DE POSICION DE VIGILANTE

Cargo: Vigilante
<p>Perfil: Trabajo bajo presión, empático y con experiencia en puestos similares mínimo 1 año.</p>
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se debe presentar todos los días bien uniformado con su silbato, radio de comunicación operativo, no debe portar armas. - Permanecer alerta en su puesto verificando el ingreso y salida de las personas usando un trato amable. - Orientar con cortesía y buenos modales a todo el público. - Revisar los paquetes o bolsas que saquen los trabajadores, dejando constancia en el cuaderno de informes. - Cuidar todas las pertenencias del centro, así como anotar en la hoja de informes cualquier situación relevante.

Elaboración Propia.

CUADRO N° 49:
DESCRIPCION DE POSICION DE AUXILIAR CONTABLE

Cargo: Auxiliar contable
<p>Perfil: Conocimiento en: Contabilidad y Finanzas, Aptitudes y habilidades: Trabajo bajo presión, liderazgo, trabajo en equipo, analítico, empático y enfocado al cliente. Con experiencia mínima de 2 años.</p>
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se encargará de registrar las operaciones contables correspondientes en el Libro de Caja y Bancos justificando los depósitos bancarios y cheques girados con los ingresos y egresos respectivos. - Preparar declaraciones juradas, así como informes económicos del centro. - Reunirse con la junta directiva semanalmente e informar sobre la situación económica y financiera del centro. - Se encargará de la apertura de los libros de contabilidad, el estudio y análisis de estados financieros. - Elaborar reportes financieros para la respectiva toma de decisiones.

Elaboración Propia.

4.4.8. Proceso de Reclutamiento y Selección.

En el Centro de Estimulación PIN PON se va a buscar personal calificado de acuerdo a las necesidades y se realizará un reclutamiento externo. El costo total será de S/. 90.00 nuevos soles, lo cual se detalla en el siguiente cuadro.

CUADRO N° 50:
GASTOS DE PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN
(Expresado en Nuevos Soles)

Gastos de Proceso de Reclutamiento y Selección	Valor al Año
Aviso en periódico local	215.46
Entrevistas / bocaditos	107.73
TOTAL	323.18

Elaboración Propia

El reclutamiento tendrá una secuencia de dos fases:

- Elaboración del perfil según las necesidades de la empresa.
- Reclutamiento en el mercado, mediante medios de comunicación y bolsa de trabajo.

La etapa de selección de personal está vinculada a los objetivos y estrategias del Centro y se llevará acabo según las siguientes fases:

a.- Evaluación del Perfil:

En el cual se elaborará el perfil académico y profesional del colaborador idóneo para cada puesto de trabajo.

El perfil académico se basa en:

- El desarrollo intelectual: Contiene las formas de razonamiento, pensamiento crítico, estímulo de la creatividad, habilidades para la resolución de problemas.
- Capacidades académicas: Habilidades para la comunicación, conocimiento del rubro en el que se desempeña, conocimiento de informática y dominio de otros idiomas.
- Desarrollo de actitudes y valores: Comprometidos con el trabajo en equipo, ética profesional, académica y social, liderazgo, cooperación.
-

b.- Análisis Funcional:

Se identifican las competencias laborales, es decir técnicas y de gestión, según el propósito de cada puesto de trabajo, detallando el contenido de cada cargo y los métodos de trabajo.

c.- Elección de la Técnica de Selección:

Permitirán conocer y escoger a los candidatos más adecuados que requiere el Centro. Se utilizarán técnicas como:

- ✓ Entrevistas de Selección: Permite conocer mejor al candidato por la interacción y comunicación que se desarrolla durante la misma.
- ✓ Pruebas Psicométricas: Evalúa las diferentes aptitudes del candidato y se realiza una prueba de nivel mental.
- ✓ Pruebas Psicológicas: Muestran aspectos de la personalidad como el equilibrio emocional, intereses, motivaciones, etc.

4.4.9. Plan de Desarrollo del Personal y Monitoreo.

El personal será constantemente capacitado, esto tendrá mucha mayor importancia para las encargadas del área de ventas, las cuales serán entrenadas directamente por la psicóloga, quien será que les de los tips y modelos a seguir para cada etapa del niño. La evaluación del administrador será de 360° todos los colaboradores participaran en ella, mientras que el cargo de ventas solo será por su superior inmediatos en este caso la psicóloga quien evaluará constantemente el desempeño que estas personas tienen, mientras que la cajera será evaluada tanto por el administrador como por las vendedoras.

Al personal cuando ingrese se le dará una introducción sobre el tema que es la organización, dándole capacitación.

Costo: El desarrollo y monitoreo será costo cero porque contando con psicólogas dentro de la planilla se aprovechará sus conocimientos para que ellas mismas desarrollen y monitoreen al personal administrativo (asesor comercial y cajera) y de servicios auxiliares (vigilante y auxiliar de mantenimiento).

4.4.10. Política y Fijación de Remuneraciones.

- ✓ La empresa tendrá una política salarial conforme a ley, otorgará todos los beneficios y obligaciones que establece la legislación laboral vigente.
- ✓ Los contratos serán de 6 meses para los colaboradores de la empresa, se les remunerará de acuerdo con el cargo que desempeñen.
- ✓ La empresa otorgará los beneficios sociales respectivos que corresponde de acuerdo con la ley vigente.
- ✓ Todos los trabajadores estarán en planilla y recibirán sus boletas de pago correspondientes.
- ✓ Los trabajadores recibirán un bono del 9% adicional según lo establece la ley N°27986.

CUADRO N° 51:

PLANILLA

(Expresado en nuevos soles)

Concepto	N° de Trabajadores	Sueldo Mensual	ESSALUD	SUELDO ANUAL POR TRABAJADOR	CTS	GRATIFICACIONES	Sueldo Anual inc. Beneficios	TOTAL
<i>MANO DE OBRA DIRECTA</i>								
Psicóloga - Estimulación Temprana	2	2,000.00	180.00	26,160.00	1,000.00	2,180.00	29,340.00	58,680
Psicóloga - Desarrollo infantil I	2	2,000.00	180.00	26,160.00	1,000.00	2,180.00	29,340.00	58,680
Psicóloga - Desarrollo infantil II	2	2,000.00	180.00	26,160.00	1,000.00	2,180.00	29,340.00	58,680
Asistente	1	1,000.00	90.00	13,080.00	500.00	1,090	14,670.00	14,670
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA								190,710
<i>ADMINISTRACIÓN</i>								
Administrador	1	2,200.00	198.00	28,776.00	1,100.00	2,398.00	32,274.00	32,274
<i>SERVICIOS POR TERCEROS</i>								
Asesoría Contable	1	200.00		2,400.00			2,400.00	2,400
Vigilancia	2	1,500.00		18,000.00			18,000.00	36,000
Mantenimiento	1	1,500.00		18,000.00			18,000.00	18,000
TOTAL SUELDO ADMINISTRATIVOS								88,674
<i>VENTAS</i>								
Asesoría Comercial	2	1,000.00	90.00	13,080.00	500.00	1,000.00	14,670.00	29,340
TOTAL SUELDO VENTAS								29,340
TOTAL DE PLANILLA								308,724

Elaboración Propia.

EL gasto total anual en planillas será de: s/. 308,724.00 nuevos soles.

La planilla está conformada por todos los derechos que se da a los colaboradores del Centro de Estimulación PinPon de acuerdo con la Ley Vigente de nuestro País,

contando con 6 Psicólogas como la Mano de Obra Directa, Administrador y una asesora comercial, que se aportará su sueldo y los beneficios sociales de EsSalud y CTS.

Además, se contará con un Asesor Contable externo, Vigilancia y Mantenimiento que se contratará asumiendo el sueldo mensual sin contar con los beneficios sociales

4.5. Estudio de Costos:

4.5.1. Inversiones

PinPon requerirá de inversión S/. 193,031.00 nuevos soles. Según el cuadro siguiente:

CUADRO N° 52:
RESUMEN DE INVERSIÓN
(Expresado en Nuevos Soles)

Descripción	Monto sin IGV	Monto con IGV
Activo Fijo	44,327	52,306
Activo Intangible	21,880	25,819
Capital de Trabajo Inicial	126,824	132,487
TOTAL	193,031	210,612

Elaboración Propia

4.5.1.1. Inversiones en Activo Fijo:

En el siguiente cuadro se puede apreciar la inversión necesaria de activos fijos para PinPon, la cual asciende a S/. 44,327.11 soles, considerándose los siguientes rubros: Inmuebles, maquinaria y equipo, equipo de procesamiento de datos y mobiliarios, siendo este último la mayor inversión necesaria en activos fijos.

CUADRO N°53:
INVERSIÓN EN ACTIVO FIJO
(Expresado en Nuevos Soles)

CONCEPTO	Inversión		
	Cantidad	Precio	Total
ACTIVO FIJO			44,327.11
Maquinaria y Equipo			2,889.83
<i>Aspiradora</i>	1.00	211.86	211.86
<i>Extintor</i>	2.00	135.59	271.19
<i>Dispensador de agua eléctrico</i>	2.00	694.92	1,389.83
<i>Ventilador</i>	8.00	127.12	1,016.95
Equipos de Procesamiento de Datos			20,835.58
<i>TELEVISOR</i>	6.00	1,016.95	6,101.69
<i>Equipo de computo</i>	4.00	2,033.90	8,135.59
<i>Impresora</i>	1.00	635.59	635.59
<i>Kit de cámaras de seguridad</i>	1.00	1,525.42	1,525.42
<i>Proyector</i>	1.00	2,966.10	2,966.10
<i>Equipo de música</i>	6.00	211.86	1,271.19
<i>POS</i>	1.00	200.00	200.00
Mobiliario			20,601.70
<i>Módulo de atención</i>	2.00	847.46	1,694.92
<i>Sillas unidas</i>	18.00	177.97	3,203.39
<i>Mesita de centro</i>	1.00	101.69	101.69
<i>Mesas pequeñas</i>	12.00	101.69	1,220.34
<i>Sillas pequeñas</i>	70.00	21.19	1,483.05
<i>Sillas giratorias</i>	4.00	152.54	610.17
<i>Estantes grandes</i>	4.00	254.24	1,016.95
<i>Espejos</i>	4.00	101.69	406.78
<i>Escritorio</i>	4.00	338.98	1,355.93
<i>Pizarra acrílica</i>	6.00	101.69	610.17
<i>Cama elástica</i>	1.00	1,101.69	1,101.69
<i>Columpios</i>	2.00	677.97	1,355.93
<i>Tobogán grande</i>	1.00	677.97	677.97
<i>Casa de juguete armable</i>	2.00	1,101.69	2,203.39
<i>Mesa con silla</i>	6.00	211.86	1,271.19
<i>Cunas</i>	3.00	762.71	2,288.14

Elaboración Propia

4.5.1.2. Inversión en Activo Intangible.

En el siguiente cuadro se puede apreciar la inversión necesaria en activos intangible. Para PinPon, la cual asciende a S/. 21,880.26 nuevos soles, considerándose los siguientes rubros: Gastos Pre Operativos y Derechos y otros; siendo este último la mayor inversión necesaria para activos fijos.

CUADRO N° 54:
INVERSIÓN EN ACTIVO INTANGIBLE
(Expresado en Nuevos Soles)

CONCEPTO	Inversión		
	Cantidad	Precio	Total
INTANGIBLES			21 880.26
Gastos Pre Operativos			2 976.26
<i>Librería y papelería</i>	7	9.32	65.25
<i>Archivadores</i>	20	305.08	305.08
<i>Contrato de alquiler</i>	1	63.56	63.56
<i>Plataforma virtual</i>	1	2 542.37	2542.37
DERECHOS Y OTROS			18 904.00
Remodelación del Local		13 474.58	13 475.00
Reclutamiento de Personal		323.18	323.00
Anuncios Publicitarios		264.81	265.00
Constitución y Organización de Empresa		2 594.72	2 595.00
Estudios Definitivos		1 694.92	1 695.00
Imprevistos	3%	550.57	551.00

Elaboración Propia

4.5.1.3. Inversión en Capital de Trabajo.

El capital de trabajo se ha hallado en función a los meses que se pretende asegurar el funcionamiento normal del negocio para cada año, por lo que se ha creído conveniente un periodo de 3 meses; dando como resultado el cuadro que se muestra a continuación.

