

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA UNA INSTITUCIÓN
DE DESARROLLO DE HABILIDADES ARTÍSTICAS**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

Autor: Gisella Estefanía Alarcón Naspud.

Verónica Lucia Granda Torres.

Emma Mercedes Huacón Cruz.

Tutor: Eco. Ernesto Rangel Luzuriaga, Msc.MKT.

Guayaquil, 25 de Junio del 2010.

DEDICATORIA

Este proyecto esta dedicado a nuestro padres hermanos y seres queridos, por su comprensión y apoyo en todo los momento de nuestras vidas, y todas las personas de quienes recibimos valiosas enseñanzas que hora forma partes de nuestros desarrollo profesional ético y moral.

AGRADECIMIENTO.

Agradecemos a Dios por regalarnos la fortaleza de compartir este proyecto con nuestras familias, amigos y demás personas que colaboraron con la investigación de nuestro proyecto; al Eco. Ernesto Rangel por su incondicional apoyo durante la realización del mismo.

INDICE

Introducción.....	1
Capitulo # 1	
1.1. Descripción del Proyecto / Producto / Servicio.....	3
1.2. Objetivo del Proyecto.....	4
1.2.1. General.....	4
1.2.2. Específicos.....	4
1.3. ¿Que necesidad satisface.....	5
1.4. Segmento de Mercado: Consumidor.....	5
1.5. Etapa en el Ciclo de Vida del Producto.....	6
1.6. Competidores Directos / Indirectos.....	7
1.7. Aliados Estratégicos.....	8
1.8. Aspectos Económicos.....	9
Capitulo # 2	
2.1. Estudio de Factibilidad Técnica del Proyecto.....	10
2.2. Materia Prima.....	10
2.3. Requerimiento de Mano de Obra.....	16
2.4. Descripción de la Infraestructura Necesaria.....	21
2.4.1. Maquinaria.....	21
2.4.2. Equipos.....	23
2.4.3. Espacio Físico.....	25
2.4.4. Ubicación.....	25
2.4.5. Permisos.....	25
2.4.6. Capacidad.....	25
2.5. Situación Actual de la Empresa en el Mercado.....	26
2.5.1. Aspectos Legales: Tipo de Empresa.....	27
2.5.2. Parte Administrativa: Organización, Organigrama.....	28
2.5.3. Personas y Funciones.....	28
2.6. Diseño de Planta, Infraestructura e Imágenes de Maquinaria.....	29
Capitulo # 3	
3. Estudio de Mercado: Proceso de Investigación de Mercados.....	29
3.1. Información Secundaria.....	29
3.1.1. Análisis de la Competencia.....	29
3.1.2. Diagnóstico Actual del Marketing Miz de la Competencia.....	30

3.2. Información Primaria.....	
3.2.1. Definición del Problema de Investigación.....	40
3.2.2. Objetivos.....	40
3.2.3. Diseño de Metodológico de la Investigación.....	41
* Tipo de Estudio.....	41
Descriptivo / o Concluyente causal.....	42
* Métodos de Recolección de Datos: Cualitativos y Cuantitativos.....	44
3.2.4. Estudio Exploratorio: Técnicas Cualitativas.....	44
* Grupo Focal.....	44
3.2.5. Estudio Concluyente: Técnicas Cuantitativas.....	44
* Encuesta.....	44
3.2.6. Diseño de Cuestionario.....	45
3.2.7. Muestreo.....	47
* Tipo de Muestreo, o no Probabilístico.....	47
* Selección de tamaño de la Muestra.....	47
* Área Geográfica del Estudio.....	48
* Tiempo.....	50
3.2.8. Presentación de Resultados.....	50
* Resultado Cualitativo.....	50
* Resultado Cuantitativo.....	55

Capítulo # 4

4. Plan de Marketing para el lanzamiento de Nuevos Productos.....	62
4.1. Análisis Estratégico.....	62
4.1.1. Estructura de la Cultura Corporativa: Misión, Visión, Principio y Valores.....	63
4.1.2. Planteamiento de Objetivos: de Marketing y de Posicionamiento.....	63
4.1.3. Desarrollo de la cartera de Productos.....	64
* F.O.D.A.....	65
4.2. Análisis del Comportamiento del Consumidor.....	66
4.2.1. Análisis del Cliente.....	66
4.2.2. Segmento de Mercado y Perfil del Consumidor.....	67
4.3. Posicionamiento.....	70
4.3.1. Estrategia de posicionamiento y / o Diferenciación.....	70

