

JARDÍN MUNDO DE SUEÑOS

YENYFER PAOLA BEJARANO ORTEGA

Tecnología en Gestión Administrativa

ASESOR: NESTOR GERARDO ECHAVARRIA SALAMANCA

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

OPCIÓN DE GRADO II

BOGOTÁ

2018

CONTENIDO

1. JUSTIFICACIÓN	3
2. DESARROLLO DE MATRIZ ESTRATÉGICA	6
2.1 Descripción de la idea de negocio	6
2.2 Identidad estratégica	6
2.3 Futuro preferido	6
2.4 Objetivo general.....	7
2.5 Objetivos específicos	7
2.6 Valores	7
2.7 Análisis PESTEL	8
2.7.1 Político.	8
2.7.2 Legal.	9
2.7.3 Económico.	9
2.7.4 Social.....	10
2.7.5 Tecnológico.....	11
2.8 Análisis de PORTER	11
2.9 Matriz de análisis de campos de fuerza	12
2.10 Matriz de despliegue estratégico generativa	13
2.11 Cadena de valor.....	14
2.12 Estrategia competitiva.....	14
3. ESTUDIOS DE MERCADO	16
3.1 Objetivo de estudio de mercado.....	16
3.2 Definición del mercado objetivo.....	16
3.2.1 Características socio-demográficas.....	16
3.3 Metodología de investigación	18
3.4 Análisis de la investigación	20
3.4.1 Conclusiones.....	20
4. PLAN DE MARKETING.....	24
4.1 Objetivos del plan de marketing	24
4.2 Estrategia de producto.....	24
4.3 Estrategia de precio.....	24
4.4 Estrategia de publicidad.....	25
4.5 Estrategias de promoción	25
4.6 Estrategia de distribución.....	25
4.7 Proyección de ventas.....	26
5. CONCLUSIONES	27
6. BIBLIOGRAFIA	28

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de análisis de campos de fuerza	13
Tabla 2. Matriz de despliegue estratégico generativo.....	13
Tabla 3. Cadena de valor	14
Tabla 4. Edad	16
Tabla 5. Estrato socio-económico.....	17
Tabla 6. Nivel educativo	17
Tabla 7. Estado civil y personas a cargo.....	18

CONTENIDO DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Destino del dinero.....	18
Ilustración 2. Formato de entrevista.....	19
Ilustración 3. ¿Estás a gusto con la persona encargado de tu hijo(a)?.....	20
Ilustración 4. ¿Qué edad tienen sus hijos?.....	20
Ilustración 5. ¿Quién se hace cargo mientras trabajas?.....	20
Ilustración 6.¿Dejarías el tuyo(a) en este?.....	21
Ilustración 7. ¿Crees que la educación es adecuada?.....	21
Ilustración 8. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por la educación de tus hijos?.....	21
Ilustración 9. ¿Su hijo se está alimentando de una manera adecuada y acorde a su edad?.....	22
Ilustración 10. ¿Se siente conforme respecto a la seguridad que su hijo recibe ?.....	22

1. JUSTIFICACIÓN

En el período de la Colonia no se conocía ningún establecimiento que se dedicara a atender exclusivamente a niños en edad preescolar, ya que la vida del niño a esta edad se reducía a los estrechos márgenes de la familia, y su educación sólo dependía de sus padres o tutores, salvo aquellos niños abandonados que vivían en los hospicios o asilos regentados por algunas congregaciones religiosas, donde se adelantaban algunas actividades recreativas y pedagógicas como labor preparatoria para su ingreso a la escuela. A finales del gobierno del general Pedro Alcántara Herrán (1844), se habla por primera vez de la creación de las Salas de Asilo destinadas a los niños pertenecientes a los sectores más pobres de la población, pero sólo recién en la administración de Eustorgio Salgar en 1870, se entran a reglamentar y a definir orgánicamente estas salas.

Existe una gran demanda de jardines debido a la incorporación de la mujer en el mundo laboral, sin contar a la cantidad de niños que nacen día a día; además se debe tomar en cuenta la creciente incidencia de madres y trabajadoras sexuales que está teniendo la sociedad.

El establecer un jardín de 24 horas aportaría en el ámbito económico ya que estaría proporcionando fuentes de trabajo, así como también permitiendo que madres de familia y trabajadoras sexuales puedan salir a trabajar tranquilas mientras se cuida a los niños, generando así más ingresos para el país y reduciendo la cantidad de personas económicamente inactivas.

Considerando que los primeros años de vida constituyen la etapa de formación del carácter y la personalidad del niño, la intención es promover y estimular su desarrollo integral en un ambiente seguro, protegido y saludable; tomando en cuenta las características físicas, psicológicas y sociales propias; la propuesta entonces, proyecta el trabajo con niños, cuyo fin será el de promover e incentivar su desarrollo y aprendizaje a través de una metodología y enseñanza adecuada con docentes especializados en enseñanza preescolar; así como flexibilidad en los horarios conveniente para los padres.

2. DESARROLLO DE MATRIZ ESTRATÉGICA

2.1 Descripción de la idea de negocio

El jardín infantil y sala cuna se encuentra ubicado en el centro de la ciudad de Bogotá, puntalmente en la localidad de santa fe, es un sector bastante transitado y donde principalmente se concentra el trabajo de las trabajadoras sexuales de la ciudad. El entorno que rodea este lugar es tanto residencial como comercial, se identifica que el sector socio económico de las personas que habitan cerca al jardín es clase socio cultural económico medio – bajo y sectores vulnerables.