CUADRO N° 55:
INVERSIÓN Y REINVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO
(Expresado en nuevos soles)

Concepto	2019	2019	2020	2021	2022	2023
Costos de Producción		262,495	268,134	276,992	286,086	297,471
Gastos Administrativos		168,262	177,249	179,398	181,597	183,846
Gastos de Ventas		76,538	67,788	68,478	69,184	69,907
Total de Costos y Gastos		507,295	513,171	524,868	536,867	551,223
	507,295	5,876	11,698	11,999	14,356	
<i>Factor de Desfase</i>	3/12					
TOTAL SIN IGV	126,824	1,469	2,924	3,000	3,589	0
Costos de Producción		274,432	280,842	290,487	300,392	312,588
Gastos Administrativos		170,979	181,097	183,246	185,444	187,693
Gastos de Ventas		84,539	74,587	75,277	75,983	76,706
Total de Costos y Gastos		529,950	536,526	549,010	561,820	576,986
Variaciones del Capital de Trabajo	529,950	6,576	12,485	12,810	15,167	
<i>Factor de Desfase</i>	3/12					
TOTAL CON IGV	132,487	1,644	3,121	3,202	3,792	0

Elaboración Propia

4.5.2. Costos y Gastos Proyectados.

CUADRO N° 56:
COSTO DEL SERVICIO
(Expresado en nuevos soles)

Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
COSTOS DIRECTOS					
Materiales Directos	63,006	67,080	71,233	75,512	79,791
Mano de Obra Directa	190,188	195,096	199,584	204,174	208,870
COSTOS INDIRECTOS					
Materiales Indirectos	3,309	3,523	3,741	3,966	4,191
Otros gastos (depreciación)	5,993	2,434	2,434	2,434	4,619
TOTAL SIN IGV	262,495	268,134	276,992	286,086	297,471
TOTAL CON IGV	274,432	280,842	290,487	300,392	312,588

Elaboración Propia

4.5.2.1. Materia Prima Directa:

Las compras para poder realizar el servicio se harán semanalmente, es por eso por lo que cada lote contiene 80 servicios; los cuales son los servicios que se ha proyectado en ofrecer de manera mensual para cada tipo de servicio, a continuación, se muestran los materiales directos y el costo de estos para cada servicio.

CUADRO N° 57:
MATERIALES DIRECTOS POR SERVICIO I
(Expresado en nuevos soles)

Producto	Materiales	Cantidad	Costo	Costo x paquete
Estimulación Temprana	Burbujas	80	1.20	39.50
	Silbatos	80	0.25	
	Láminas grandes	20	5.80	
	Cuadernillos con imágenes	20	6.00	
	Pelotas de tela	20	3.50	
	Sonajeros	80	3.00	
	Cubos grandes	10	18.00	
	Teléfono juguete	5	20.00	
	Plumones gruesos	40	2.80	
	Carros juguete	10	20.00	
	Velas de colores	80	0.80	
	Juguetes varios	35	1.50	
	Cartulina de colores	65	0.80	
	Juguetes de agua	12	6.00	
	Juguetes apilables	10	30.00	
	Instrumentos musicales	10	35.00	
	Bloques geométricos	10	20.00	
	Muñecos	10	16.00	
	Juguetes de arrastre	480	0.20	
	Set de baño	480	0.47	
	Gimnasio Infantil	480	0.38	
bidón de agua	24	20.00		
Cuentos grandes	20	12.00		
TOTAL			3,728.50	

Elaboración Propia.

CUADRO N° 58:
MATERIALES DIRECTOS POR SERVICIO II
(Expresado en nuevos soles)

Producto	Materiales	Cantidad	Costo	Costo x paquete
Desarrollo Infantil I	Muñecos de goma	20	8.00	41.71
	Muñecos de tela	20	5.00	
	Títeres	20	5.00	
	Palas y cubos	10	20.00	
	Animales de plástico	30	13.00	
	Carritos	10	18.00	
	Teléfono	10	20.00	
	Cocinas	10	45.00	
	Cuentos grandes	25	13.00	
	Témperas	20	6.50	
	Cartulina blanca	150	0.30	
	Cartulina de colores	150	0.70	
	Pinceles	12	6.50	
	Crayolas gruesas	40	6.50	
	Muñecos musicales	10	18.00	
	Construcciones de apilar	10	19.00	
	Juegos de agua	8	6.00	
	Pelotas de colores	16	4.50	
	Instrumentos musicales	480	0.35	
	Juegos inflables	480	0.16	
bidon de agua	24	20.00		
TOTAL			3,937.80	

Elaboración Propia.

CUADRO N° 59:
MATERIALES DIRECTOS POR SERVICIO III
(Expresado en nuevos soles)

Producto	Materiales	Cantidad	Costo	Costo x paquete
Desarrollo Infantil II	Tambores	10	15.00	44.64
	Rompecabezas	25	7.00	
	Pelotas de goma	12	9.00	
	Muñecos de trapo	21	6.00	
	Animales de trapo	21	6.00	
	Crayolas delgadas	13	5.50	
	Set de plumones	20	14.00	
	Block de dibujos	80	6.00	
	Instrumentos musicales	15	35.00	
	Témperas	20	6.50	
	Construcciones p/m	11	20.00	
	Trenes	7	25.00	
	Micrófono	7	35.00	
	Juegos inflables	480	0.16	
	Carros/motos/triciclos	480	0.95	
	bidón de agua	24	20.00	
	Tijeras	20	3.50	
	Plastilina neon (cajas)	40	8.00	
	TOTAL			

Elaboración Propia.

A continuación, se muestra el programa de producción para cada servicio a lo largo del horizonte de evaluación del proyecto.

CUADRO N° 60:
PROGRAMA DE PRODUCCIÓN
(Expresado en servicios)

SERVICIOS	%	2019	2020	2021	2022	2023
Estimulación Temprana	33%	502	533	566	600	634
Desarrollo Infantil I	33%	502	533	566	600	634
Desarrollo Infantil II	33%	502	533	566	600	634
Total	100%	1,505	1,600	1,699	1,799	1,901

Elaboración Propia.

Además, se realizó el presupuesto total de materiales directos para el horizonte de evaluación, considerando el costo por servicio por año y el número de atenciones, dando como resultado el siguiente cuadro.

CUADRO N°61:
PRESUPUESTO TOTAL DE MATERIALES DIRECTOS SEGÚN
SERVICIO
(Expresado en nuevos soles)

SERVICIOS	2019	2020	2021	2022	2023
Estimulación Temprana	19 773	21 091	22 355	23 698	25 041
Desarrollo Infantil I	20 883	22 275	23 610	25 028	26 447
Desarrollo Infantil II	23 349	23 839	25 268	26 786	28 304
TOTAL MATERIALES	63 006	67 206	71 233	75 512	79 791

Elaboración Propia.

4.5.2.2. Mano de Obra Directa.

Al ser la MOD el personal directo que intervienen en el servicio; para PinPon serán las psicólogas (6), una para cada tipo de servicio, ya que son ellas las que realizarán de manera directa el servicio a ofrecer, el siguiente cuadro muestra el sueldo mensual y las obligaciones laborales exigidas.

CUADRO N° 62
PLANILLA DE LA MANO DE OBRA DIRECTA
(Expresado en nuevos soles)

Concepto	N° de Trabajadores	Sueldo Mensual	ESSALUD	SUELDO ANUAL POR TRABAJADOR	CTS	GRATIFICACIONES	Sueldo Anual inc. Beneficios	TOTAL
<i>MANO DE OBRA DIRECTA</i>								
Pisóloga estimulación temprana	2	2,000.00	180.00	26,160.00	1,000.00	2,180.00	29,340.00	58,680
Psicóloga Desarrollo infantil I	2	2,000.00	180.00	26,160.00	1,000.00	2,180.00	29,340.00	58,680
Psicóloga Desarrollo infantil II	2	2,000.00	180.00	26,160.00	1,000.00	2,180.00	29,340.00	58,680
Asistente	1	1,000.00	90.00	13,080.00	500.00	1,090.00	14,670.00	14,670
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA								190,710

Elaboración Propia.

En el siguiente cuadro se muestra la proyección de los gastos de mano de obra directa que tendrá PinPon, cabe recalcar que PinPon prevé incrementar un 2.3% de sueldo cada año, cando como resultado lo siguiente.

CUADRO N° 63
GASTOS PROYECTADOS EN MANO DE OBRA DIRECTA
(Expresado en nuevos soles)

Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
Mano de Obra Directa	190,710	195,096	199,584	204,174	208,870

Elaboración Propia.

4.5.2.3. Costos y Gastos Indirectos de Fabricación

Los costos y gastos indirectos de fabricación han sido estimados en función de:

- Potencia de los equipos que se comprarán, multiplicado por el costo de electricidad tarifa actual.
- Pago mensual del servicio de internet, con tarifa actual multiplicado por 12.
- Estimación del uso del agua multiplicado por el costo actual del mismo.

CUADRO N° 64
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN
(Expresado en nuevos soles)

DESCRIPCION	%	2019	2020	2021	2022	2023
Electricidad	49.48%	1,638	1,747	1,851	1,963	2,073.82
Agua	25.77%	853	910	964	1,022	1,080
Internet	24.74%	819	873	926	981	1,037
TOTAL MATERIALES	100%	3,309.21	3,529.82	3,741.35	3,966.10	4,190.84

Elaboración Propia.

4.5.2.4. Otros gastos (Depreciación de Activo fijo del Costo de Servicio:

Se considera un gasto a la depreciación que tiene los activos fijos directos al servicio como, por ejemplo: mesas, sillas, televisores, pizarras, cunas, juegos infantiles y otros que son usadas en el servicio diario.

CUADRO N° 65
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN
(Expresado en nuevos soles)

DESCRIPCION	Inversión			Depreciación/Amortización		
	Cantidad	Precio	Total	Vida útil	Tasa	Valor
ACTIVO FIJO			20,347.46			2,433.90
Maquinaria y Equipo			762.71			152.54
<i>Ventilador</i>	6.00	127.12	762.71	5.0	20.00%	152.54
Equipos de Procesamiento de Datos			7,372.88			864.41
<i>TELEVISOR</i>	6.00	1,016.95	6,101.69	10.0	10.00%	610.17
<i>Equipo de música</i>	6.00	211.86	1,271.19	5.0	20.00%	254.24
Mobiliario			12,211.87			1,416.95
<i>Mesas pequeñas</i>	12.00	101.69	1,220.34	5.0	20.00%	244.07
<i>Sillas pequeñas</i>	70.00	21.19	1,483.05	5.0	20.00%	296.61
<i>Pizarra acrílica</i>	6.00	101.69	610.17	5.0	20.00%	122.03
<i>Cama elástica</i>	1.00	1,101.69	1,101.69	10.0	10.00%	110.17
<i>Columpios</i>	2.00	677.97	1,355.93	10.0	10.00%	135.59
<i>Tobogán grande</i>	1.00	677.97	677.97	10.0	10.00%	67.80
<i>Casa de juguete armable</i>	2.00	1,101.69	2,203.39	5.0	20.00%	440.68
<i>Mesa con silla</i>	6.00	211.86	1,271.19	5.0	20.00%	254.24
<i>Cunas</i>	3.00	762.71	2,288.14	5.0	20.00%	457.63

Elaboración Propia.

4.5.3. Gastos Administrativos:

En el siguiente cuadro se muestran los gastos de administración han sido determinado en función a las necesidades que se tienen para realizar las actividades administrativas globales de la empresa, así como sueldos, mantenimiento y reparación de local, alquiler, útiles de escritorio, útiles de limpieza, servicios de comunicación e imprevistos para así asegurar el correcto funcionamiento de esta, el detalle de estos gastos se ve a continuación.

CUADRO N° 66:
GASTOS ADMINISTRATIVOS
(Expresado en nuevos soles)

Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
Útiles de Escritorio	2,464	2,094	2,094	2,094	2,094
Útiles de Limpieza	4,821	4,097	4,097	4,097	4,097
Sueldos	88,431	90,714	92,800	94,934	97,118
Alquileres*	59,836	60,000	60,000	60,000	60,000
Mantenimiento y Reparación del Local		8,546	8,546	8,546	8,546
Servicios de Comunicación	7,809	6,636	6,636	6,636	6,636
Imprevistos 3%	4,901	5,163	5,225	5,289	5,355
TOTAL SIN IGV	168,262	177,249	179,398	181,597	183,846
TOTAL CON IGV	170,979	181,097	183,246	185,444	187,693

Elaboración Propia.

Como se puede observar el mayor gasto recae en el pago de los sueldos y el alquiler, en el detalle del presupuesto anterior.

4.5.4. Gastos de Ventas.

Para asegurar las ventas de PinPon, se va a realizar actividades anuales (Día del niño) y contratación de otras empresas (volante, afiches publicitarios). Dentro del merchandising encontramos los folders y globos con logo que se tiene previsto obsequiar. Cabe resaltar que el primer año los gastos de venta no concuerdan con el presupuesto de marketing debido a que se tiene en cuenta la temporalidad y horizonte del proyecto, siendo la distancia entre el año 0 y el año 1 de 364 días, así mismo a partir del segundo año se descuenta el IGV.

CUADRO N° 67:
GASTOS DE VENTAS
(Expresado en nuevos soles)

Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
Publicidad Marketing y	44,450	37,773	37,773	37,773	37,773
Publicidad	37,186	31,600	31,600	31,600	31,600
Actividades y Eventos	5,916	5,027	5,027	5,027	5,027
Merchandising	1,348	1,146	1,146	1,146	1,146
Sueldos	32,088	30,015	30,705	31,411	32,134
TOTAL SIN IGV	76,538	67,788	68,478	69,184	69,907
TOTAL CON IGV	84,539	74,587	75,277	75,983	76,706

Elaboración Propia.