4.4. Marketing Mix.....	69
4.4.1. Estrategia del Producto.....	69
* Presentación.....	69
* Característica / Atributos.....	70
4.4.2. Estrategia De Branding.....	71
* Marca.....	71
* Slogan.....	71
* Empaque.....	72
* Logotipo.....	73
* Isotipo.....	73
* Personalidad de Marca.....	73
4.4.3. Estrategia de Precio.....	74
4.4.4. Estrategia de Promoción.....	74
4.4.5. Estrategia de Comunicación.....	75
4.4.6. Estrategia de Distribución.....	76
4.4.7. Estrategia de E- Marketing.....	78
5. Análisis Financiera.....	81
5.1. Vida Útil de Proyecto.....	81
5.2. Requerimientos e Inversión Inicial.....	81
5.3. Estructura del financiamiento: Propio y o / Préstamo.....	82
5.4. Amortización.....	83
5.5. Determinación de Ingreso.....	83
5.6. Determinación de Costos de Ventas.....	84
5.7. Determinación de Gastos.....	84
5.8. Estado de Resultado.....	84
5.9. Flujo de Caja.....	85
5.10. Evaluación Financiera.....	86
* Tasa Mínima Atractiva de Retorno.	
* Tasa Interna de Retorno TIR.	
* Tasa de Descuento.	
* Valor Actual Neto. VAN.	
* Punto de Equilibrio.	
* Recuperación de la Inversión: Payback.	
* Análisi de Sencibilidad.	
Beneficio Social.....	87
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	89

Introducción.

El tema se ha definido como "Proyecto de Factibilidad para Una Institución de Desarrollo de Habilidades Artísticas" para niños y niñas de 2 hasta 10 años de edad.

El tiempo que los niños pasan frente al televisor es tiempo que se le resta a actividades importante, tales como la lectura, el trabajo escolar, el juego, la interacción con la familia y el desarrollo social.

"Los niños que ven televisión durante más horas son más agresivos y pesimistas, menos imaginativos y empáticos, tienden a ser más obesos y no son tan buenos estudiantes como los niños que ven menos televisión"

Dado lo anterior se puede decir que existe una necesidad de reducir el número de horas que los niños pasan viendo televisión, aprovechando el tiempo libre en actividades que brinden entretenimiento pero que aporten conocimiento y destrezas al desarrollo educacional del niño.

Habiendo definido la necesidad de evitar que los niños pasen demasiado tiempo frente al televisor, se considera este proyecto de creación de talleres Artístico como una actividad que además de proporcionarles sano entretenimiento también va a brindarles la oportunidad de desarrollar su creatividad y habilidades sociales.

Este proyecto tiene como objetivo general la creación de talleres de Desarrollo de Habilidades Artísticas para niños.

Los siguientes objetivos específicos que ayudarán a enfocar el proyecto.

- Definir el concepto de artes plásticas y su aporte al desarrollo infantil.
- Establecer la situación de la competencia, el consumidor y el entorno al que se enfrentará la empresa.
- Desarrollar un plan de mercado a través del cual se logre el posicionamiento estratégico y la mezcla de marketing que la empresa necesita para ganar terreno en el mercado.
- Establecer cuales son los requisitos legales y estructuras para poner en funcionamiento los talleres.
- Realizar un análisis financiero que determine los requerimientos de fondos para la implementación del proyecto y la rentabilidad del mismo.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1 Nombre:

“Proyecto de Factibilidad para Una Institución de
Desarrollo de Habilidades Artísticas”

1.2 Descripción del Proyecto.

Nuestro servicio formara actitudes específicas, desarrollara capacidades, conocimientos, hábitos necesarios para percibir y comprender el arte en sus más variadas manifestaciones y condiciones sociales, además de posibilitar la destreza necesaria para enjuiciar adecuadamente los valores estéticos de la obra artística.

La educación artística se expresa a través de sus medios expresivos que son la plástica, la danza, el teatro, la literatura y la música.

Beneficios.

El beneficio que tendrá es el desarrollo socioemocional del niño al propiciar la aceptación de sí mismo con sus posibilidades y límites. Esta aceptación va íntimamente ligada al concepto que tenga de sí, el cual determinará su comportamiento presente y futuro: el niño se conducirá de acuerdo con quien cree que es. Desgraciadamente, muchos padres les reflejan a sus hijos una imagen negativa de su persona y, en este sentido, el arte juega el papel de un reparador para esta imagen deteriorada, manifestándose así una de sus grandes cualidades que es la terapéutica.

En la plástica se expresa mediante el dibujo, la pintura, la escultura, el óleo, la tempera, la plastilina, el barro y otros materiales. Los museos, las galerías de arte, las revistas y las exposiciones permiten el disfrute de esta manifestación.

En la danza se expresa mediante movimientos corporales que siguen rítmicamente las audiciones de diferentes géneros.

En el teatro se expresa fundamentalmente mediante la palabra y el gesto, su obra se realiza en distintos escenarios.

En la literatura se expresa fundamentalmente mediante la palabra. Disfrutaremos de ella a través de novelas, cuentos, obras dramáticas, en vivo o a través de los medios de difusión masiva.

En la música podrá expresarse mediante el canto o la ejecución de diversos instrumentos, por otra parte es posible disfrutar de ellos a través de audiciones, conciertos.