El jardín está en pro del bienestar de los niños de 0 meses a 5 años, donde les ofreceremos más que un jardín o cuidados un hogar confortable, prestaremos servicio de 24 horas los 7 días de la semana. De esta manera también les garantizamos una alimentación adecuada guiada por un nutricionista, una excelente guía de docentes y apoyo de tres psicólogas las cuales estarán en un acompañamiento de tiempo completo, brindando a nuestro cliente tranquilidad y satisfacción con el servicio prestado.

2.2 Identidad estratégica

Proporcionar a los niños específicamente hijos de trabajadoras sexuales, enriquecedoras experiencias que lo lleven a disfrutar de una infancia feliz, A su vez establecer las bases de su crecimiento personal e intelectual fijando un sello característico y una huella indeleble basada en los principios, seguridad, independencia, organización, disciplina y responsabilidad, garantizando un apoyo psicológico que les permita tener una vida normal y que el trabajo que desempeña su madre no afecte su desarrollo.

2.3 Futuro preferido

Ser para el 2021 un con jardín con reconocimiento, altamente acreditado ante la comunidad educativa, que busca inculcar en los niños valores, conocimientos y pasión por lograr sus objetivos a través de la vida, proyectándolos al futuro como agentes activos, reflexivos y positivos para nuestra sociedad.

2.4 Objetivo general

Permitir el desarrollo de los como personas dentro de una sociedad cambiante; que sea capaz de trabajar en equipo, tener liderazgo, conciencia social, que los aprendizajes sean significativo, además de integrar las Tics en el proceso de la Enseñanza y el Aprendizaje.

2.5 Objetivos específicos

- ✓ Área administrativa
 - Planear, organizar, dirigir, evaluar y controlar la administración de los recursos físicos de la Organización.
 - Entregar apoyo logístico a las unidades funcionales para garantizar una adecuada labor frente al cumplimiento de las políticas, planes y estrategias del jardín.
- ✓ Talento Humano
 - Planear, organizar, dirigir, evaluar y controlar la gestión de la administración del talento humano del jardín.
 - Promover y desarrollar estrategias encaminadas a la gestión y desarrollo del personal, de conformidad con la ley en la relación laboral y contribuyendo a la satisfacción de sus necesidades, para el cumplimiento de los objetivos organizacionales y el logro del bienestar del personal.
- ✓ Área Financiera
 - Asegurar que los recaudos se hagan efectivos dentro del periodo estipulado, de manera que el flujo con el que cuenta el jardín pueda cumplir con las obligaciones que tiene con los prestadores de servicio, ajustándose a los criterios de calidad establecidos en el jardín.

2.6 Valores

- ✓ Tolerancia: Ser tolerante es lo mismo que ser respetuoso, indulgente y considerado con los demás. Es una cualidad personal que se define como el respeto a las ideas, creencias o prácticas de los demás, aunque sean diferentes o contrarias a las nuestras.
- ✓ Honestidad: Actuamos de acuerdo a como pensamos y como sentimos, siendo coherentes y comprometidos con nuestros valores.

- ✓ Respeto: Valoramos los intereses y necesidades propias y las de los demás sin hacer discriminaciones de ningún tipo, considerando a todos como seres iguales.
- ✓ Responsabilidad Social: Transparencia, escucha activa y mejora continua personal.

2.7 Análisis PESTEL

2.7.1 Político.

El primer punto a tener en cuenta es que el Estado no considera el primer ciclo de Educación Infantil como una etapa obligatoria en el proceso de escolarización y educación de los menores; existen por supuesto regulaciones y normativa, pero también aparecen ciertos vacíos legales, como la falta de uniformidad o de materias y enseñanzas obligatorias en los programas o la inexistencia de normativa que regule los centros bilingües. Otros aspectos, como la seguridad, el tamaño de las instalaciones o los alumnos por aula están regulados. A continuación, se resumen las imposiciones legales en cuanto al primer ciclo de los centros de educación infantiles. Al no tratarse de un período de educación obligatorio, son las comunidades autónomas (en este caso en concreto la Comunidad Autónoma de la localidad de Santafé) quienes dictaminan los requisitos a cumplir. Para una lectura detallada de los mismos, consultar el anexo I. 61 El decreto 18/2008 del 6 de marzo de 2008 establece los requisitos mínimos que deben cumplir aquellos centros destinados a la educación del primer ciclo de educación infantil:

El centro constará de una denominación genérica, que debe ser Escuela Infantil, así como de una específica

Los centros deben inscribirse en el Registro de Centros Docentes de la Consejería de Educación
Se deben cumplir las condiciones higiénicas, acústicas, de seguridad y accesibilidad exigidas por la alcaldía para obtener las licencias municipales

Las aulas deberán tener un mínimo de 30 m², y además contarán con un baño apto para los alumnos
En centros de 3 o más unidades (clases), se debe proporcionar además un espacio de usos múltiples de al menos 30 m² y un patio de juegos (interior o exterior) de al menos 60 m²

Los centros deben contar con un aseo con ducha para los profesores y un despacho para la dirección y la secretaría

El número de niños por unidad está regulado, siendo el máximo 8, 14 y 20 según sean niños de 0 a 1, de 1 a 2 o de 2 a 3 años de edad

Los profesionales a cargo de los niños deberán estar en disposición del título de Técnico Superior en Educación Infantil (o titulación equiparable) o bien ser Maestros con la especialidad de Educación Infantil, Profesor de Educación General Básica con la especialidad de educación preescolar (o titulación equiparable)

El centro debe tener tantos profesionales como unidades didácticas más uno, y como mínimo uno debe ser Maestro.