4.5.5. Depreciación de Activo Fijo y Amortización del Intangible.

4.5.5.1. Depreciación de Activo Fijo:

En el siguiente cuadro se puede observar la depreciación del activo fijo y su valor de rescate en el último año, para realizar estos flujos se utilizó el método lineal de depreciación y también se tomó como referencia las tasas establecidas por la SUNAT.

CUADRO N° 68:
DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO
(Expresado en nuevos soles)

Descripción	Inversión	2019	2020	2021	2022	2023	2023
TANGIBLES	44,327	23,811	4,023	4,023	4,023	4,023	4,424
Maquinaria y Equipo	2,890	795	592	592	592	592	
Equipos de Procesamiento de Datos	20,836	9,616	2,243	2,243	2,243	2,243	2,246
Mobiliario	20,602	13,400	1,188	1,188	1,188	1,188	2,449
TOTAL	66,207	28,187	8,399	8,399	8,399	8,399	4,424

Elaboración Propia.

4.5.5.2. Amortización de Intangibles:

En el siguiente cuadro se puede observar la amortización de activos intangibles, para calcular estos flujos se utilizó el método lineal de amortización.

CUADRO N° 69:
AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES
(Expresado en nuevos soles)

Descripción	Inversión	2019	2020	2021	2022	2023	2023
INTANGIBLES	21,880	4,376	4,376	4,376	4,376	4,376	0
Gastos Pre Operativos	2,976	595	595	595	595	595	0
Remodelación del Local	13,475	2,695	2,695	2,695	2,695	2,695	
Reclutamiento de Personal	323	65	65	65	65	65	
Anuncios Publicitarios	265	53	53	53	53	53	
Constitución y Organización de Empresa	2,595	519	519	519	519	519	
Estudios Definitivos	1,695	339	339	339	339	339	
Imprevistos	551	110	110	110	110	110	

Elaboración Propia.

4.5.6. Financiamiento.

4.5.6.1. Estructura de Capital

En el siguiente cuadro se muestra la inversión total necesaria para la ejecutar el presente proyecto, cuyo monto asciende a S/. 210,612.00 nuevos soles. Dicho monto será asumido de la siguiente manera: 70% aporte propio y el 30% será financiado a través de una entidad financiera, tal como lo muestra el cuadro. El monto que financiar será repartido equitativamente para capital de trabajo y para la adquisición de activo fijo.

CUADRO N° 70:
ESTRUCTURA DE CAPITAL
(Expresado en nuevos soles)

Descripción	Monto de capital	%
	S/.	
Aporte Propio	147,428	70.00%
Préstamo	63,184	30.00%
Inversión Total	210,612	100.00%

Elaboración Propia.

Según el Consultorio Financiero de Mibanco, entre los aspectos que se toman en cuenta para determinar si una persona es sujeto de crédito destacan:

1. Si es un cliente que cumple con sus compromisos de pago en fecha.
2. Cuál es la actividad económica a que se dedica y la antigüedad que tiene su negocio.
3. Se tomará en cuenta su capacidad de pago, que es la cantidad de deuda que puede manejar de acuerdo con sus ingresos, los gastos del negocio y sus gastos personales (incluyendo las personas que dependan de él).
4. En algunos casos se tendrá en cuenta si dispone de capital adicional, si tiene cuentas de ahorro o alguna propiedad que pueda funcionar como garantía del préstamo.
5. Si el emprendedor nunca ha tenido una deuda y será la primera vez que solicite un préstamo para su negocio, es recomendable tener a la mano las boletas de compra y venta de su mercadería.

"Toda esta documentación servirá para que los Asesores de Negocio puedan evaluar su empresa para un préstamo",

4.5.6.2. Alternativas de Financiamiento Externo.

Las alternativas de financiamiento son:

- Caja Trujillo.
- Mi banco.
- Caja Sullana.

4.5.6.3. Fuente de Financiamiento Elegida

Para evaluar las alternativas se hizo una comparación entre las tasas de interés de cada una de ellas y el plazo para el pago de este; se eligió aquella que tuviera la menor tasa de interés y un tiempo prudencial para el pago del préstamo, quedando elegido Caja Trujillo, tal como lo muestra el siguiente cuadro.

CUADRO N° 71:
CEA DE LAS ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO

ENTIDAD	COSTO EFECTIVO ANUAL (CEA)
Caja Trujillo	19.55%
Mi Banco	15.39%
Caja Sullana	20.80%

Elaboración Propia.

4.5.6.4. Cuadros de Amortización de la deuda

A continuación, se muestra la amortización de deuda, la cual tiene los dos financiamientos: capital de trabajo y para activo fijo; para el primero el tiempo máximo de plazo para el pago total que otorga la entidad elegida es de un año; es por ello la diferencia de valores entre los años 2017 y 2018.

CUADRO N° 72:
PLAN FINANCIERO PARA EL PROYECTO

(Expresado en nuevos soles)

Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
Intereses	7,745	3,559	1,343	-	-
Amortización	35,916	12,526	14,742	-	-
Saldo	27,268	14,742	(0)	-	-
Cuota	-63,184	43,660	16,085	16,085	-

Elaboración Propia.

En el siguiente cuadro se detalla la amortización del préstamo a obtenerse para capital de trabajo.

CUADRO N° 73:
AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO
(Expresado en nuevos soles)

Descripción		2019	2020	2021	2022	2023
Intereses		2,301.86	0.00	0.00	0.00	0.00
Amortización		25,273.46	0.00	0.00	0.00	0.00
Saldo		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Cuota	-25,273.46	27,575.31	0.00	0.00	0.00	0.00

Elaboración Propia.

A continuación, se detalla la amortización del préstamo a obtenerse para activo fijo.

CUADRO N° 74:
AMORTIZACION DEL ACTIVO FIJO
(Expresado en nuevos soles)

Descripción		2019	2020	2021	2022	2023
Intereses		5,442.90	3,559.47	1,342.71	0.00	0.00
Amortización		10,642.19	12,525.62	14,742.38	0.00	0.00
Saldo		27,268.00	14,742.38	0.00	0.00	0.00
Cuota	-37,910.18	16,085.08	16,085.08	16,085.08	0.00	0.00

Elaboración Propia.

4.5.7. Ingresos Projectados

4.5.7.1. Ingresos por Ventas

En el siguiente cuadro se detallan los precios de los servicios que ofrecerá PinPon, para el cálculo de estos se consideraron todos los costos: costos de producción, los demás gastos necesarios, el margen de utilidad esperada y precios referenciales de la competencia.

CUADRO N° 75:
ESTRUCTURA DE PRECIOS

(Expresado en nuevos soles)

Producto	Valor de Venta	IGV	Precio Medio	Costo Total Medio	Margen Contribución
Estimulación Temprana	398.31	71.69	470.00	308.72	89.58
Desarrollo Infantil I	398.31	71.69	470.00	310.94	87.36
Desarrollo Infantil II	398.31	71.69	470.00	313.87	84.44

Elaboración Propia.

En el siguiente cuadro se muestra los ingresos proyectados para PinPon al largo del horizonte de evaluación, multiplicando la cantidad de servicios a ofrecer con el valor de estos.

CUADRO N° 76:
INGRESOS PROYECTADOS POR TIPO DE SERVICIO

(Expresado en nuevos soles)

Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
Estimulación Temprana	199,401	212,297	225,441	238,983	252,525
Desarrollo Infantil I	199,401	212,297	225,441	238,983	252,525
Desarrollo Infantil II	199,401	212,297	225,441	238,983	252,525
	-	-	-	-	-
TOTAL SIN IGV	598,204	636,890	676,322	716,949	757,576
TOTAL CON IGV	705,881	751,530	798,060	846,000	893,940

Elaboración Propia.

4.5.8. Recuperación de Capital de Trabajo.

A continuación, se muestra la recuperación de capital de trabajo, como se puede observar la inversión inicial por este concepto de S/. 132,145 correspondiente a 3 meses de operaciones y los desembolsos que harán en el transcurso del horizonte del proyecto y la recuperación al quinto año que se tendrá al final de este, el cual asciende a S/. 143,821.

CUADRO N° 77:
RECUPERACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO
(Expresado en nuevos soles)

Descripción	2017	2017	2018	2019	2020	2021
Capital de Trabajo Inicial	-132,487					
Capital de Trabajo Incremental		-1,644	-3,121	-3,202	-3,792	
Recuperación del Capital de Trabajo						144,247

Elaboración Propia.

4.5.9. Valor de Desecho Neto.

A continuación, se muestra el valor de desecho, dando una cantidad de S/. 5,220 el cuál es el valor en libros en el año 5 de los activos tangibles adquiridos en el periodo 0.

CUADRO N° 78:
VALOR DE DESECHO
(Expresado en nuevos soles)

Descripción	2019	2019	2020	2021	2022	2023
Valor Residual						5,220

Elaboración Propia.

4.5.10. Evaluación Económica y Financiera.

4.5.10.1. Supuestos Generales.

Para realizar la evaluación económica de PinPon se tomó en cuenta lo siguiente:

- ✓ Los cálculos se realizaron en moneda nacional.
- ✓ La inflación anual esperada a cierre del 2017 y para los próximos 2 años (2018-2019) es de 2%.
- ✓ El crecimiento económico del país para los próximos años será de 3.5%, según el BCR.
- ✓ La tasa de crecimiento poblacional promedio estimado es de 1.30%, según estimaciones del INEI.
- ✓ Las obligaciones tributarias (Impuesto a la renta, IGV) son valores de la normativa vigente a la cual se acogerá PinPon, de igual manera que los beneficios sociales y demás obligaciones para con los trabajadores.
- ✓ Se otorgará a los trabajadores 14 sueldos al año, con incrementos anuales de 2.3%.
- ✓ El proyecto iniciará con una participación del 60%, al ser este un mercado en expansión y con poca oferta, esperando un crecimiento de 3% anual.
- ✓ El factor de desface para capital de trabajo es de 3 meses de operaciones.
- ✓ Se está considerando un 3% para imprevistos a lo largo del horizonte del proyecto.
- ✓ Se otorgará 5% de dividendos a los accionistas.
- ✓ El lote producción estará dado por los servicios atendidos mensualmente, los cuales son de 80 servicios por cada tipo de servicios.

CUADRO N° 79:
SUPUESTOS

Variables Externas	VALOR
Inflación Anual	2.00%
Crecimiento Económico	3.50%
Crecimiento Poblacional	1.30%
Tipo de Cambio Actual	3.38
Devaluación Media Anual Esperada	-0.50%
Spread - Embi+ Perú (pbs)	1.5%
Bonos Tesoro EE.UU. - 10 años	5.2%
Rendimiento S&P500 10 años	11.5%
□	2.70
Participación Laboral Exigida	0.0%
Beta Sectorial	0.90
Impuesto a la Renta	30.00%
IGV	18.00%
Beneficios Sociales	9.00%
CTS	8.33%
Reserva Legal	10.00%

Elaboración Propia.

4.5.11. Flujo de Caja Proyectado.

4.5.11.1. Flujo de Caja Operativo.

Los ingresos, costos, gastos e impuestos que se incurrirá por las actividades propias de PinPon generan el flujo de caja operativo, como se puede observar se logró saldos positivos a lo largo del periodo porque los ingresos por concepto de ventas superan los egresos tal como se muestra a continuación:

CUADRO N° 80:
FLUJO DE CAJA OPERATIVO
(Expresado en nuevos soles)

	2019	2019	2020	2021	2022	2023
TOTAL DE INGRESOS		705,881	751,530	798,060	846,000	893,940
Costos de Producción		274,432	280,842	290,487	300,392	312,588
Gastos Administrativos		170,979	181,097	183,246	185,444	187,693
Gastos de Ventas		-84,539	-74,587	-75,277	-75,983	-76,706
Impuesto General a las Ventas		-77,135	-73,105	-91,285	-97,596	104,098
Impuesto a la Renta		-18,817	-34,596	-42,916	-51,505	-59,386
TOTAL DE EGRESOS		621,871	662,407	689,523	717,423	747,769
FLUJO OPERATIVO	0	84,010	89,123	108,537	128,577	146,171

Elaboración Propia.

4.5.11.2. Flujo de Capital

La inversión que se requiere para poner en marcha a PinPon incluyendo el capital de trabajo necesario para realizar las actividades, así como la recuperación de este y el valor final de los activos nos genera el Flujo de capital, el cual se detalla a continuación:

CUADRO N° 81:
FLUJO DE CAPITAL
(Expresado en nuevos soles)

	2019	2019	2020	2021	2022	2023
Inversión en Activo Fijo		-39,347				
Inversión en Intangibles		-26,418				
Capital de Trabajo Inicial		-132,487				
Capital de Trabajo Incremental			-1,644	-3,121	-3,202	-3,792
Recuperación del Capital de Trabajo						144,247
Valor Residual						3,551
FLUJO DE CAPITAL		-198,252	-1,644	-3,121	-3,202	147,798

Elaboración Propia.