1.3. Objetivos del Proyecto.

1.3.1 General

I.D.H.A. propone encaminar sus actividades a la formación de habilidades de los infantes de la ciudad de Guayaquil enfocado en un entorno natural, familiar y social, así mismo procura fomentar la disciplina, el estudio y el trabajo como los principales medios para alcanzar la excelencia en el ramo artístico.

1.3.2. Específicos.

- Ofrecer servicios educativos de calidad y desarrollar una estructura que garantice la libertad de cátedra dentro de un ideal común: el respeto, la disciplina, la responsabilidad y la exigencia.
- Establecer convenios estratégicos con instituciones, asociaciones o fundaciones afines, ya sean nacionales o extranjeras para el logro e impulso de los objetivos de la institución.
- Difundir y fomentar actividades encaminadas a promover el arte y la música para enriquecer la competitividad de los estudiantes.
- Iniciar a niños, niñas en la práctica, conocimiento y competencia de una actividad artística donde desarrollen su cualidad innata y potencial.

- Nos proyectaremos en el primer año a una rentabilidad del 20%.
- Nosotros como empresarios "PYME" deseamos expandirnos en la capital del Ecuador.

1.4. ¿Qué Necesidad Satisface?

Las Necesidades a satisfacer es enfocado y directamente para los padres de familia que buscan un lugar o espacio en el cual los niños o niñas de la edad de 2 hasta los 10 años de vida se desarrollan sus habilidades y gusto para cualquier actividad artística que nosotros como instituto ofrecemos y principalmente descubrir nuevos talentos guayaquileños e incursarlo en este mundo que ha sido opacado por nuevas o diversas actividades creados con otros fines.

1.5. Segmento de Mercado: Consumidor.

Este segmento es dirigido para niños y niñas de 2 años hasta 10 años principalmente le otorgo con fines social interesarlo en aprender habilidades artríticas, y también para los padres de familia que deseen que sus hijos conozcan sobre estas habilidades artísticas, que le van ayudar en conocer nuevos conocimientos en la cual ve a representar positivamente en su vida intelectual.

Los servicios son: danza clásica, teatro, literatura, música y pintura en que los niños podrán identificarse con cada uno de las habilidades ellos se pueden enfocar mas en aprender, desarrollarse y especializarse en su habilidad más interesada.

Para nosotros también es importante en transmitir la información en visitar cada escuela fiscal, fundaciones y orfanatoríos que se encuentre en la ciudad de Guayaquil, en ayudar a los niños de bajos recursos económicos en que de igual manera tenga la oportunidad de conocer, aprender y desarrollar en las diferentes habilidades artríticas.

1.6. Etapa en el Ciclo de Vida del Producto.

En la Etapa del ciclo de Vida del Producto existe diferentes sub. Etapas que se las presentaremos a continuación. Figura # 1

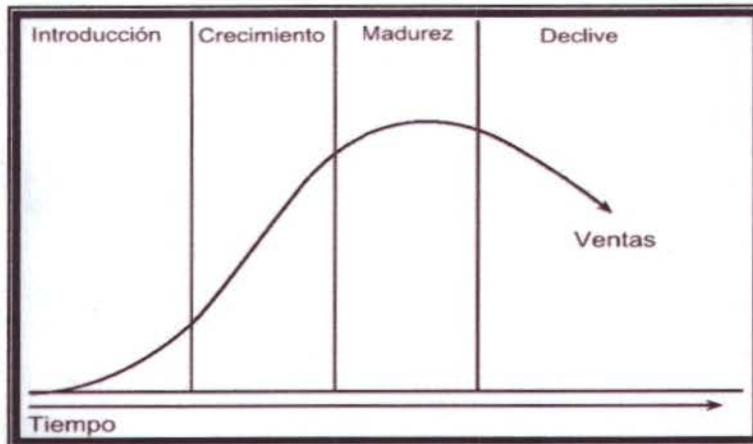


Figura 1.6 Ciclo de Vida del Producto.

1.6.1 Etapa de introducción en el mercado.



La primera etapa se concentraría en la creación de la idea de negocio y la penetración en la mente de padres de familias buscando las necesidades de que los niños ya vean en su mente de disfrutar estas habilidades artísticas, que conozcan el servicio.

1.6.2. Etapa de crecimiento.



En esta etapa analizaremos como debemos llegar al consumidor por medio de la publicidad y el marketing, para de esta forma incrementar el volumen de clientes, es decir hacer conocer que el servicio que ofrecemos a las personas lo reconozcan como necesario e innovador en nuestra cultura. De esta manera será proyectado el mensaje del servicio creando la idea en la mente de los padres de familia para sus hijos.

- Mejorar la calidad del servicio
- Defender el servicio de la competencia.
- Buscar nuevos segmentos de mercado en los cuales entrar
- Diferenciar el servicio.
- Dirigir la comunicación en función del convencimiento del servicio que deseamos brindar.