2.7.2 Legal.

Se debe consultar al Ayuntamiento si el local elegido puede convertirse en una escuela, ya que es posible que el tipo de construcción imposibilite su utilización para este propósito (por ejemplo, si no tuviera la ventilación adecuada ni se pudieran realizar obras para conseguirla). Se deben llevar a cabo además trámites administrativos, tanto de autorización a través de la Administración como de obtención de la Licencia necesaria para empezar el funcionamiento. Por último, una vez obtenida la Licencia, habrá que darse de alta en el epígrafe fiscal correspondiente, así como en la Seguridad Social.

2.7.3 Económico.

La situación económica actual en Colombia nos invita a la creación de nuevas empresas; la crisis que asola el panorama económico no solo ha frenado a posibles futuros emprendedores, sino que también ha llevado a la quiebra a numerosos negocios de todo tipo y condición. El hecho de que la crisis afecte también a las familias implica que no todas las personas pueden permitirse la adquisición de los bienes y servicios de los que disfrutaban en otros momentos de bonanza económica; esto ha provocado que las empresas opten por tomar medidas para mantener a flote sus negocios, como las estrategias low cost o la incorporación de servicios adicionales a los negocios tradicionales. Gracias a este tipo de políticas algunos negocios han conseguido sobrevivir, tanto aquellos nuevos, diseñados directamente con alguna de estas estrategias, como otros que tuvieron que hacer una renovación drástica para evitar desaparecer. Aunque el PIB del primer trimestre de 2014 se haya incrementado porcentualmente un 0,5% con respecto al primer

trimestre de 2013, la microeconomía todavía no se ha visto afectada por este crecimiento; los salarios siguen registrando cada vez mayores bajadas (un -0,3% de 2012 a 2013. Además, el IPC también ha sufrido aumentos desde que empezó la crisis, lo cual, unido al descenso de los salarios se traduce como una pérdida de poder adquisitivo. Sin embargo, los centros infantiles donde los padres puedan dejar a sus hijos mientras trabajan son importantes sobre todo por dos motivos: la necesidad de trabajar durante una jornada mayor para poder obtener así más ingresos y contrarrestar el efecto de la pérdida de poder adquisitivo y la necesidad intrínseca al ser humano de procrear y formar una familia. El Estado intenta impulsar la creación de nuevas empresas reduciendo los impedimentos que estas pueden encontrar; por ejemplo, desde 2013 las empresas de nueva creación pueden tributar el impuesto de sociedades en un 15% durante sus dos primeros años de vida (el resto de las empresas usan un tipo del 30% aunque está previsto un descenso hasta el 25%).

2.7.4 Social.

Hace 50 años, mientras el padre de familia trabajaba para llevar un sueldo a casa, la mujer permanecía en el domicilio y se encargaba de las tareas domésticas. A partir de la década de los 60, coincidiendo con una época de desarrollo económico, las mujeres poco a poco fueron incorporándose al mundo laboral. Este hecho marcó un antes y un después en la sociedad, otorgando mayor libertad y autonomía a la mujer, y reconociéndola como parte de la fuerza laboral; sin embargo, aquellas labores que ellas desempeñaban en casa, y especialmente el cuidado de los niños, quedaban desatendidas al estar ambos progenitores fuera de casa durante el día. En los últimos 7 años, es innegable que la economía ha marcado la conducta de los ciudadanos: por un lado, muchas personas han perdido sus empleos, y muchos jóvenes desgraciadamente ni siquiera han sido capaces de encontrar un empleo que les ofrezca una mínima estabilidad; por otra parte, la escasez de trabajos y las bajadas de los sueldos han repercutido en que muchos trabajadores se vean en la obligación de trabajar horas extra cada día. En la actualidad, teniendo en cuenta que la mujer trabajadora ya es una figura instaurada en la sociedad y el panorama socio-económico dejado por la crisis, las familias deben buscar alternativas de confianza para que cuiden a sus hijos hasta que estén en edad de escolarización. En muchos casos se recurre a los abuelos de los niños, que están jubilados y pueden ayudar a las familias; en otros, a las guarderías, ludotecas, etc