4.5.11.3. Flujo de Caja Económico.

El flujo de caja económico comprende tanto el flujo de capital como el flujo operativo, muestra la ventaja del proyecto en función de la inversión requerida, independientemente de cómo ésta sea financiada, esto se muestra continuación:

CUADRO N° 82:
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO
(Expresado en nuevos soles)

	2019	2019	2020	2021	2022	2023
Flujo de Capital	-198,252	-1,644	-3,121	-3,202	-3,792	147,798
Flujo Operativo	0	84,010	89,123	108,537	128,577	146,171
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-198,252	82,366	86,002	105,335	124,785	293,968

Elaboración Propia.

4.5.11.4. Flujo de Deuda

En el siguiente cuadro se puede observar el flujo de deuda que asumirá PinPon, también se puede observar el efecto positivo que causa el escudo fiscal ya que rebaja el costo financiero efectivo del préstamo a adquirir.

CUADRO N° 83:
FLUJO DE DEUDA
(Expresado en nuevos soles)

Amortización de deuda	2019	2019	2020	2021	2022	2023
Saldo Inicial	63,184	63,184	27,268	14,742	0	0
Amortización		-35,916	-12,526	-14,742	0	0
Interés		-7,745	-3,559	-1,343	0	0
Escudo Fiscal		2,323	1,068	403	0	0
Saldo Final	63,184	27,268	14,742	0	0	0
(a) PRINCIPAL + INTERESES*	63,184	-41,337	-15,017	-15,682		0

Elaboración Propia.

4.5.11.5. Flujo de Caja Financiero

El flujo de caja financiero nos permite conocer la caja libre disponible (después de pagar la amortización del préstamo obtenido) con la que se cuenta, como se muestra esta es positiva, por lo cual se podrá cumplir con el resto de las obligaciones. Los resultados para cada año se muestran a continuación:

CUADRO N° 84
FLUJO DE CAJA FINANCIERO
(Expresado en nuevos soles)

Flujo Financiero	2019	2019	2020	2021	2022	2023
Flujo de Caja Económico	-198,252	82,366	86,002	105,335	124,785	293,968
Desembolso de (a)	63,184	-41,337	-15,017	-15,682	0	0
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-135,068	41,029	70,985	89,653	124,785	293,968

Elaboración Propia.

4.5.12. Tasa de Descuento

4.5.12.1. Costo de Oportunidad de Capital

La determinación del costo de oportunidad de capital implica que el retorno esperado por el inversionista está compuesto por la suma de una tasa libre de riesgo y de una prima adicional por el riesgo, que a su vez esta prima de riesgo se divide en prima por riesgo negocio o económico y una prima de riesgo financiero. Para el caso del proyecto PinPon arroja 15.31%

CUADRO N° 85
COSTO DE OPORTUNIDAD DE CAPITAL

Sector	Beta
Others	0.90
Rendimiento Libre de Riesgo (Rf)	5.21%
Rendimiento de Mercado	11.50%
Riesgo País	1.47%
Riesgo Implícito	2.70
Participación Laboral	0.00%

Elaboración Propia.

Este costo es el que sacrifica por invertir en el proyecto, es decir la rentabilidad esperada de la inversión financiera a la que se renuncia por invertir en el proyecto. El

El costo para el proyecto es de 9.17%, el cual está en función del grado de apalancamiento que tiene la empresa lo cual indica que este monto es lo mínimo como inversionistas que se puede recibir como retorno de la inversión hecha, este dato fue calculado sacando el promedio del costo del proyecto.

4.5.12.2. Costo Promedio Ponderado de Capital

CUADRO N° 86
COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL

Cálculo del CPPC	2019	2019	2020	2021	2022	2023
Deuda	63,183.64	27,268.00	14,742.38	-0.00	0.00	0.00
Capital	147,428.49	147,428.49	147,428.49	147,428.49	147,428.49	147,428.49
Costo Promedio Ponderado de Capital	16.54%	15.57%	15.24%	14.84%	14.84%	14.84%
CPPC Promedio	15.31%					

Elaboración Propia.

El costo promedio de capital toma en cuenta tanto el costo del accionista como el costo de la deuda contraída, por lo que este valor de 15.31%, indica que para poder invertir necesitamos un retorno mayor a este, y así generar rentabilidad.

4.5.13. Estados Projectados:

4.5.13.1. Balance General:

En la tabla se muestra el balance anual proyectado correspondiente a las partidas de activo, pasivo y patrimonio obtenido a lo largo del horizonte de evaluación del proyecto. En los activos corrientes podemos observar que representan el 100% la partida de caja y bancos ya que las ventas son 100% al contado. En los activos no corriente se consideran los activos fijos e intangibles, para los intangibles incluyeron la depreciación y la amortización acumulada.

En los pasivos corrientes se consideran los tributos y en los pasivos no corrientes se incluyen el pago de la deuda a largo plazo. en el patrimonio se consideró el capital social que se mantiene constante a lo largo del horizonte del proyecto ya que no se consideran aportes ni aumentos de este también se puede apreciar el aumento de las utilidades obtenidas a lo largo del horizonte de evaluación.

El balance general nos muestra que el estado de la empresa irá mejorando año con año, debido principalmente al aumento de los ingresos y disminución de la deuda. Los detalles del balance se muestran a continuación:

CUADRO N° 87:
BALANCE GENERAL PROYECTADO
(Expresado en nuevos soles)

	2019	2019	2020	2021	2022	2023
Activo	198,695	211,531	273,885	354,090	469,117	600,950
<i>Caja y Bancos</i>	132,487	173,511	244,264	332,868	456,294	596,526
<i>Clientes</i>		0	0	0	0	
Total Activo Corriente	136,070	132,487	173,511	244,264	332,868	456,294
<i>Activo Fijo</i>	44,327	20,516	16,493	12,470	8,447	4,424
<i>Intangibles</i>	21,880	17,504	13,128	8,752	4,376	0
Total Activo No Corriente	66,004	66,207	38,020	29,621	21,222	12,823
Pasivo y Patrimonio	198,695	211,531	273,885	354,090	469,117	600,950
<u>Pasivo</u>	51,266	27,268	14,742	0	0	796
<i>Proveedores</i>		0	0	0	0	
<i>Tributos</i>	-11,917	0	0	0	0	-796
Total Pasivo Corriente	13,157	11,917	0	0	0	0
<i>Deuda a Largo Plazo</i>	63,184	27,268	14,742	0	0	0
Total Pasivo No Corriente	64,186	63,184	27,268	14,742	0	0
<u>Patrimonio</u>	147,428	184,263	259,143	354,090	469,117	601,746
<i>Capital social</i>	147,428	147,428	147,428	147,428	147,428	147,428
<i>Reserva Legal</i>	0	5,498	16,674	30,845	48,013	67,809
<i>Utilidades acumuladas</i>	0	31,337	95,040	175,816	273,675	386,509

Elaboración Propia.

4.5.14. Estado de Ganancias y Pérdidas

En el estado se puede observar el aumento de la utilidad año por año, lo cual vienen impulsado por el aumento de las ventas que se registra de manera creciente. Este estado financiero tiene por finalidad determinar la evolución de las ventas y utilidad y también indica si existe rentabilidad.

CUADRO N° 88:
ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS PROYECTADO
(Expresado en nuevos soles)

	2019	2020	2021	2022	2023
Ventas Netas	598,204	636,890	676,322	716,949	757,576
Costo de Servicios	-262,495	-268,134	-276,992	-286,086	-297,471
Utilidad Bruta	335,709	368,756	399,330	430,863	460,106
Gastos Administrativos	-168,262	-177,249	-179,398	-181,597	-183,846
Gastos de Ventas	-76,538	-67,788	-68,478	-69,184	-69,907
Utilidad Operativa	90,909	123,719	151,454	180,082	206,353
Depreciación del Activo Fijo.	-23,811	-4,023	-4,023	-4,023	-4,023
Amortización Intangibles	-4,376	-4,376	-4,376	-4,376	-4,376
Utilidad antes de Impuestos e Intereses	62,722	115,320	143,054	171,683	197,954
Gastos Financieros	-7,745	-3,559	-1,343	0.0	0.0
Utilidad Antes de Impuestos	54,977	111,761	141,712	171,683	197,954
Impuesto a la Renta	-16,493	-33,528	-42,514	-51,505	-59,386
Reserva Legal	-5,498	-11,176	-14,171	-17,168	-19,795
Participación de los Trabajadores	-1,649	-3,353	-4,251	-5,150	-5,939
Utilidad Neta	31,337	63,704	80,776	97,859	112,834

Elaboración Propia.

4.5.15. Rentabilidad.

4.5.15.1. VANE, VANF, TIRE y TIRF.

En el siguiente cuadro se muestra el VAN y TIR económicos tanto reales como nominales, para el cálculo de estos se tomó el COK como tasa de descuento de 9.17%.

El TIRE real es de 44.21%, la cual es la rentabilidad promedio del proyecto a lo largo del horizonte de evaluación, se puede apreciar que este valor es mayor al costo de oportunidad del proyecto, por lo cual se puede concluir que es un proyecto atractivo ya que generara beneficios.

El VANE real es de S/. 200,489 nuevos soles, lo cual indica la rentabilidad del proyecto en términos monetarios al término del horizonte de evaluación.

CUADRO N° 89:
VAN Y TIR

Tasas	Indicador	Nominal	Real
Cok	VANE	221,356	200,489
	VANF	227,155	205,742
	TIRE	47.09%	44.21%
	TIRF	54.82%	51.79%

Elaboración Propia.

4.5.15.2. Periodo de Recuperación de Capital.

El periodo de recuperación de capital es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para recuperar la inversión inicial.

CUADRO N° 90:
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

	2019	2019	2020	2021	2022	2023
Flujo de Caja Económico	-198,252	82,366	86,002	105,335	124,785	293,968
Flujo de Caja Económico Actualiz.		71,845	65,385	69,828	72,128	148,158
Saldo	-198,252	-126,407	-61,022	8,806	80,934	229,092
Cálculo de Valor				2.00	4.00	
Cálculo de Años				2	4	
Cálculo de Meses			11			-7
PRC =	2 años, -7 meses.					

Elaboración Propia.

4.5.15.3. Análisis Costo – Beneficio.

El siguiente cuadro muestra que PinPon generará un índice de 2.16, lo cual indica que por cada sol invertido se tendrá una ganancia de 1.16 nuevos soles.

CUADRO N° 91:
RELACIÓN COSTO/BENEFICIO

(Expresado en nuevos soles)

	Salidas	Entradas	(B/C)
Flujo de Caja Económico	-198,252	427,344	2.16

Elaboración Propia.

4.5.15.4. Punto de Equilibrio.

En el siguiente cuadro se muestra el punto de equilibrio para PinPon, en unidades y en ventas; el cual indica la igualdad entre ingresos y costos; es decir el punto en el que se deja de tener pérdidas y no se ha empezado a tener ganancias expresando en valores monetarios y unidades.

CUADRO N° 92
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES Y VENTAS
(Expresado en nuevos soles)

Periodo	2019	2019	2020	2021	2022	Promedio
Costos Fijos	280,732	256,996	257,618	259,180	262,152	263,335
Costos Variables	262,495	268,134	276,992	286,086	297,471	278,236
Producción	1,502	1,599	1,698	1,800	1,902	1,695
Costo Variable Medio	175	168	163	159	156	164
Costos Totales	543,227	525,129	534,610	545,266	559,622	541,571
Ingresos Totales	581,711	603,362	633,809	665,444	698,190	636,503
Precio Medio	387	377	373	370	367	375
PE Unidades	1,321	1,226	1,226	1,230	1,244	1,250
PE Ventas	511,588	462,555	457,605	454,644	456,762	468,489

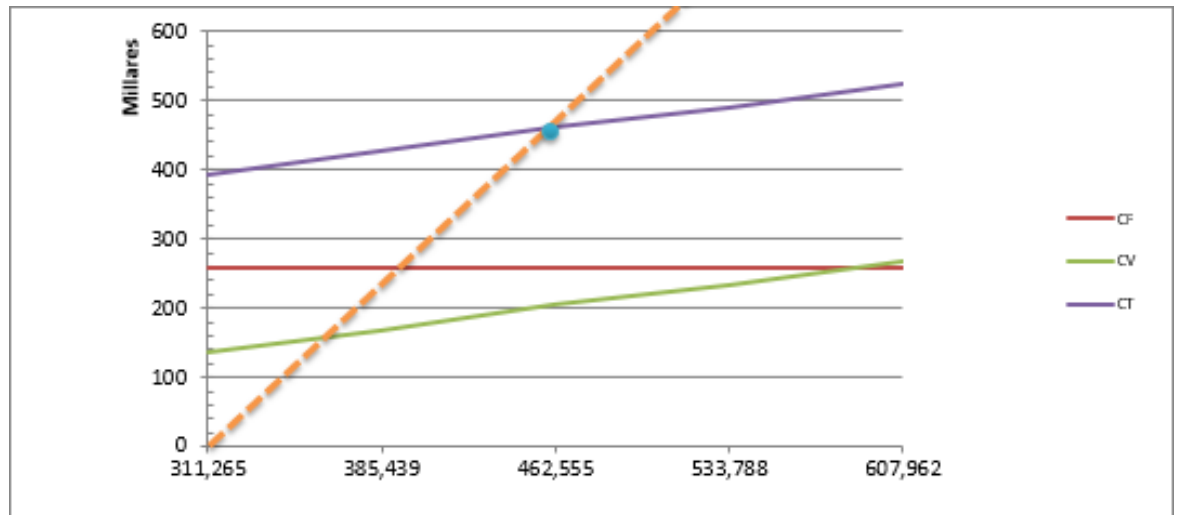
Elaboración Propia.