1.6.3 Etapa de madurez.



El incremento de las ventas es lento o se ha estabilizado en un nivel, los niveles máximos de ventas. En este momento, se alcanza la mayor rentabilidad y se puede prolongar más tiempo con diferentes técnicas de marketing.

Unos de los temas más importante que se debe de ser analizado es de cual seria el precio que deberíamos establecer en el mercado para ser asequible para los padre de familia de un estatus media alta y alta.

1.6.4 Etapa de declive.

Llega un momento en que las ventas decaen (declive o decadencia), en la mayoría de los productos o precios por cambios en la tecnología, la competencia, o la pérdida de interés por parte del cliente, con frecuencia los precios bajan y los beneficios se reducen, por la razón que no se estará obteniendo los suficientes ingresos.

1.7. Competidores Directos / Indirectos.

Mediante el desarrollo del proyecto podemos identificar los competidores con una relación directa con el servicio que deseamos brindar a la familia guayaquileña en la integridad del desarrollo de las habilidades de sus niños.

1.7.1 Directos

- ✓ Escuela de Danza, Jessenia Mendoza.
- ✓ Instituto de Bellas Arte.
- ✓ Instituto Centro Cívico de Guayaquil.
- ✓ Teatro Casa de la Cultura.
- ✓ Orquesta Sinfónica Nacional del Ecuador.

1.7.2 Indirecto.

- ✓ Cursos de Natación.
- ✓ Cursos de Tennis.
- ✓ Cursos de Football.
- ✓ Cursos de Baseball.
- ✓ Cursos de Gimnasia Olímpica.
- ✓ Cursos de Karate.
- ✓ Cursos de Manualidades.

1.8. Aliados Estratégico.

Para el desarrollo del Proyecto se ha llegado a determinación con los siguientes aliados que seria de gran beneficio para nuestros niños de encontrar talentos artísticos.

Convenios

- ✓ Ministerio de Educación.
- ✓ Fundaciones.
- ✓ Hogares de orfanatorios.
- ✓ Municipalidad de Guayaquil.
- ✓ Escuelas Fiscales otorgándoles becas.
- ✓ Asociarnos con Empresas Privadas en la cual den un bono para respaldar la ayuda de los niños de bajo recursos económicos.

1.8. Aspectos Económicos.

ASPECTOS ECONOMICOS	
PIB	24.119(millones USD)
PIB PER CAPITA	1.722 (USD)
INFLACION	3.21%
SUELDOS Y SALARIOS	
Salario min vital nom promedio	\$279.85
Salario unificado nom.	\$240.00
Salario real	\$220.07
CANASTA BASICA	522.77
CANASTA DE LA POBREZA	385,64
POBLACION PAIS	13'000.000 aprox
POBLACION PROVINCIA	3'432.446
POBLACION CIUDAD	2'461.463
TASA DE INTERES ACTIVA	9.11%
TASA DE INTERES ACTIVA PYMES	11.39%
TASA DE INTERES PASIVA	4.57%
RESERVA MONETARIA INTERNACIONAL	4673.92 (millones USD)
BALANZA COMERCIAL	114.46(millones USD)
REMESAS	7,115 (millones USD)

2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.

2.1 **Materia Prima Requerida.**

El Instituto contara como materia prima los instrumentos que los niños utilizaran para cada habilidad artística.

PINTURA.



- Pigmentos: crayolas o acuarelas de diferentes colores.
- Soporte: octavos de pliegos de cartulina bristol, cartoncillo, Lienzo, y papel

MUSICA.

Los materiales que utilizaran los infantes para los talleres de música son:

La escarapela de la institución

El instrumento de acuerdo a las clases que recibirá en el modulo, ya sea:

- Guitarra
- Flauta
- Violín
- Maracas
- Panderetas

Nota: El instrumento se lo adquirirá bajo pedido.





TEATRO

El en teatro lo mas importante al momento desarrollar otra es el escenario.

2.2. Proceso de Producción.

2.2.1. Dibujo.

Inscripción: Niños de 2 años hasta 10 años.

Capacitación: Este curso los realizan los niños en un periodo de 2 meses es para saber y estudiar a los niños en cual de estas diferentes habilidades se desempeñan mejor y claro esta en cual mas le guste.

Proceso: Cada modulo para cada habilidad dura en periodo de 3 meses,

El dibujo es un medio de expresión, un tipo de lenguaje con un gran poder de comunicación y menos sometido a presiones culturales. La pintura representa al mundo y nos enseña a verlo, a apreciarlo; es una actividad creadora cuando es el objetivo desarrollarla.

Nuestro proceso se basa en encontrar en nuevos talentos y se ve reflejado en niños que desarrollen cada habilidad que ellos los puedan desempeñar.

Expresión plástica

Dibujo libre

El dibujo libre es la técnica considerada como la más importante y la primera que debe ofrecerse a los niños, ya que el instrumento representa la prolongación del brazo y deja la huella del movimiento de la mano.