2.7.5 Tecnológico.

El enfoque tecnológico en un negocio de las características del que se trata en este documento no es el más relevante, ya que un centro de educación infantil provee servicios en su mayoría físicos. Sin embargo, en la época actual resulta imposible aislarse del avance tecnológico, ya que este alcanza todos los campos en mayor o menor medida. Cabe destacar que a día de hoy prácticamente la totalidad de las empresas mantienen sus registros informatizados, ya que así garantizan una mayor rapidez de gestión y una actualización casi inmediata de los datos. Muchos de los juguetes que se fabrican en la actualidad disponen de luces, sonidos o movimiento, y esto es sin duda un gran avance de la tecnología, sobre todo teniendo en cuenta no sólo el hecho de que funcionen, sino que además son aptos para el uso infantil. Además, los niños de muy corta edad empiezan ya a estar familiarizados con la tecnología más novedosa al alcance del gran público; entienden el uso de los teléfonos móviles (se lo colocan cerca de la oreja y hablan) y pueden emplear tabletas, por ejemplo, pasando hojas de un libro electrónico u otro documento digital. Existen además programas interactivos, tanto en los ordenadores como en la televisión, que contribuyen a la educación del niño, como por ejemplo los dibujos animados de Dora la Exploradora. El desarrollo de la tecnología también ha llegado a las aulas en forma de material interactivo, como CD o películas. Quizás el elemento tecnológico más controvertido en el contexto infantil sean las cámaras de video vigilancia. En muchas escuelas, la mayoría privadas, cuentan con una instalación de cámaras de seguridad en las aulas y zonas comunes del centro. El principal objetivo es que los padres que quieran puedan acceder desde cualquier dispositivo y mediante la identificación por medio de una contraseña a las imágenes obtenidas a tiempo reales de sus hijos. Este es un elemento que probablemente agrade a muchos padres, ya que pueden saber en todo momento lo que está sucediéndole a su hijo y a su alrededor. Sin embargo, la parte menos atractiva de instalar cámaras de vigilancia es la privacidad; aunque muchos padres estén felices con la idea de poder ver a sus hijos siempre que quieran, es posible que no les agrade tanto compartir estos momentos de sus pequeños con el resto de padres del centro.

2.8 Análisis de PORTER

- ✓ Amenazas de productos sustitutos:
 - Madres comunitarias

- Cuidado de particulares por días
 - Jardines del bienestar familiar
- ✓ Amenaza de apertura de nuevas entidades:
- Aparición de redes educativas para los niños al cuidado
 - Apertura de nuevos jardines en la zona
 - Crecimiento de la oferta educativa y cuidados de los niños
- ✓ Poder de negociación de los padres y alumnos
- Los padres escogen la propuesta educativa
 - Indagación y cuestionamiento de la propuesta de educación
 - Exigencia de los padres
- ✓ Poder de negociación con los docentes y Psicólogos
- Falta de vocación de los docentes y psicólogos
 - poco perfeccionamiento
 - Deterioro en la calidad del educador o docente

2.9 Matriz de análisis de campos de fuerza

FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. El modelo de aprendizaje personalizado. 2. El jardín contara con precios estándar a los de la comunidad. 3. La energía y el entusiasmo de los organizadores. 4. cuentan con el material necesario para desarrollar las clases 5. Alimentan nutritivamente a los niños en el jardín (comedor) 6. Apoyo psicológico para los niños	1. se encuentra en un lugar apartado de las calles. 2. No contar con los equipos para prever inseguridad en el jardín. 3. Salarios variables.

OPORTUNIDADES	AMENZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. La insatisfacción por parte de la comunidad con los jardines ya establecidos en el sector. 2. El modelo de negocio utilizando nueva técnicas e innovación. 3. El crecimiento de conjuntos de apartamentos alrededor del jardín. 4. Relación con instituciones externa en pro de la recreación. 5. Incorporación de la mujer a la fuerza laboral. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Competidores ya reconocidos por parte de la comunidad. 2. Altos costos en los servicios públicos. 3. Creciente competencia 4. Aumento de precio de los materiales de educación

Tabla 1. Matriz de análisis de campos de fuerza

2.10 Matriz de despliegue estratégico generativa

ESTRATEGIA A IMPLEMENTAR CUADRANTE I	ESTRATEGIA A IMPLEMENTAR CUADRANTE II
<ol style="list-style-type: none"> 1. Utilizar los medios tecnológicos para promocionar y difundir los precios y las oportunidades y beneficios que tiene con el jardín. 2. Realizar actividades lúdicas para que los padres conozcan la capacidad que tiene el recurso humano del jardín. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechar el crecimiento de nuevos parques donde los niños pueden recrearse con seguridad en un ambiente familiar y seguros. 2. Aprovechar las relaciones con otras instituciones para establecer convenios de seguridad para los niños y capacitar el personal en ese ámbito.
ESTRATEGIA A IMPLEMENTAR CUADRANTE III	ESTRATEGIA A IMPLEMENTAR CUADRANTE IV
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechar el beneficio que ofrece el jardín que no tienen los otros jardines de la competencia como el gran comedor con alimentos nutritivos y la actitud de los docentes. 2. Gran cantidad de materiales y el beneficio que tenemos con otras instituciones para que los niños puedan seguir con su formación académica 	<ol style="list-style-type: none"> 1. realizando campañas de prevención y realizando actividades para reunir y comprar los materiales de seguridad que nos faltan. 2 Realizar convenios para el ingreso a los parques de los conjuntos cercanos que tenemos para que los niños se recreen sin ningún problema.

Tabla 2. Matriz de despliegue estratégico generativo

2.11 Cadena de valor

ACTIVIDADES DE APOYO	Infraestructura del jardín				
	Gestión RRHH				
	Utilización de tecnología				
	Soporte psicopedagógico/Nutricional/Salud				
	Compras/abastecimiento				
	Dirección y administración	Operaciones mantenimiento de materiales manipulación de alimentos mantenimiento áreas de trabajo	Logística externa reuniones con apoderados y comunidad	Ventas	Relación con apoderados
ACTIVIDADES PRIMARIAS					

Tabla 3. Cadena de valor

2.12 Estrategia competitiva

Se ha considerado implementar como metodología de enseñanza Waldorf en nuestro Jardín Infantil, la cual ha logrado posicionarse como una alternativa válida para padres que están buscando una forma distinta de educar a sus hijos. Entre las características de esta metodología se encuentran:

- ✓ Fomenta una educación basada en valores, confianza en sí mismos y solidarios.
- ✓ Cada niño evoluciona a su propio ritmo.
- ✓ Incentiva a que los niños se sientan apoyados para creer en ellos mismos.
- ✓ Enfoque en el cuidado y respeto de la naturaleza.
- ✓ A través de los cuentos infantiles, se aprende a ser curiosos e imaginativos.
- ✓

De acuerdo a esto, nuestra estrategia competitiva será de: **DIFERENCIACIÓN**. Estamos convencidos de que la metodología Waldorf nos hará ver como un Jardín Infantil distinto a los que podemos encontrar en el mercado. Seremos los únicos que tendremos esta metodología en nuestra zona, con instalaciones y profesionales especializados en esta forma de enseñanza, lo que entregará un servicio con atributos distintos al resto. Esta también genera que podamos colocar un precio mayor a nuestro servicio, pero sin que sea prohibitivo para muchas familias. Por lo tanto, también

definimos como estrategia secundaria o de apoyo, la LOCALIZACIÓN, ya que tenemos todo dispuesto y definido para ser una solución integral para las familias que tienen hijos mayores en colegios que componen nuestro radio de geo referencia objetivo.

3. ESTUDIOS DE MERCADO

3.1 Objetivo de estudio de mercado

Nuestro plan de marketing se basa principalmente en determinar los mecanismos que nos permitan darnos a conocer a nuestro mercado objetivo, en la definición del precio a cobrar en los ítems de Matrícula, Mensualidad y Materiales y en cómo logramos mantener y aumentar nuestra participación de mercado en un plazo de 3 años.

3.2 Definición del mercado objetivo

El mercado objetivo con el que se va a trabajar es la población de las trabajadoras sexuales de la localidad de Santafé enfocado en la necesidad del cuidado de sus hijos mientras ellas desempeñan sus labores. Trabajadoras sexuales – Cuidado de los niños

Se determinó que la localidad en las que se distribuirá la información del estudio es la localidad de Santafé, el tamaño de muestra establecido es de 529 mujeres.

3.2.1 Características socio-demográficas.

Las trabajadoras sexuales oscilan entre los 18 y los 73 años, concentrándose entre los 25 y los 54 años, el 82.8% reside en zonas de estrato 1 y 2, el 54.95% registra haber estudiado hasta primaria o niveles inferiores, secundaria completa un 9.83% y educación superior 4.73%.

EDAD		
EDAD	TOTAL	%
18 - 24	68	12,85%
25 - 34	141	26,65%
35 - 44	161	30,43%
45 - 54	116	21,93%
55 Y Más	40	7,56%
No Registra	3	0,57%
TOTAL	529	100%

Tabla 4. Edad

ESTRATO SOCIO-ECONÓMICO		
ESTRATO	TOTAL	100
0	26	4,91%
1	167	31,57%
2	271	51,23%
3	61	11,53%
4	1	0,19%
No Registra	3	0,57%
TOTAL	529	100%

Tabla 5. Estrato socio-económico

NIVEL EDUCATIVO		
ESCOLARIDAD	TOTAL	%
Ninguno	32	6,05%
Preescolar	5	0,95%
Primaria	250	47,26%
Secundaria Incompleta	165	31,19%
Secundaria Completa	52	9,83%
Técnico	13	2,46%
Tecnólogo	3	0,57%
Universitario	6	1,13%
No Registra	3	0,57%
TOTAL	529	100%

Tabla 6. Nivel educativo

Del total de trabajadoras, 371 (70.13%) son solteras, separadas o viudas, 345 de ellas con personas a su cargo (dependencia económica), siendo para la gran mayoría sus hijos (319). En promedio cada una tiene alrededor de tres personas a su cargo, 41 mujeres participantes tienen a su cargo 6 o más personas.

ESTADO CIVIL Y PERSONA A CARGO					
ESTADO CIVIL	TOTAL	%	CON PERSONAS A CARGO	PROMEDIO DE PERSONAS A CARGO	HIJOS A CARGO
Casada	12	2,27%	11	2.9	10
Separada	87	16,45%	82	3.3	79
Soltera	265	50,09%	245	2.9	223
Unión Libre	136	25,71%	130	3.5	119
Viuda	19	3,59%	18	2.9	17
No Registra	10	1,89%	6	1.5	6
TOTAL	529	100%	492	3.1	454

Tabla 7. Estado civil y personas a cargo

Con respecto al ingreso mensual obtenido con el trabajo sexual, en un mes bueno la ganancia promedio es de \$2.000.000, en el 50% de las entrevistadas este valor es inferior a los \$1.000.000, 63 mujeres (11.91%) registra valores iguales o superiores a \$1'500,000. En un mes malo, 453 mujeres (85.6%) registran un valor inferior a \$781,000 (salario mínimo 2018). Este dinero es destinado principalmente a alimentación y vivienda, otros destinos además de educación, salud, vestuario y recreación, son: Pago de deudas y servicios, gastos del hogar y apoyo a familiares.