PinPon para poder cumplir con todas sus obligaciones en el 2019 necesitara vender como mínimo 1226 servicios en promedio generando ingresos de S/. 462 555 en promedio, y llegar a su punto de equilibrio.

CUADRO N° 93
COMPROBACIÓN DE PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES Y VENTAS
(Expresado en nuevos soles)

Q	830	1,028	1,226	1,424	1,621
CF	256,996	256,996	256,996	256,996	256,996
CV	136,304	168,786	205,560	233,748	266,230
CT	393,300	425,781	462,555	490,744	523,225
IT	311,265	385,439	462,555	533,788	607,962

GRÁFICO N° 20
PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2019



Elaboración Propia.

4.5.16. Análisis de Sensibilidad.

4.5.16.1. Variables de Entrada

Las variables críticas que se han tomado en cuenta para realizar el presente análisis fueron las siguientes:

- Reducción del precio de venta.
- Elevación de los costos de producción.
- Penetración de mercado.

4.5.16.2. Análisis Unidimensional de las Variables Críticas

- Si la empresa se viera forzada a reducir el precio de los productos, debido a una baja aceptación del precio, el efecto sobre el VaneReal sería:

CUADRO N° 94
ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL 1° ESCENARIO

	10.00%	11.00%	12.00%	13.00%	14.00%	15.00%
201,730	59,433	43,895	28,357	12,820	-2,718	-18,256

Elaboración Propia.

Como se muestra PinPon podría soportar una disminución del precio de sus servicios hasta un 13% y aun así obtener VaneReal positivo, pero si esta disminución es mucho mayor el proyecto resultaría no viable; para lo cual se tomaría nuevas decisiones como, por ejemplo: Renegociar sueldo de empleados, buscar nuevos proveedores para reducir costos.

- Si la empresa se enfrenta a una elevación de los costos de producción, por mala negociación con los proveedores, el efecto sobre el VaneReal sería:

CUADRO N° 95
ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL 2° ESCENARIO

	29.00%	30.00%	31.00%	32.00%	33.00%	34.00%
201,730	17,308	10,497	3,687	-3,123	-9,934	-16,744

Elaboración Propia.

Como se muestra PinPon podría soportar un aumento de los costos de producción de sus servicios hasta un 31% y aun así obtener VaneReal positivo, pero si este aumento es mayor al 31% el proyecto resultaría no viable; para lo cual se tomaría nuevas decisiones como, por ejemplo: Aumentar el precio de los servicios.

- Si la empresa no lograra la penetración de mercado planificada, el efecto sobre el VaneReal sería:

CUADRO N° 96
ANÁLISIS UNIDIMENSIONAL 3° ESCENARIO

	53.00%	52.00%	51.00%	50.00%	49.00%	48.00%
201,730	66,028	45,440	23,077	2,772	-18,320	-40,180

Elaboración Propia.

Como se muestra PinPon podría soportar una disminución de la penetración de mercado esperada y aun así obtener VaneReal positivo, pero si esta disminución llega a ser menor a 50% el proyecto resultaría no viable; para lo cual se tomaría nuevas decisiones como, por ejemplo: incursionar en otro segmento.

4.5.16.3. Reporte del Análisis Bidimensional del TIRE

- Escenarios para el VanReal, por diferentes valores de inflación y reducción de precios de los productos:

CUADRO N° 97
ANÁLISIS MULTIDIMENSIONAL 1° ESCENARIO

201,730	0.17%	1.17%	2.17%	3.17%	4.17%	4.35%	4.55%	4.75%	5.00%
3.00%	174,660	166,107	158,050	150,456	143,293	142,048	140,679	139,326	137,656
2.00%	190,122	180,815	172,047	163,783	155,988	154,632	153,143	151,670	149,853
1.00%	205,583	195,522	186,044	177,109	168,683	167,217	165,607	164,015	162,050
0.00%	221,045	210,229	200,040	190,436	181,377	179,802	178,071	176,359	174,248
-1.00%	236,506	224,937	214,037	203,762	194,072	192,387	190,534	188,704	186,445
-2.00%	251,968	239,644	228,033	217,089	206,766	204,971	202,998	201,048	198,642

Elaboración Propia.

Ante el aumento de la inflación PinPon podría contrarrestar este efecto con el aumento de los precios y así seguir generando resultados positivos.

- Escenarios para el TirReal, por diferentes valores del impuesto a la renta y penetración de mercado:

CUADRO N° 98
ANÁLISIS MULTIDIMENSIONAL 2° ESCENARIO

37.65%	25.00%	27.00%	28.00%	29.00%	30.00%	31.00%	32.00%	33.00%	35.00%
76.00%	58.21%	57.42%	57.03%	56.63%	56.22%	55.81%	55.40%	54.99%	54.14%
78.00%	59.98%	59.19%	58.79%	58.38%	57.97%	57.55%	57.13%	56.71%	55.84%
79.00%	60.82%	60.01%	59.61%	59.20%	58.78%	58.36%	57.94%	57.51%	56.64%
80.00%	61.67%	60.87%	60.46%	60.04%	59.63%	59.20%	58.78%	58.35%	57.47%
88.00%	67.70%	66.85%	66.42%	65.98%	65.54%	65.10%	64.65%	64.19%	63.27%
91.00%	69.38%	68.52%	68.08%	67.63%	67.19%	66.74%	66.28%	65.82%	64.88%

Elaboración Propia.

Ante el aumento del Impuesto a la renta PinPon podría recurrir a aumentar la participación de mercados y generar así un TirReal aun mayor al encontrado.

- Escenarios para el TirReal, por cambio en la política de ventas y compras:

CUADRO N° 99
ANÁLISIS MULTIDIMENSIONAL 3° ESCENARIO

37.65%	92.00%	93.00%	94.00%	95.00%	96.00%	97.00%	98.00%	99.00%	100.00%
95.00%	36.31%	36.53%	36.75%	36.97%	37.18%	37.40%	37.61%	37.83%	38.04%
96.00%	36.23%	36.45%	36.67%	36.89%	37.10%	37.32%	37.54%	37.75%	37.96%
97.00%	36.14%	36.37%	36.59%	36.81%	37.02%	37.24%	37.46%	37.67%	37.88%
98.00%	36.06%	36.28%	36.51%	36.72%	36.94%	37.16%	37.38%	37.59%	37.80%
99.00%	35.98%	36.20%	36.42%	36.64%	36.86%	37.08%	37.30%	37.51%	37.72%
100.00%	35.89%	36.12%	36.34%	36.56%	36.78%	37.00%	37.22%	37.43%	37.65%

Elaboración Propia.

PinPon podría tener políticas de crédito con clientes, para lo cual tendrá que negociar el crédito con sus proveedores.

Conclusiones del Análisis:

Mediante el análisis realizando se puede concluir que PinPon está preparado para resistir cambios bruscos en las variables externas antes mencionadas y generar aun así resultados positivos, dando cambios a las variables internas.

4.5.17. Factores Críticos de Riesgo y Éxito

4.5.17.1. Descripción.

- Factores críticos de éxito:

Fortalezas:

- El centro contará con personal altamente calificado en el cuidado y desarrollo del niño, serán psicólogas tituladas y con experiencia laboral en niños mínimo 1 año. Para las demás áreas de la empresa será requisito indispensable que el personal tenga experiencia mínimo 1 año para el puesto a desempeñar dentro del Centro PinPon.
- Los productos que se utilizará como juguetes, equipo, herramientas, etc. serán de calidad y de marca reconocida para asegurar el bienestar y la comodidad del niño. Los proveedores (juguetes) son empresas prestigiosas a nivel nacional reconocidas por su posicionamiento y la calidad de sus servicios y productos.
- La fortaleza más importante es brindar un servicio innovador en el mercado trujillano ya que aplicaremos una metodología moderna en el Centro de Estimulación PinPon que aún no se realiza en la ciudad.

- Factores críticos de riesgo:

Amenazas:

- La competencia es una amenaza importante ya que el mercado elegido todavía no está saturado, la aparición de nuevos competidores es una amenaza clave para PinPon.
- Inestabilidad económica del país, afecta al centro de estimulación PinPon porque sus costos y precios están proyectado con las variables económicas actuales y al existir inestabilidad afectaría de manera directa a PinPon.
- Estamos en un mercado competitivo e innovador se teme que haya otros servicios sustitutos que afecten a nuestro centro de estimulación PinPon.
- Aumento de precio del alquiler del local y deterioro de los equipos usados, por lo que se tendría que adquirir nuevos equipos, lo que conllevaría a la aportación de más capital para el negocio, perjudicando de esta manera a la empresa.

4.5.17.2. Plan de Contingencias.

Si PinPon no puede mantenerse en el mercado el tiempo previsto se recurrirá a elegir un nuevo segmento, buscar proveedores que ofrezcan precio más bajo y si aun así no se logra mantener la empresa se procederá a la venta de activos.

CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN.

De los resultados de la investigación se puede determinar:

- El autor Rolando Arellano en su libro “Al medio hay sitio” nos detalla sobre el poder de compra que tiene el nivel socio-económico A y B a comparación del C y D; según el autor sugiere que en el Perú las empresas deben ofrecer los productos y servicios de acuerdo al estilo de vida de la zona en donde se encuentran. Teniendo en cuenta que existe actualmente una preferencia para los padres de este sector socio - económico (A y B) para este servicio integral de estimulación temprana de niños en los Distritos de Víctor Larco Herrera y Trujillo y el estilo de vida que tienen, donde los padres optan por utilizar estos centros de estimulación porque ellos trabajan y/o desean que profesionales cuiden a sus hijos. Existe un potencial de crecimiento del mercado, que permite formar una demanda dirigida del proyecto para los padres de familia de niños de 6 meses a 3 años con nivel socio-económico A-B que genera un mayor potencial del uso del servicio que se ofrecerá en el mercado.

El mercado objetivo se ha obtenido multiplicando el mercado efectivo por la capacidad máxima dividido entre el mercado efectivo del último año y se obtiene un total de 836 servicios el primer año y el quinto año se termina con 880 servicios. Este servicio fue creado para satisfacer las nuevas necesidades del niño y busca desarrollar sus habilidades e inteligencias en todos los aspectos.

- Según el Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, el estudio técnico es llegar a diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea un bien o servicio. El estudio técnico se divide en 2 grupos: grupo básico que estudia el tamaño del proyecto, el proceso y la localización; y el grupo complementario que describe las obras físicas, la organización y el calendario.

Teniendo en cuenta los aspectos técnicos que nos da el autor, los servicios que se ofrecerá se basan en 3 tipos: Estimulación Temprana (6 meses a 1 año), Desarrollo Infantil I (1 año a 2 años) y Desarrollo Infantil II (2 años a 3 años) cada servicio cuenta con sus procesos respectivos para el buen desarrollo integral del programa de estimulación establecidos para cada edad; así como la infraestructura deberá ser totalmente segura y cómoda, por eso se tomara todas las medidas necesarias en las instalaciones eléctricas, en los juegos infantiles, en las salas de trabajo y la vigilancia permanente mediante un app. Se estableció que

la empresa estará ubicada en la Urb. de San Andrés en Trujillo. El inmueble estará debidamente acondicionado y organizado para obtener un servicio de calidad.

- Consultando en nuestro Marco Legal actual del Perú y la Ley de Sociedades, con relación a la forma de la organización la más adecuada para la empresa será la de Sociedad Anónima Cerrada (S.A.C) debido a que esta es una de las figuras societarias mas empleadas, consiste en personas jurídicas de derecho privado de naturaleza mercantil, al margen su objetivo social, sus acciones no pueden ser inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores. El capital social está conformado por acciones y se integra a los aportes de cada uno de los socios, quienes no responden personalmente por las deudas sociales. Puede aportarse con bienes dinerarios (efectivo) y no dinerarios (maquinaria, equipos, muebles, entre otros) no genera mayores requisitos y exigencias legales para cumplir el proyecto.

Para Pin Pon esta forma societaria seria la mas conveniente la cual contara con dos socios y estos aportaran con efectivo y bienes no dinerarios; será una empresa con derecho privado inscrita en RRPP.