La labor como profesores consiste en que el niño se inicie en el dibujo y que él mismo cree sus imágenes personales para colorear.

Actividad A. "Dibujemos la música en el aire"

En esta actividad se utilizará como motivación la variación de ritmos musicales. Para empezar se hará un ejercicio de sensibilización en el cual pediremos a los niños que por unos minutos escuchen con atención la música y el profesor enfatizará los distintos ritmos con el instrumento de percusión que elija.

A continuación les pediremos que escuchen las variaciones en la velocidad de la música y que muevan sus brazos de manera simétrica llevando el ritmo. Les diremos: "Imaginen que sus manos son un lápiz que con una línea continua va dibujando en el aire la música. Pueden dibujar círculos, espirales, líneas quebradas, ondulantes". Según la variación del volumen de la música dibujara.

Actividad B. "Los colores de la música"

El ejercicio anterior ha sensibilizado a los niños de manera que ahora podrán plasmar *imágenes* de la música. Para empezar, repartiremos los octavos de papel y las crayolas, apoyándonos nuevamente en la música, pediremos a los niños que lo que escuchen lo dibujen con líneas: haciendo espirales, ondulaciones, curvas, o bien pequeñas marcas sobre el papel. Harán uno o dos dibujos de esta manera.

Actividad C. "Partituras de colores"

Ahora los niños escucharán con los ojos cerrados el *collage* musical mientras les decimos: "Visualicen en su interior qué colores tiene lo que escuchan". Al terminar el disco se formarán grupos de ocho a diez niños.

Colocaremos el papel en rollo sobre el muro; repartiremos crayolas y tres o cuatro instrumentos de percusión por grupo. Ellos mismos se pondrán de

acuerdo para decidir quién dibujará y quién tocará el instrumento; pueden también tomar turnos para que todos experimenten ambas actividades.

Observaciones

1. Todas las artes se encuentran relacionadas entre sí, por ello nosotros acudimos constantemente a diferentes expresiones artísticas (danza, teatro, música, literatura) como un complemento para la actividad plástica.

Es importante hacer una selección de los elementos adecuados que motiven y sensibilicen a los niños.

2. En este tipo de actividades puede suceder que el niño rompa y retire envolturas de las crayolas. Estas actitudes pueden ser resultado de la experimentación con el material, no hay que reprimirlos, tal vez deseen ocupar todo lo largo de la crayola para realizar líneas de mayor grosor. Solamente hay que cuidar que no sea para mal utilizar, dañar a otros o desperdiciar material.

2.2.2 Teatro.

El Taller de Teatro proporcionará herramientas teórico-prácticas, que brindaran al educando la oportunidad de Desarrollar su sensibilidad artística por el teatro, Así como Formar parte de equipos teatrales de alto rendimiento.

El alumno aprenda Las diferentes disciplinas que conforman la producción de una puesta en escena, los cuentos como: Luminotecnia, Logística, Maquillaje, Vestuario, Actuación, Sonido, Baile, Escenografía, Oratoria y Comunicación Escrita.

Grupo A Infantil:

Perfil del grupo: Edades 5 a 10 años. Máximo 30 personas por grupo, el grupo es mixto, pero Deberá guardar Proporción la máxima de 2 a 1.

Perfil del alumno que ingresa: Examen médico que acredite estado de salud competente para la actividad física sin riesgo, estudios primarios en curso, saber escribir y leer, para aprender Disposición, talento artístico.

Perfil del alumno que egresa: Capaz para trabajar en equipos extrovertido,, capacidad de observación y análisis a priori una puesta en escena, con talentos detectados y sus áreas de oportunidad en Fortalecimiento, con sensibilidad para la apreciación artística.

Inserción al grupo nuevos alumnos para a: Cualquier día como observador, últimas 2 semanas de cada mes como alumno Con derecho a una clase gratuita, y en la primera semana de cada mes como alumno regular.

2.2.3 Música.

La música desempeña un papel de gran importancia en el proceso de aprendizaje del niño de educación infantil. Es esencial que desde el primer contacto con la música el niño sienta y perciba que es él quien la hace. Con la música, debemos incentivar al niño para que aprenda a escucharla, conocerla y respetarla.

En este curso el niño va obteniendo muchos beneficios como aumentar las habilidades de escuchar, la concentración, desarrollar la imaginación y potenciar la creatividad.

2.2.4 Ballet.

En las primeras clases de ballet, aprenderás los pasos de forma lenta y con mucho cuidado. Te enseñarán movimientos acompañados de música para

ayudarte a tener coordinación. Se basan en movimientos naturales, tales como caminar, correr, brincar y saltar.

El ballet, otorga múltiples beneficios para los niños tanto en el desarrollo físico como psíquico, ya que esta danza requiere de gran concentración para el dominio de todo el cuerpo, además de desarrollar la flexibilidad, coordinación y ritmo.