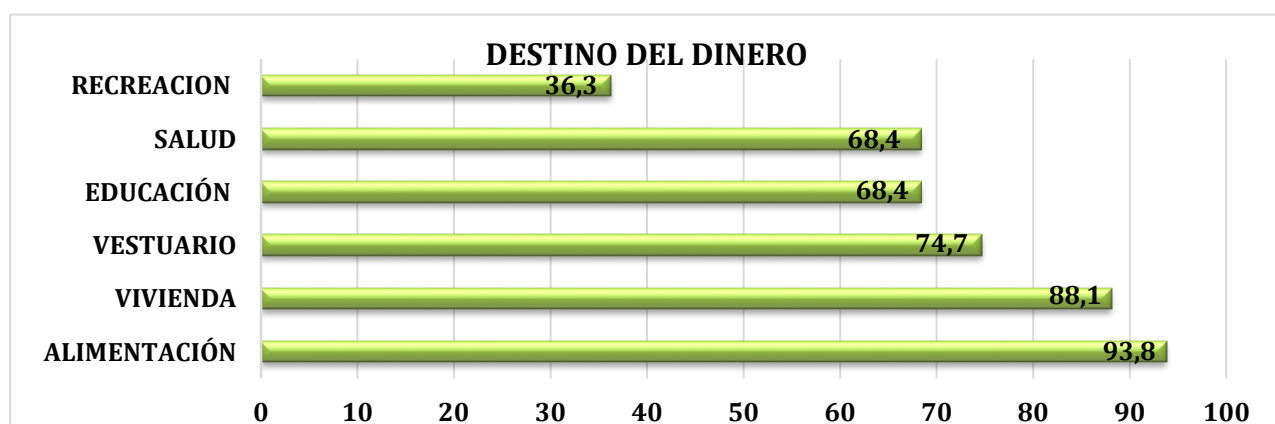


Ilustración 1. Destino del dinero

3.3 Metodología de investigación

Se realizó el siguiente formato de entrevista a 10 trabajadoras sexuales.

Ilustración 2. Formato de entrevista

ENTREVISTA	
Con el fin de desarrollar una idea de negocio, que está motivada por la detección, de una necesidad latente, originada principalmente por una incorporación cada vez mayor de la mujer como trabajadora sexual; es necesario realizar una entrevista que permita reconocer las necesidades del stakeholder anteriormente nombrado, tomando en cuenta sus opiniones para llegar a la solución que se busca.	
NOMBRE:	
1.	¿Tienes hijos?
	Rta.
2.	¿Qué edad tienen?
	Rta.
3.	¿Quién se hace cargo mientras trabajas?
	Rta.
4.	¿Estás a gusto con la persona encargada de tu hijo(a)?
	Rta.
5.	¿Si hubiera un lugar que preste un mejor servicio para el cuidado de los niños dejarías al tuyo(a) en este?
	Rta.
6.	¿Crees que la educación que se le brinda a tus hijos por las personas que las cuidan es adecuada?
	Rta.
7.	¿Estaría dispuesta a pagar por una mejor educación para sus hijos?, Si le respuesta es acertada, ¿qué tanto estaría dispuesta a invertir?
	Rta.
8.	¿Su hijo se está alimentado de una manera adecuada y acorde a su edad?
	Rta.
9.	¿Se siente conforme respecto a la seguridad que su hijo recibe por parte de la persona a cargo?
	Rta.

3.4 Análisis de la investigación

¿ESTÁS A GUSTO CON LA PERSONA ENCARGADO DE TU HIJO(A)?

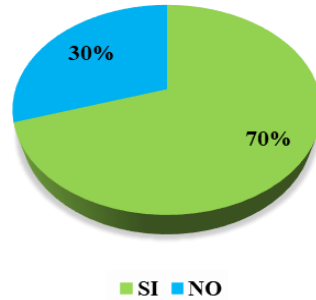


Ilustración 3. ¿Estás a gusto con la persona encargado de tu hijo(a)?

¿QUÉ EDAD TIENEN SUS HIJOS?

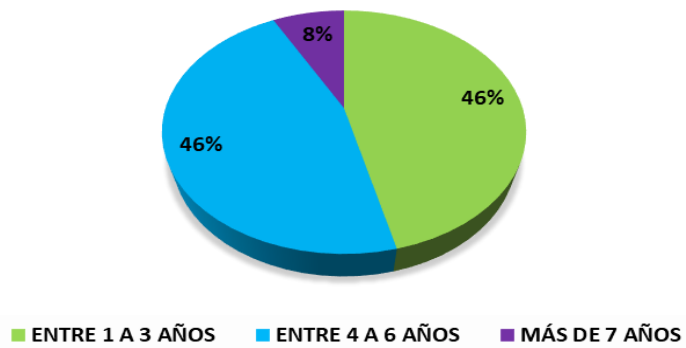


Ilustración 4. ¿Qué edad tienen sus hijos?

¿QUIÉN SE HACE CARGO MIENTRAS TRABAJAS?

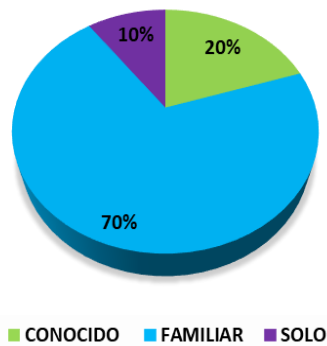


Ilustración 5. ¿Quién se hace cargo mientras trabajas?

SI HUBIERA UN LUGAR QUE PRESTE UN MEJOR
SERVICIO PARA EL CUIDADO DE LOS NIÑOS
¿DEJARÍAS EL TUYO (A) EN ESTE?

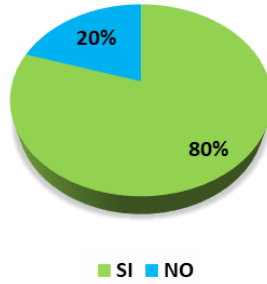


Ilustración 6. ¿Dejarías el tuyo(a) en este?