- Según el autor Franklin Rios Ramos, Coach asociado a la Internacional Coach Federation – USA, el MOF contiene esencialmente la estructura organizacional y la descripción de las funciones de todos los puestos en la empresa. El autor señala que hoy en día es necesario incluir este tipo de documentos, no solo porque las certificaciones de calidad (ISO, OHSAS, etc) lo requieran, si no porque su uso interno y diario, minimiza los conflictos de áreas, marca responsabilidades, divide el trabajo, aumenta la productividad individual y organizacional; además es la piedra angular para implantar otros sistemas organizacionales muy efectivos como: evaluación de desempeño, escalas salariales, desarrollo de carreras y otros.

En Pin Pon se estableció para cada puesto su perfil y sus funciones de esta manera nos aseguraremos de que el personal conozca sus funciones y los practique para el óptimo funcionamiento de las empresas.

- Según La Guía PMBOX, publicada por la Universidad Autónoma de Ciudad de México (UACM), la estimación de los costos es un proceso que consiste en el desarrollo de una aproximación de los recursos monetarios que se necesitaran para complementar las actividades que demandara el proyecto; es una predicción hecha sobre la base de la información que está disponible en un determinado momento.

En la realización del presente proyecto se tomaron en cuenta los costos como la inversión en activo fijo, capital de trabajo, gastos administrativos, de ventas, legales, financieros y de estudio técnico asociados al proyecto.

- Al realizarse las proyecciones económicas de ingresos y costos para un horizonte de 5 años se obtuvo como resultado de la evaluación económica que el VANF es menor al VANE, debido a que el VANF mide la rentabilidad considerando el pago de financiamiento de la deuda. En cuanto al TIRE Y TIRF superan al COK, lo cual nos indica que es rentable invertir en el presente proyecto en lugar de otra inversión. La TIRF es mayor a la TIRE, esto nos dice que es conveniente el financiamiento ya que la diferencia en rentabilidades no es muy alta.

CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES.

- ✓ Según el estudio realizado la implementación de un centro de estimulación integral en los distritos de Víctor Larco y Trujillo, si es factible y rentable; ya que genera un beneficio económico positivo a la inversión.
- ✓ El mercado meta para PinPon está formado por 1502 servicios en el primer año que será dirigido para niños pequeños de 0 a 3 años de NSE A y B, de los distritos de Víctor Larco y Trujillo.
- ✓ El estudio técnico realizado demuestra que, si es factible y necesario contar con un amplio local con áreas verdes y con instalaciones seguras para la protección del niño ubicado en Urb. San Andrés, así como materiales y herramientas cómodas y seguras. Además de la implementación de los procesos para garantizar el desarrollo y seguridad del niño.
- ✓ Se cree conveniente formalizar el proyecto como una Sociedad Anónima Cerrada y MYPE, ya que al contar con diversos socios será más adecuado la inversión individual para cada accionista; los trabajadores contarán con sus derechos laborales según las normas vigentes. Además de contar con la inspección sanitaria de las instituciones de Salud y la inspección rutinaria de Defensa Civil.
- ✓ Se cree conveniente para asegurar la productividad esperada para PinPon, contar con 3 áreas funcionales las cuales son: el área administrativa formada por el gerente y asesores comerciales, el área operativa formada por las psicólogas y asistente de servicio; y el área de servicio auxiliares formada por auxiliar de limpieza y vigilancia.
- ✓ Los costos asociados a la propuesta del proyecto ascienden a 213,955 conformado por un activo fijo de 52,066, activo intangible de 25,819 y un capital de trabajo de 136,070.
- ✓ Según el estudio, el negocio muestra una rentabilidad adecuada con un VANE de 157,013 y un VANF de 162,349 actualizando los flujos de efectivo con el CPPC. La TIRE asciende a 36.79% lo que genera rentabilidad debido a que es mayor al CPPC de 9.17%. Al nivel financiero se entiende que la TIRF es de 42.41%, lo que confirma la rentabilidad del proyecto.

CAPITULO 7. RECOMENDACIONES.

Después de a ver realizado el estudio para PnPon se dan las siguientes recomendaciones:

- Optar por la realización del proyecto para la Implementación de un centro de estimulación Temprana en los Distritos de Trujillo y Víctor Larco Herrera por ser viable.
- Dirigirse al mercado objetivo siguiendo las características o criterios que se dan siendo un mercado atractivo para el proyecto.
- Implementar un centro con las instalaciones adecuadas según el estudio para los servicios a brindar teniendo en cuenta la seguridad y comodidad.
- Aprovechar las oportunidades que da el Estado para las MYPES para la realización de la empresa PinPon.
- Establecer las 3 áreas funcionales en el Centro de Estimulación PinPon asegurando la productividad esperada para PinPon.
- Optar por el mejor medio de financiamiento para la inversión necesaria para el proyecto de PinPon
- Determinar estrategias para lograr los objetivos deseados en la rentabilidad y el periodo de recuperación del proyecto.

REFERENCIAS:

- Asociación Mundial de Educadores infantiles. (2013). Motricidad. 2015, España
- Baca Urbina, Gabriel. (2001). Evaluación de proyectos. México: 4° Ed Mc. Graw- Hill.
- BCR. (2018). Económico. 2018, de BCR. Recuperado de: <http://www.bcrp.gob.pe>
- Cordova Padilla, marcial (2008) formulación y evaluación de proyectos. Bogotá 1° ed., ECOE.
- Francisco rubia. (2012). Empatía. Recuperado de: <http://escuelaconcerebro.wordpress.com>
- INEI. (2007). Censos nacionales 2007. 2016, de inei. Recuperado de: <http://www.inei.gob.pe/anexos/libro.pdf>
- Ministerio de economía y finanzas (2018) marco Macroeconómico multianual 2016-2018 de MEF. Recuperado de: <http://www.mef.gob.pe/contenidos>.
- Polimeni, Palphs., Fabozzi, Frank y Adelberg, Arthur h. (1994) contabilidad de costos: conceptos y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales. Colombia. 3° ED., MC. Graw-hill.
- Sapag Chain, Nassir, Reinaldo (2001) preparación y evaluación de proyectos. Santiago de Chile, MC. 4° ed. Graw – Hill.
- Sociedad peruana de pediatría (2015). Guía de padres. En revista peruana de pediatría. Recuperado de: <http://www.pediatriaperu.org/index.php/guia-de-padres>
- Asesoría contable Perú. (2014). Regímenes tributarios para Mypes., de asesoría contable. Recuperado de: <http://asesorcontableperu.blogspot.pe/2011/06/regimenes-tributarios-para-mypes-nuevo.html>

ANEXOS

ANEXO 1.- INFORME FOCUS GROUP.

FICHA TÉCNICA:

SECTOR	Servicios
RUBRO	Centros de Estimulación
TRABAJO	Investigación de Mercado
TÉCNICA	Focus Group
OBJETIVO	<p>Indagar la opinión que tienen sobre los Centros de Estimulación en general.</p> <p>Indagar la opinión que tienen sobre las personas que cuidan a sus hijos.</p> <p>Indagar la opinión sobre la infraestructura de los C.E.</p> <p>Indagar sobre las actividades que desean que tenga un C.E.</p> <p>Indagar la preferencia de horario del servicio.</p> <p>Indagar el precio que están dispuestos a pagar por el servicio.</p>
N° DE PARTICIPANTES	6 madres de familia.

OBJETIVOS PRINCIPALES:

- Lograr establecer actividades y/o servicios innovadores para obtener una ventaja competitiva en el mercado.
- Lograr establecer el horario que tiene más frecuencia de consumo del servicio por parte de los padres de nuestro mercado objetivo.
- Lograr identificar el precio que estarían dispuestos a pagar por el servicio.

CUESTIONARIO PARA APLICAR EN EL FOCUS GROUP.

- ❖ ¿Qué edad tienen sus hijos menores?
- ❖ ¿Qué opinan sobre el cuidado de sus hijos en otras personas?
- ❖ ¿Qué ventajas y desventajas existe para usted dejar a su hijo en un centro de estimulación?
- ❖ ¿Con respecto a los profesionales que deben atender a su hijo que cualidades deben tener?
- ❖ ¿Con respecto a la infraestructura del centro que debería tener?
- ❖ ¿Qué opinión tiene sobre las actividades que se deben realizar para la estimulación y recreación de su hijo?
- ❖ ¿En qué horario Ud. Dejaría a su menor hijo en el Centro de Estimulación?
- ❖ ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por el cuidado de su hijo?
- ❖ ¿Algún comentario adicional sobre el tema?

RESULTADOS:

- Los padres prefieren que sean Psicólogas para el cuidado de sus niños para que desarrollen actividades que desarrolle el lado cognitivo y psicomotor del niño. La infraestructura es un factor importante ya que los padres buscan que su niño se desarrolle en un lugar completamente seguro tanto en las instalaciones eléctricas, infraestructura y vigilancia. Además, las madres desean tener un aplicativo para que puedan monitorear desde su trabajo lo que sus hijos están haciendo en el centro. Y desarrollar actividades que puedan participar padres y niños.
- La duración por cada sesión de servicio es de 2 horas, 3 veces por semana, en 4 turnos disponibles
- El precio que estarían dispuestos a pagar por el servicio es de S/460.00 mensuales. Según los servicios adicionales o las ventajas competitivas que pueda tener el Centro de Estimulación.



ANEXO 2.- ENCUESTA

Buenos días/tardes, la presente encuesta tiene como objetivo determinar los gustos y preferencias de un centro de estimulación temprana, se le agradece de antemano su colaboración.

1. ¿En qué rango de los mostrados se encuentra su edad?

- 1a) 20-25 años.
- 1b) 25 - 30 años.
- 1c) 30- 35 años.
- 1d) 35 – más.

2. ¿Usted se encuentra laborando actualmente?

- 2a) Sí
- 2b) No

3. ¿En su hogar con que servicios cuenta? Respuesta múltiple.

- 3a) Internet
- 3b) Cable
- 3c) Luz
- 3d) Agua
- 3e) Teléfono
- 3f) Todos

4. ¿Cuáles de estos bienes tiene Ud. en su hogar? Respuesta múltiple.

- 4a) Lavadora
- 4b) Microondas
- 4c) Terma eléctrica
- 4d) Computadora
- 4e) Todos

5. ¿Ud. Tiene hijo(s)?

- 5a) Sí
- 5b) No

6. ¿Qué edad tiene su hijo?

- 6a) 0 – 6 meses.
- 6b) 6 meses – 1 año.
- 6c) 1 – 2 años.

6d) 2 – 3 años.

6e) 3 años – a más.

7. ¿Su menor hijo utiliza el servicio de estimulación temprana?

7a) Sí

7b) No

- Si su respuesta fue No pase a la pregunta N°14

8. ¿En cuáles de estos establecimientos utiliza el servicio de estimulación temprana?

8a) NACER FELIZ.

8b) SAN ANTONIO MARIA CLARET

8c) VIDA'S CENTRO DE LA FAMILIA

8d) BABY KIDS CENTER

8e) CIAMO

8f) CARACOLEANDO

9. ¿Por qué razón eligió Ud. uno de esos centros? Respuesta múltiple.

9a) Infraestructura y Ambiente.

9b) Personal calificado.

9c) Temario.

9d) Método utilizado.

9e) Precio

9f) Otros.....

10. Por qué medio de publicidad se enteró de la existencia del centro de estimulación temprana?

Respuesta múltiple.

10a) Radio

10b) Televisión

10c) Internet

10d) Afiches Publicitarios.

10e) Volantes

11. ¿Le interesaría alguno de las siguientes características en un centro de estimulación temprana? Respuesta múltiple.

11a) Información personalizada del avance de su niño.

11b) Estimulación a base de juegos y juguetes.

11c) Evaluación mensual de las necesidades de su niño.

11d) Desarrollo de las relaciones interpersonales de su niño.

11e) Activación de la inteligencia de su niño.

11f) Sala de espera para padres.

12. ¿Si un centro de estimulación temprana tuviera las características antes mencionadas cambiaría de Centro?

12a) Sí

12b) No

- Si su respuesta a la pregunta anterior fue Sí continúe con la encuesta de lo contrario gracias por su colaboración.

13. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por 1 mes del servicio?

13a) 350 a 400 soles.

13b) 400 a 450 soles.

13c) 450 a 500 soles.

13d) 500 a más.

14. ¿Cuántos meses al año usaría Ud. El servicio del centro de estimulación temprana con las características antes mencionadas?

14a) 2

14b) 4

14c) 6

14d) 8

14e) 10

14f) 12

15. ¿Le interesaría a Ud. Un centro de estimulación temprana para su menor hijo?

15a) Sí

15b) No

16. ¿Cuáles de las siguientes características le interesaría? Respuesta múltiple

16a) Activación de la inteligencia de su niño.

16b) Información personalizada del avance de su niño.

16c) Estimulación a base de juegos y juguetes.

16d) Evaluación mensual de las necesidades de su niño.

16e) Desarrollo de las relaciones interpersonales de su niño.

16f) Sala de espera para padres.

17. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por 1 mes del servicio?

17a) 350 a 400soles.

17b) 400 a 450 soles.

17c) 450 a 500 soles.

17d) 500 a más.

18. ¿cuántos meses al año usaría Ud. El servicio del centro de estimulación temprana con las características antes mencionadas?

- 18a) 2
- 18b) 4
- 18c) 6
- 18d) 8
- 18e) 10
- 18f) 12

19. ¿Qué opina Ud. de un centro de estimulación temprana que desarrolla a su niño con juguetes?

- 19a) Muy bueno
- 19b) Bueno
- 19c) Normal
- 19d) indiferente
- 19e) Muy indiferente

20. ¿Qué opina Ud. de un centro de estimulación que cuente con psicólogas expertas en el tema para el desarrollo de su niño?

- 20a) Muy bueno
- 20b) Bueno
- 20c) Normal
- 20d) indiferente
- 20e) Muy indiferente

21. ¿Qué opina Ud. de un centro de estimulación temprana que tenga cámaras y una sala de espera para observar las actividades de su niño?

- 21a) Muy bueno
- 21b) Bueno
- 21c) Normal
- 21d) Indiferente
- 21e) Muy indiferente

22. ¿Qué opina Ud. de un centro de estimulación temprana que promueva las relaciones interpersonales de su niño?

- 22a) Muy bueno
- 22b) Bueno
- 22c) Normal
- 22d) Indiferente
- 22e) Muy indiferente

23. ¿Qué opina Ud. que un centro de estimulación temprana informe y actualice sobre los avances de su niño mediante un página web?

23a) Muy bueno

23b) Bueno

23c) Normal

23d) Indiferente

23e) Muy indiferente

24. ¿Qué opina Ud. que un dentro de estimulación temprana le mande las actividades programadas a su correo?

24a) Muy bueno

24b) Bueno

24c) Normal

24d) Indiferente

24e) Muy indiferente

25. ¿Aceptaría usar Ud. el servicio que brinda un centro de estimulación temprana con las Características anteriormente mencionadas en las preguntas (19, 20, 21, 22, 23, y 24)?

25a) Definitivamente sí.

25b) Probablemente Sí.

25c) Indeciso.

25d) Probablemente no.

25e) Definitivamente no.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

FORMULA DE MUESTREO PARA POBLACION FINITA:

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

Se estableció los siguientes valores para los elementos considerados en dicha fórmula.

n : Número de muestra.

N = Población estimada (número total de NIÑOS): 1860

Z = Coeficiente de confianza: 95% (1.96)

p =Aceptación de PinPon- primera encuesta: 85% (0.85).

$q = (1-p): 15\% (0.15).$

$i = \text{Nivel de error: } 3\% (0.03)$

Con la aplicación de la encuesta tenemos un resultado de 421 encuestas.

ANEXO 3: TABLA DE PROPORCION

	CANTIDAD	TOTAL	%
1. ¿En que rango de los mostrados se encuentra su edad?			
1a) 20-25 años.	88	421	21%
1b) 25 - 30 años.	197		47%
1c) 30- 35 años.	137		32%
1d) 35 – más.	0		0%
2. ¿Usted se encuentra laborando actualmente?			
2a) Sí	306	421	73%
2b) No	115		27%
3. ¿En su hogar con que servicios cuenta? Respuesta múltiple.			
3a) Internet		421	0%
3b) Cable			0%
3c) Luz			0%
3d) Agua			0%
3e) Teléfono			0%
3f) Todos	421		100%
4. ¿Cuáles de estos bienes tiene Ud. en su hogar? Respuesta múltiple.			
4a) Lavadora		421	0%
4b) Microondas			0%
4c) Terma eléctrica			0%
4d) Computadora			0%

4e) Todos	421		100 %
5. ¿Ud. Tiene hijo(s)?			
5a) Sí	421	421	100 %
5b) No			0%
6. ¿Qué edad tiene su hijo?			
6a) 0 – 6 meses.	0	421	0%
6b) 6 meses – 1 año.	107		25.3 61%
6c) 1 – 2 años.	136		32.1 90%
6d) 2 – 3 años .	179		42.4 49%
6e) 3 años – a más.			0%
7. ¿Su menor hijo utiliza el servicio de estimulación temprana?			100 %
7a) Sí	151	421	36%
7b) No	270		64%
8. ¿En cuáles de estos establecimientos utiliza el servicio de estimulación temprana?			
8a) NACER FELIZ.	28	151	18%
8b) SAN ANTONIO MARIA CLARET	31		21%
8c) VIDA´S CENTRO DE LA FAMILIA	17		11%

8d)	BABY KIDS CENTER	40		26%
8e)	CIAMO	14		10%
8f)	CARACOLEANDO	22		14%
9. ¿Por qué razón eligió Ud. uno de esos centros? Respuesta múltiple.				
9a)	Infraestructura y Ambiente.	53	234	23%
9b)	Personal calificado.	66		28%
9c)	Temario.	31		13%
9d)	Método utilizado.	46		19%
9e)	Precio	28		12%
9f)	Otros.....	11		5%
10. Por qué medio de publicidad se enteró de la existencia del centro de estimulación temprana? Respuesta múltiple.				
10a)	Radio	43	218.0	20%
10b)	Televisión	29		13%
10c)	Internet	63		29%
10d)	Afiches Publicitarios.	44		20%
10e)	Volantes	38		18%
11. ¿Le interesaría alguno de las siguientes características en un centro de estimulación temprana? Respuesta múltiple.				
11a)	Información personalizada del avance de su niño.	38	256	15%
11b)	Estimulación a base de juegos y juguetes.	50		20%
11c)	Evaluación mensual de las necesidades de su niño.	32		13%
11d)	Desarrollo de las relaciones interpersonales de su niño.	47		18%
11e)	Activación de la inteligencia de su niño.	63		25%

11f)	Sala de espera para padres.	25		10%
12.	¿Si un centro de estimulación temprana tuviera las características antes mencionadas cambiaría de Centro?			
12a)	Sí	58	151	38%
12b)	No	93		62%
13.	¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por 1 mes del servicio?			
13a)	350 a 400 soles.	14	151	10%
13b)	400 a 450 soles.	24		16%
13c)	450 a 500 soles.	103		68%
13d)	500 a más.	10		6%
14.	¿Cuántos meses al año usaría Ud. El servicio del centro de estimulación temprana con las características antes mencionadas?			
14a)	2	7	58	13%
14b)	4	12		21%
14c)	6	13		23%
14d)	8	21		35%
14e)	10	4		6%
14f)	12	1		2%
15.	¿Le interesaría a Ud. Un centro de estimulación temprana para su menor hijo?			
15a)	Sí	243.6	270	90%
15b)	No	26.4		10%
16.	¿Cuáles de las siguientes características le interesaría? Respuesta múltiple			
16a)	Activación de la inteligencia de su niño.	148	611	24%

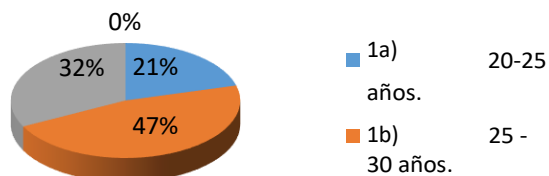
16b)	Información personalizada del avance de su niño.	83		14%
16c)	Estimulación a base de juegos y juguetes.	197		32%
16d)	Evaluación mensual de las necesidades de su niño.	62		10%
16e)	Desarrollo de las relaciones interpersonales de su niño.	71		12%
16f)	Sala de espera para padres.	50		8%
17. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por 1 mes del servicio?				
17a)	350 a 400soles.	31	270	12%
17b)	400 a 450 soles.	95		35%
17c)	450 a 500 soles.	124		46%
17d)	500 a más.	20		8%
18. ¿cuántos meses al año usaría Ud. El servicio del centro de estimulación temprana con las características antes mencionadas?				
18a)	2	20	270	8%
18b)	4	34		12%
18c)	6	85		32%
18d)	8	103		38%
18e)	10	18		7%
18f)	12	10		4%
19. ¿Qué opina Ud. de un centro de estimulación temprana que desarrolla a su niño con juguetes?				
19a)	Muy bueno	223	421	64%
19b)	Bueno	142		40%
19c)	Normal	49		14%
19d)	indiferente	7		2%
19e)	Muy indiferente	0		0%

20. ¿Qué opina Ud. de un centro de estimulación que cuente con psicólogas expertas en el tema para el desarrollo de su niño?			
20a)	Muy bueno	179	42%
20b)	Bueno	130	31%
20c)	Normal	94	22%
20d)	indiferente	19	5%
20e)	Muy indiferente	0	0%
21. ¿Qué opina Ud. de un centro de estimulación temprana que tenga cámaras y una sala de espera para observar las actividades de su niño?			
21a)	Muy bueno	197	47%
21b)	Bueno	131	31%
21c)	Normal	86	21%
21d)	Indiferente	7	2%
21e)	Muy indiferente	0	0%
22. ¿Qué opina Ud. de un centro de estimulación temprana que promueva las relaciones interpersonales de su niño?			
22a)	Muy bueno	224	53%
22b)	Bueno	125	30%
22c)	Normal	68	16%
22d)	Indiferente	4	1%
22e)	Muy indiferente	0	0%
23. ¿Qué opina Ud. que un centro de estimulación temprana informe y actualice sobre los avances de su niño mediante un página web?			
23a)	Muy bueno	224	53%

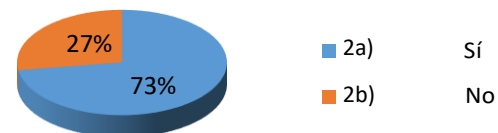
23b)	Bueno	113		27%
23c)	Normal	73		17%
23d)	Indiferente	11		3%
23e)	Muy indiferente	0		0%
24. ¿Qué opina Ud. que un dentro de estimulación temprana le mande las actividades programadas a su correo?				
24a)	Muy bueno	227	421	54%
24b)	Bueno	110		26%
24c)	Normal	76		18%
24d)	Indiferente	8		2%
24e)	Muy indiferente	0		0%
25. ¿Aceptaría usar Ud. el servicio que brinda un centro de estimulación temprana con las características anteriormente mencionadas en las preguntas (19, 20, 21, 22, 23, y 24)?				
25a)	Definitivamente sí.	194	421	46%
25b)	Probablemente Sí.	98		23%
25c)	Indeciso.	8		2%
25d)	Probablemente no.	94		22%
25e)	Definitivamente no.	26		6%

ANEXO 4: GRAFICOS DE RESULTADOS DE ENCUESTAS

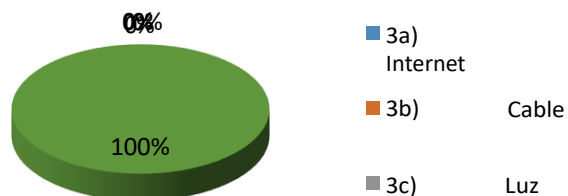
1. ¿En que rango de los mostrados se encuentra su edad?



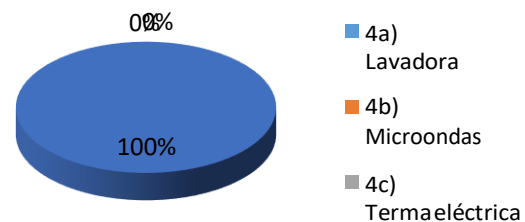
2. ¿Usted se encuentra laborando actualmente?



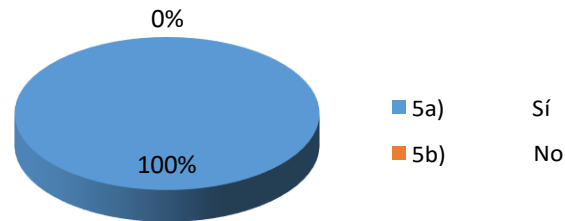
3. ¿En su hogar con que servicios cuenta? Respuesta múltiple.



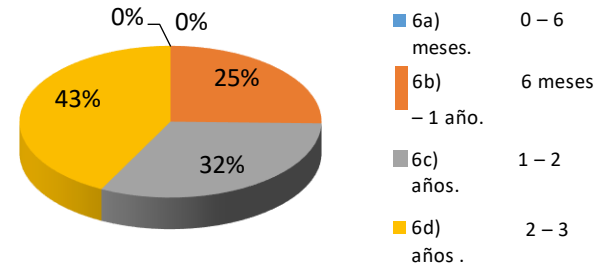
4. ¿Cuáles de estos bienes tiene Ud. en su hogar? Respuesta...



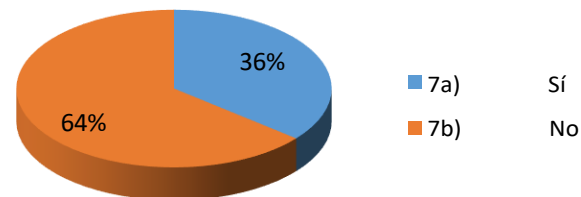
5. ¿Ud. Tiene hijo(s)?