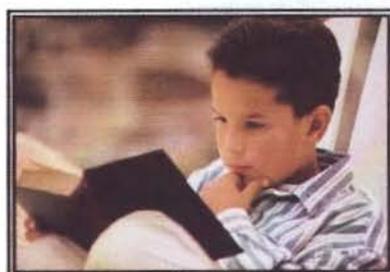
- El ballet ayuda a controlar el cuerpo, fortalecer los músculos y la coordinación de los movimientos.
- El ballet estimula el trabajo en equipo.
- El ballet mejora la autoestima y ayuda a reducir el estrés.
- El ballet ayuda a combatir la depresión, expresar las emociones y canalizar la adrenalina.
- Con el ballet, los niños aprenden sobre motivación, perseverancia y constancia, ideales para su vida futura.
- La práctica del ballet le enseñará al niño la importancia del esfuerzo, que se vera reflejado en cada presentación que realice.
- El ballet es una excelente herramienta para superar la timidez y establecer nuevas relaciones.

2.2.4 Literatura.

La literatura es el arte que crea belleza por medio de las palabras.

Es una de las Bellas Artes, junto con la Pintura, la Música, el Ballet y el canto.

Por extensión, se refiere también al conjunto de producciones creadas de una época o de un género; pudiendo también ser el conjunto de obras que versan sobre un arte o una ciencia



Los infantes que se sientan identificados con la lectura y tengan facilidad de palabras; son los niños ideales para que se les inculque el aprendizaje del arte

en mención, a la vez se los preparará día a día para el desarrollo de estas destrezas, de esta manera realizarán las siguientes actividades:

- Declamaciones
- Oratorias
- Obras escritas de ficción con una finalidad educativa para el entorno.
- Producciones escritas, como folletos para los miembros de la institución, y niños de la ciudad.
- Escritos que se distingan por su belleza de estilo o expresión infantil, su preocupación por la forma, a diferencia de los escritos escolares o trabajos en los que es prioritario el contenido sobre la preocupación estética.



Y más aun el beneficio que obtendrán los infantes es el buen manejo del léxico para poder desenvolverse desde temprana edad en la sociedad.

2.3. Requerimiento de Mano de Obra.

2.3.1 Ballet.



Profesora: Maria Morán González

Estudios: Licenciada en arte mención danza
Universidad de Católica.

Profesión: Coreógrafa y Bailarina Profesional

Dirigido a: Niñas y Niños de 4 a 6 años

PRE Ballet Enseñanza de la postura, estabilidad, expresión, conocimientos del ballet, coreografía, movimiento, disciplina.

Dirigido a: Niñas y Niños de 4 a 6 años

Ballet: Breve Reseña: Técnica del ballet, creatividad del cuerpo, coordinación corporal, sentido rítmico, alineación y postura.

Dirigido a: Niñas y niños de 7 a 12 años.

2.3.2 Pintura



PROFESOR DE PINTURA: MARCO MARTINEZ SIERRA

Bachiller en artes Plásticas Colegio Bellas Artes Juan José Plaza

Escuela de Diseño Facultad de Arquitectura Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Lcdo. En Comunicación Social Universidad Cooperativa de Colombia

Cursos y seminarios: Diseño aerografico y aerógrafo, SECAP

Arte Colonial y Moderno, ESPOL

Arte Contemporáneo, Sociedad Italiana Ecuatoriana

Estética y apreciación del arte, Museo Municipal

Pintura e Historia, Museo Municipal

Arte, valor y comunicación, Banco Central del Ecuador

Curso de grabado punta seca y reciclado del papel, Casa de la Cultura Guayaquil

Seminario taller de dibujo y pintura MACOB, Universidad Laica Vicente Rocafuerte

Seminario - Taller de Periodismo y difusión cultural, Dirección Regional de Programas

Curso de fotografía Museo del banco Central

"Pintar como los pintores del renacimiento, me llevó unos años, pintar como los niños me llevó toda la vida".

Formado en Dirección de Cine, Artes Plásticas, Diseño, Animación Sociocultural, Fotografía, Audiovisuales, Antropología Visual,

Metodología: Didáctica e Intervención con Menores.

Experiencia: Talleres de Pintura Infantil en Centros Educativos, de Menores, Culturales, Cívicos, Lúdicos, Actividades Extraescolares.

Nunca actúo como profesor, les ayudo solamente a que se enfrenten **con confianza** al espacio en blanco, que se sientan seguros, **libres y felices** por vivir esa experiencia para ellos única e inolvidable. Experiencias también únicas e inolvidables para mí al ver sus obras y sus caras llenas de entusiasmo. No hay mayor agradecimiento que el arte.

2.3.2 Teatro.



PROFESOR DE TEATRO: MARIO VERA LOOR

Termino su carrera actoral en Guayaquil.