¿CREES QUE LA EDUCACIÓN QUE SE LE BRINDA A TUS
HIJO POR LAS PERSONAS QUE LO CUIDAN ES
ADECUADA?

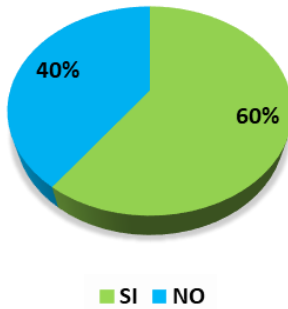


Ilustración 7. ¿Crees que la educación es adecuada?

¿CUANTO ESTARÍAS DISPUESTO A PAGAR POR LA EDUCACIÓN DE
TUS HIJOS ?

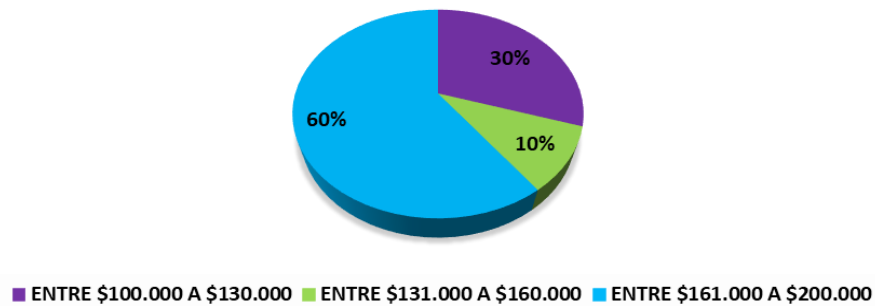


Ilustración 8. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por la educación de tus hijos?

¿SU HIJO SE ESTÁ ALIMENTANDO DE UNA MANERA ADECUADA Y ACORDE A SU EDAD?

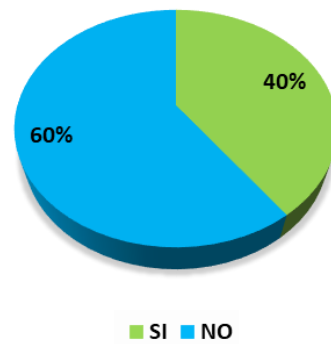


Ilustración 9. ¿Su hijo se está alimentando de una manera adecuada y acorde a su edad?

¿SE SIENTE CONFORME RESPECTO A LA SEGURIDAD QUE SU HIJO RECIBE POR PARTE DE LA PERSONA A CARGO?

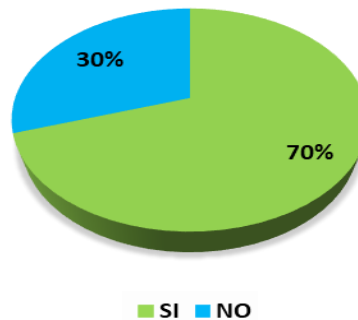


Ilustración 10. ¿Se siente conforme respecto a la seguridad que su hijo recibe?

3.4.1 Conclusiones.

Según lo identificado en las entrevistas gran parte de estas mujeres recurren a dejarlos donde un familiar siendo padre, madre y/o hermano o hermana para que los niños disfruten de un entorno familiar, pero no por esto ellos están bien física ni psicológicamente.

Se evidencia una carencia de compromiso de estos institutos ya que las mujeres que dejan sus hijos en estos lugares no se sienten completamente a gusto con el servicio prestado.

De esta, podemos deducir que las madres que tienen a sus hijos en colegios o jardines están en un grado de satisfacción mínima, pero que, sin embargo, serían capaces de pagar para que les brinden un mejor servicio y tengan un óptimo desarrollo.

Claramente se puede reflejar que estas mujeres no tienen tiempo suficiente para buscar un mejor lugar donde puedan dejar a sus hijos, por lo tanto, quedan en el primer lugar que encuentran.

Claramente se ve una carencia en que las personas que cuidan a los niños son vecinos o instituciones, muy pocas cuentan con alguien de confianza a quien pueda dejar su hijo a cargo, por esto ellas no pueden desempeñarse en su oficio de una manera tranquila.

Se evidencia que muchas de ellas obtienen los recursos suficientes para pagar por un mejor cuidado y bienestar de sus hijos, siendo así que si hubiera un instituto que cubra todas estas preocupaciones ellas optarían por dejarlos allí.

Según lo identificado la mayoría de mujeres estaría dispuesta a pagar un poco más a un instituto que preste las condiciones óptimas para el desarrollo y cuidado de los niños ya que obviamente ellos serán el futuro de nuestro país.

De esto, podemos decir que dentro de la localidad donde ellas ejercen su oficio no hay un lugar aledaño que este reconocido públicamente por parte de la Secretaria de Educación para ejercerse en el medio, por tanto, ellas no tienen más opción que dejarlos a la deriva.