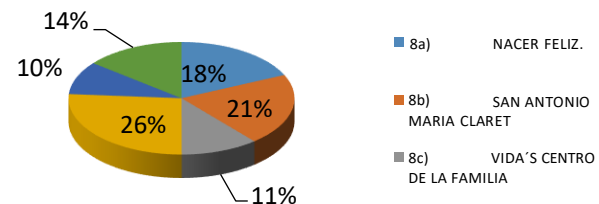
6. ¿Qué edad tiene su hijo?



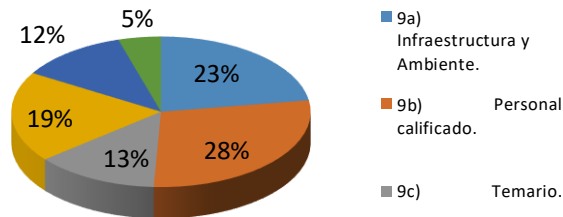
7. ¿Su menor hijo utiliza el servicio de estimulación temprana?



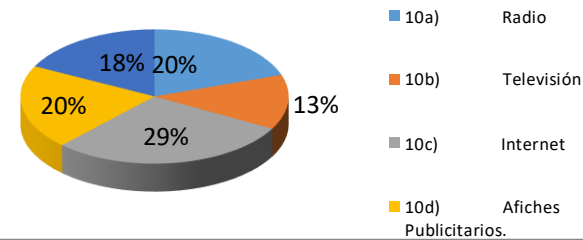
8. ¿En cuáles de estos establecimientos utiliza el servicio de estimulación temprana?



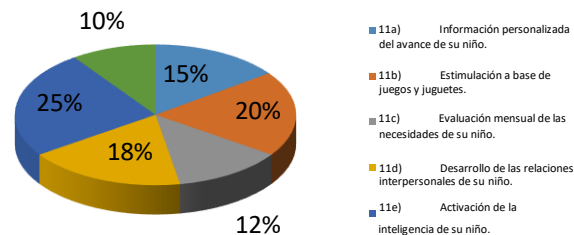
9. ¿Por qué razón eligió Ud. uno de esos centros?
Respuesta múltiple.



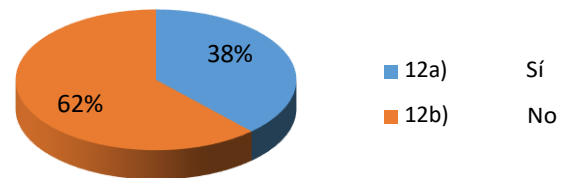
10. Por qué medio de publicidad se enteró de la existencia del centro de estimulación temprana?...



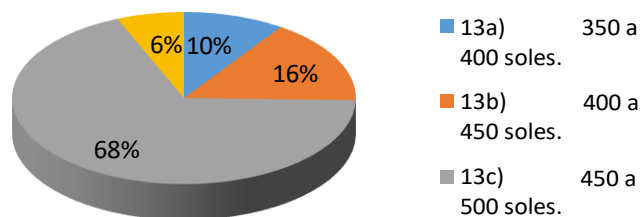
11. ¿Le interesaría alguno de las siguientes características en un...?



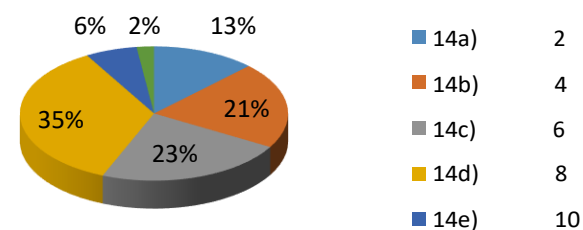
12. ¿Si un centro de estimulación temprana tuviera las...?



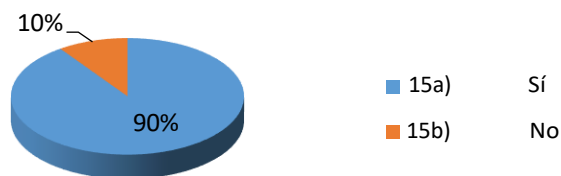
13. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por 1 hora?



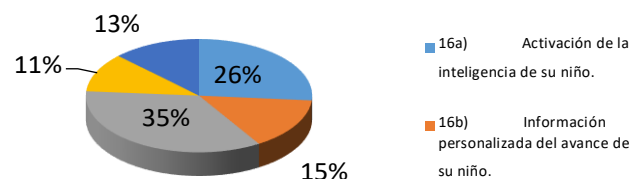
14. ¿Cuántas horas a la semana usaría Ud. El servicio del centro de estimulación temprana...



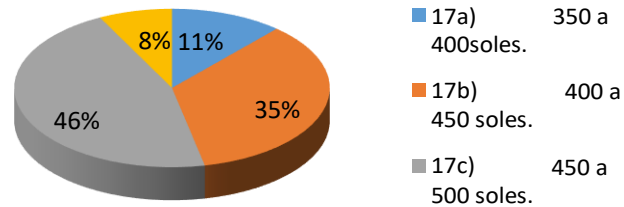
15. ¿Le interesaría a Ud. Un centro de estimulación temprana para su menor hijo?



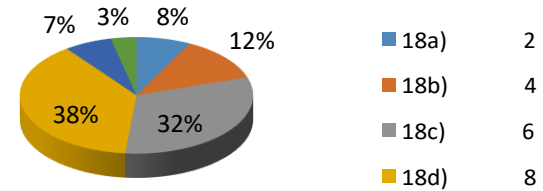
16. ¿Cuáles de las siguientes características le interesaría? Respuesta múltiple



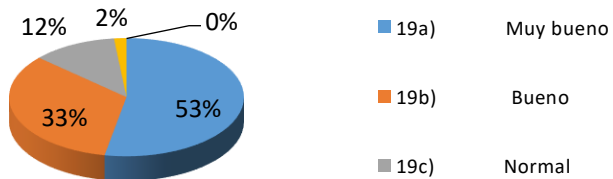
17. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por 1 hora?



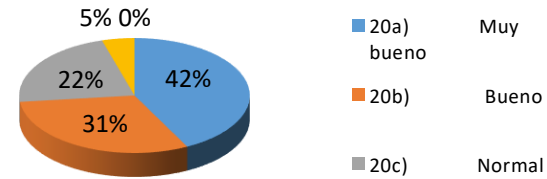
18. ¿cuántas horas a las semana usaría Ud. El servicio del centro de estimulación temprana...



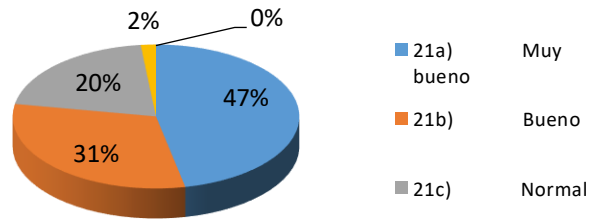
19. ¿Qué opina Ud. de un centro de estimulación temprana que desarrolla a su niño con juguetes?



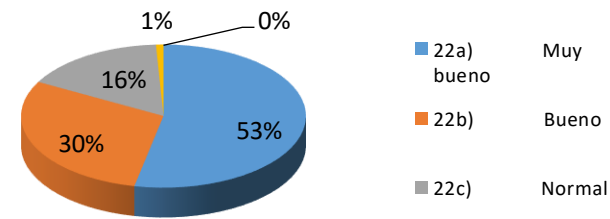
20. ¿Qué opina Ud. de un centro de estimulación que cuente con psicólogas expertas...



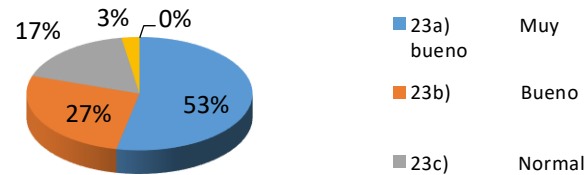
21. ¿Qué opina Ud. de un centro de estimulación temprana que tenga...



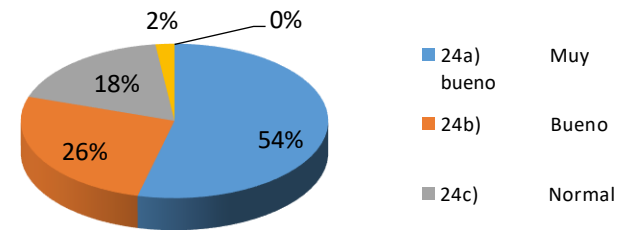
22. ¿Qué opina Ud. de un centro de estimulación temprana que promueva...



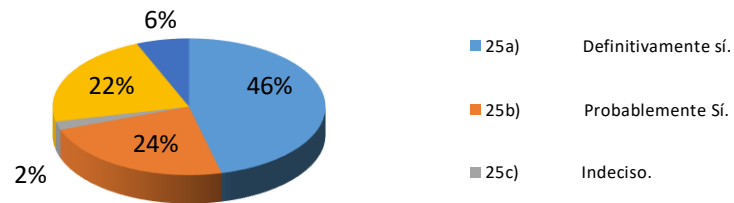
23. ¿Qué opina Ud. que un centro de estimulación temprana informe y actualice sobre los...



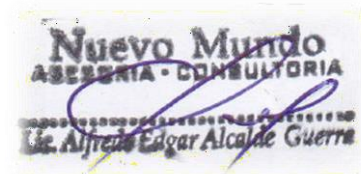
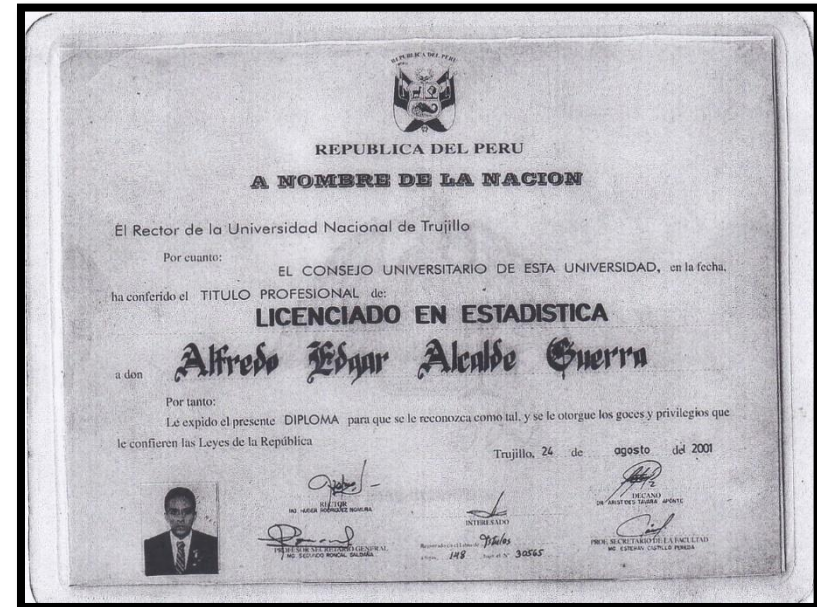
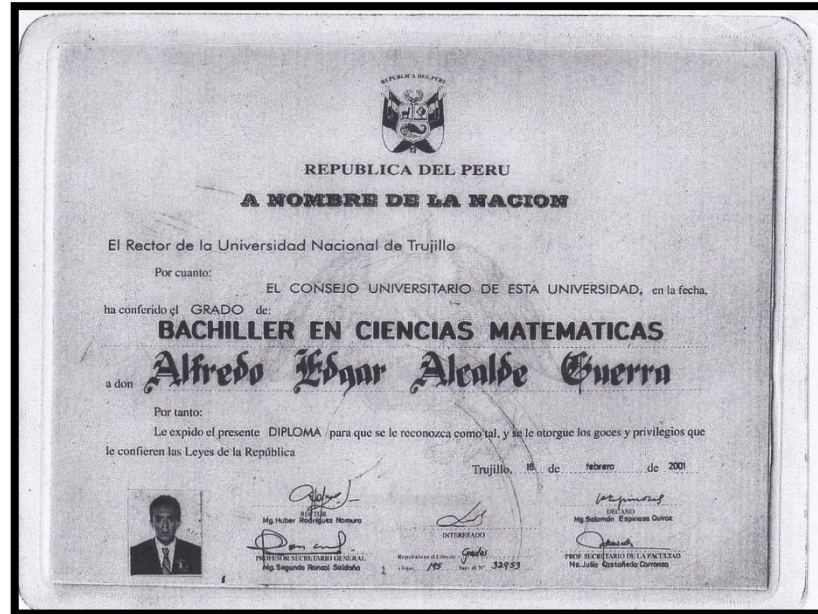
24. ¿Qué opina Ud. que un centro de estimulación temprana le mande las...



25. ¿Aceptaría usar Ud. el servicio que brinda un centro de estimulación temprana con las...



ANEXO 5: ENCUESTA VALIDADA:



LIC. ALFREDO EDGAR ALCALDE GUERRA

ANEXO 6: FOTOS REFERENCIALES DE PINPON