Estudios: cursos con Maestros como Eugenio Barba,

Estudio en Ucrania en la Universidad Nacional, Dirección de cine, junto al Maestro Boris Savchenko, realizo estudios de dramaturgia con el reconocido Maestro ucraniano Valery Sibak.

Experiencia: Ha participado en festivales de cine internacionales como "Molodist" de Ucrania y "Signes de Nuit" de Paris.

2.3.3 Literatura



El Curso de literatura funcionara bajo la responsabilidad de un coordinador académico, que encabeza un equipo de docentes que asume tareas de enseñanza y tutoría. Cuando es del caso, se invita, como expositores, a especialistas nacionales o extranjeros.

Propósito.

El taller se realiza para que los estudiantes desarrollen las impresiones sensoriales, la creatividad, la fantasía e imaginación.

Logro:

- Desarrollar en el niño la capacidad de expresar sus ideas y conocimiento.

INDICADORES DE LOGROS:

- Desarrolla la creatividad y la fantasía a través de juegos, rondas y dibujos.
- Se expresa libremente por medio de dibujos utilizando diferentes materiales.
- Narra con lógica historias sencillas.
- Desarrolla los sentidos.

2.4. Descripción de la Infraestructura Necesarias.

2.4.1 Instrumentos artísticos:

Pintura.

- Lápices de colores
- Hojas de papel
- Crayones
- Cartulina

- Acuarela.
- Carboncillo.
- Pasteles.
- Óleo.
- Acrílico.
- Collage.
- Tijeras.
- Goma.
- Reglas.
- Rodillos.
- Mosaico. (Cristales, piedras, telas)
- Modelado. (Arcilla, esponjas, recipientes, manteles)

Teatro

- Escenografía:
- Árboles, casas, ventanas colocados sobre soportes, floreros y mesas entre otro.
- Tablillado, que es colocar elementos más sencillos sobre el más grande para ir quitándolos.
- Cortinaje, como el telón de fondo.
- Ciclorama, es una tela blanca lisa que rodea el escenario.
- La iluminación acertada ayudará a crear magia, belleza, plástica y centra la atención del espectador.
- Efectos sonoros por lo general no musicales, que se utilizan para resaltar y brindar apoyo a las escenas. Truenos, lluvia, autos, fuego, viento, etc.
- Vestuario forma parte de la expresión plástica.
- Maquillaje determina características del carácter del personaje.

Música.

Instrumentos de viento-madera:

- La flauta dulce.
- El clarinete.

Instrumentos de viento-metal:

- La trompeta.
- El trombón.

Instrumentos de cuerda y arco:

- Violín.

Instrumentos autónomos:

- Piano.
- Guitarra clásica.

Percusión:

- Tambor.
- Batería.

Ballet

- Las barras,
- Los espejos
- las zapatillas de ballet
- VESTIMENTA: MAILLOT O EN ocasiones se puede imponer una faldita encima (PARA LAS NIÑAS), LEOTARDOS O un pantalón corto con una camiseta y calcetines (PARA NIÑOS)

Arte Literario

- Guías de lectura.
- Distintas obras.
- Cuentos.
- Poesías o fragmentos seleccionados.

2.4.2 Equipos: Los equipos que se utilizaran para el instituto serán los siguientes:

- 3 Escritorios
- 10 sillas de oficina
- 1 recepción
- 2 archivadores
- 5 armarios estantes
- 1 camilla
- 50 sillas de trabajo
- 5 computadores
- 3 impresoras
- 2 teléfonos
- 6 aire acondicionado
- 1 dispensador de agua
- 2 carteleras
- Artículos de limpieza
- Artículos decorativos
- Artículos de oficina

2.4.3 Espacio Físico:

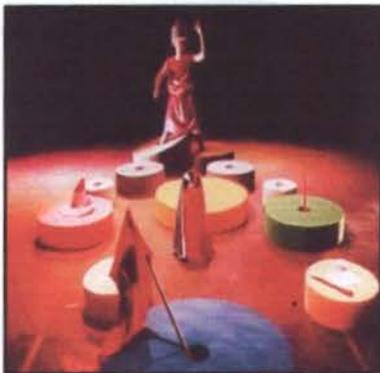
El local donde se desarrollarán los talleres deberá tener un área de alrededor de 500 m², preferiblemente con patio y gozar de todos los servicios básicos como son luz, agua, teléfono y baterías sanitarias.

Tendrá 5 áreas definidas según las habilidades artísticas a impartirse, compuesta de la siguiente forma:

1. DIBUJO.
2. TEATRO.
3. MUSICA.
4. BALLET.
5. LITERATURA.



Ballet: Dentro de este espacio, se construirá un local con paredes de vidrio en el interior.



Teatro: Se construirá además un teatro con capacidad de alrededor de 300 personas, con todas las condiciones optimas para dar conciertos no solo a cargo de los alumnos de la Escuela de Artes, si no que se abrirá a grupos y artistas externos que podrán alquilar el teatro.