4. PLAN DE MARKETING

4.1 Objetivos del plan de marketing

- ✓ Aumento en el índice de ventas
- ✓ Desarrollar impacto de marca
- ✓ Aumentar la cuota de mercado para el servicio
- ✓ Atraer a nuevos clientes
- ✓ Introducir técnicas de fidelización y mejora de las relaciones con los clientes
- ✓ Aumentar los beneficios anuales, trimestrales o semestrales del jardín

4.2 Estrategia de producto

El Jardín mundo de sueños tendrá como política la formación integral de los niños a través del juego como metodología en el desarrollo de competencias cognitivas, socio afectivas, creativas, comunicativas y psicomotoras. El jardín infantil llevará de manera física y sistematizada la historia educativa de los alumnos. Cada niño tendrá una carpeta en donde reposará todos los documentos requeridos para la vinculación del menor a la institución (fotocopia del registro civil, del carnet de vacunas, del carnet de la EPS, entre otros), además de las evaluaciones psicológicas y el control de crecimiento y desarrollo realizado periódicamente por el grupo de apoyo del jardín infantil. Al ingresar por primera vez a la institución todo niño deberá entrevistarse con la psicóloga, quien le realizará ciertas pruebas que determinen su estado emocional y el desarrollo mental e intelectual del menor y le hará un seguimiento a su proceso, al interior de la institución.

4.3 Estrategia de precio

El sistema a utilizar para el establecimiento de los precios en el jardín, será basado en costos, es decir, “sumar un sobreprecio estándar al costo del producto”. Así, se tendrán en cuenta todos aquellos costos estimados para la prestación del servicio educativo y se le hará un incremento para obtener utilidades.

4.4 Estrategia de publicidad

La estrategia publicitaria inicialmente se orientará a informar al mercado objetivo sobre los beneficios que ofrece la nueva institución educativa para niños en edad preescolar y persuadir al segmento a escoger el Jardín Infantil Abracadabra en el momento de vincular a sus hijos académicamente.

Para llegar al público, se diseñó una imagen de marca apropiada y con sentido, de acuerdo al objetivo de la estrategia. La imagen de marca será usada para todo tipo de publicidad que se realice por el Jardín Infantil. El logotipo, está diseñado bajo un concepto trivial, ya que el grupo objetivo requiere de un diseño sencillo, pero a la vez llamativo que permita captar la atención de este mismo. Al abordar el planteamiento del diseño de la imagen del Jardín, se tuvieron en cuenta varios conceptos como son: el color, el movimiento y la forma, ya que estos elementos gráficos deben ser capaces de impactar y vender la imagen de la institución a los padres y a los niños que terminan siendo los influyentes para escoger el jardín como la mejor opción educativa.

Con los medios publicitarios se busca impactar y comunicar eficazmente las bondades del jardín al público objetivo, crear una imagen positiva que contribuya al posicionamiento del jardín mundo de sueños.

Las actividades de promoción realizadas en cada año estarán dirigidas a fidelizar a los clientes actuales, para que ellos atraigan nuevos clientes a la institución educativa, considerando que para este tipo de servicio la recomendación de un amigo tiene influencia en la decisión de compra del servicio.

4.5 Estrategias de promoción

Descuento por cada hermano inscrito: por cada hermano que sea vinculado a la institución se otorgará al estudiante ya vinculado el 5% de descuento en el valor de la pensión. Esto aplica si el estudiante vinculado, se graduó del Jardín Infantil o si se encuentra aún vinculado

4.6 Estrategia de distribución

- ✓ Volantes: Una persona vestida de niño les entregará un volante a los padres de familia en la calle, en la puerta de los almacenes infantiles y en los consultorios de pediatras, con el

fin de dar a conocer la nueva institución educativa y generar expectativa en el mercado potencial

- ✓ Asesoría: Se tendrá un módulo stand en el centro comercial, El asesor brindará información sobre la pedagogía, instalaciones y servicios adicionales ofrecidos, adicionalmente les entregará la información a los interesados y estarán en capacidad de diligenciar la solicitud de cupo que lo soliciten. Esta solicitud de cupo también se podrá hacer a través de la página web

4.7 Proyección de ventas

La venta de los servicios del Jardín infantil Abracadabra está condicionada a la capacidad locativa de la institución, la cual puede atender a 168 niños durante un año lectivo. La estimación de venta representada en ingresos para los próximos 5 años.

AÑO	N° DE ALUMNOS	INGRESOS MENSUALES	TOTAL AÑO
1	168	\$ 58.800.000	\$ 588.545.000
2	168	\$ 62.328.000	\$ 623.825.000
3	168	\$ 66.067.680	\$ 661.221.800
4	168	\$ 70.031.741	\$ 700.862.408
5	168	\$ 74.233.645	\$ 742.881.452

Tabla 9. Proyección de ventas

5. CONCLUSIONES

- ✓ El Jardín, se constituye como una buena oportunidad de negocio debido a que su rentabilidad depende de un número mínimo de estudiantes (88 niños). Así mismo, los inversores pueden atender hasta 168 estudiantes, ya que su capacidad instalada, como se ha contemplado, así lo permite.
- ✓ De acuerdo al número de instituciones educativas, objeto de la competencia, se puede concluir que existe el número de estudiantes, que se obtendrían quitando participación a los pares en el mercado.
- ✓ Es un riesgo determinante para el plan de negocios expuesto, la novedad de la propuesta. Debido a que la competencia goza de trayectoria y reconocimiento. Este riesgo se minimiza a través de la estrategia de marketing creada para la captura y fidelización de clientes.
- ✓ Las principales ventajas del jardín infantil son: las instalaciones que están diseñadas y acondicionadas para brindar un lugar cómodo y seguro para propiciar el desarrollo integral de los menores.

6. BIBLIOGRAFIA

KOTLER Philip, GARY Armstrong. MARKETING VERSION PARA LATINOAMERICA.
DECIMO PRIMERA EDICION. MEXICO.2007