Música : La institución contara con una sala amplia la cual los niños se van poder desarrollar mejor.

Adicionalmente contara con recepción, oficina, orientación-enfermería y se adecuara un espacio para bodega de materiales e implementos de limpieza.

Ubicación de la Planta.

La Institución funcionara en un terreno ubicado en la ciudad de Guayaquil, parroquia Tarqui (*Norte de la ciudad*), Ciudadela Kennedy N. Nahim Isaias y Luis Orrantia.

Este terreno posee 500 m², que consideramos suficiente para construir el Instituto donde se desarrollara las respectivas habilidades artísticas de los niños.

2.4.5 Permisos.

El instituto de desarrollo de habilidades artísticas será representado legalmente como persona natural, para lo cual se debe obtener el registro único de contribuyente con el nombre del propietario como razón social "Instituto de desarrollo de habilidades artísticas" como el nombre comercial, la actividad principal será el desarrollo de habilidades artísticas.

Para iniciar el funcionamiento de los talleres primero se deberá obtener los siguientes documentos:

- Tasa de habilitación del municipio.
- Patente municipal.
- Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.
- Permiso de funcionamiento del ministerio de Salud Pública.
- Contrato de arrendamiento.

2.4.6 Capacidad instalada.

Debido a que cada grupo de alumnos ocuparía un salón los cinco días de la semana, con horario de atención al público de 8:30 hasta 6:30 Pm horas, clases de 3 hora y contando con cinco aulas, a futuro el negocio tendría una capacidad máxima para llegar a atender a 20 grupos de cinco integrantes cada uno. En otras palabras, cuando se alcance la ocupación total de las aulas en todos los

horarios disponibles, la academia podría tener una matrícula de 270 alumnos y obtener ingresos por \$248,400 al mes, una vez posicionada, momento en el cual se tendría que pensar en un lugar más grande o abrir una sucursal para su expansión (o para continuar con su crecimiento).

2.5 Situación Actual de la Empresa en el Mercado.

2.5.1 Aspectos Legales: Tipo de Empresa.

El Instituto de Desarrollo de Habilidades Artísticas, será registrado en la súper de compañía como Compañía de responsabilidad limitada, por cual esta conformada por tres accionistas que son:

Ing. Gisela Alarcón.

Ing. Verónica Granda.

Ing. Emma Huacón.

Por Parte de cada una de las accionistas tendrá una participación de \$15.000.00 Dólares Estadounidenses, el capital sería de \$45.000.00 Dólares contara con un préstamo solicitado a una institución financiera de \$20.000.00.

La empresa contara con un nombre comercial. "I.D.H.A".

2.5.2 Parte Administrativa: Organización, Organigrama, Personas y Funciones.

1. Estructura organizacional.

Como se observa en la figura 4.1 el grupo de trabajo conformado por 1 director, 1 orientadora, 1 enfermera, 2 parvularias, 1 contador, 5 instructores (artistas plásticos) está enfocado al cliente y liderados por la directora, una de las socias será elegida para cumplir el cargo de directora. Las 3 socias tienen el mismo poder de toma da decisión que la directora elegida, además cuentan con personal de apoyo, conformado por 1 secretaria-recepcionista, 1 conserje-mensajero y un guardia.

Figura 4.1.- Estructura organizacional



Las funciones de cada miembro del personal serán las siguientes:

Director: Desarrollará estrategias encaminadas a lograr el buen desempeño de la organización, se nos habla acerca de la planeación, así como la dirección y control del proceso administrativo a seguir, en síntesis consideramos este concepto aunque no completo, muy simple pero de gran alcance. En relación a la administración de recursos humanos tales expectativas gerenciales no alcanzan mucha diferencia, en tal sentido y esperando que el trabajo siguiente sea de vuestro agrado, discutiremos a continuación temas referentes a la administración del recurso humano, sus funciones, objetivos dentro de una organización así como también sus inicios o antecedentes históricos.

También Manejará la imagen de los talleres, con promociones y publicidad; búsqueda de alianzas estratégicas con los medios y proveedores, captación.

De nuevos clientes, con una planeación de presentaciones en escuelas y empresas para ofrecer los servicios.

Contador: llevará los libros de contabilidad, incluyendo nomina, compra de materiales y pago de servicios. La Jornada laboral será de medio tiempo.

Orientador: llevar un historial de los alumnos que incluya las clases que toma y los avances presentados durante los cursos; deberá dar soporte continuo a los instructores durante los cursos para ayudar a detectar patrones de conducta infrecuentes y realizar la respectiva retroalimentación con los padres de familia; adicionalmente deberá tener conocimientos básicos de enfermería a fin de que pueda prestar primeros auxilios en caso de ser requerido.

Instructores: Dirigir los cursos en cada una de sus áreas de trabajo; deberán colaborar con la planificación de horarios y cursos; y llevar un control de uso y requerimientos de los materiales de trabajo.

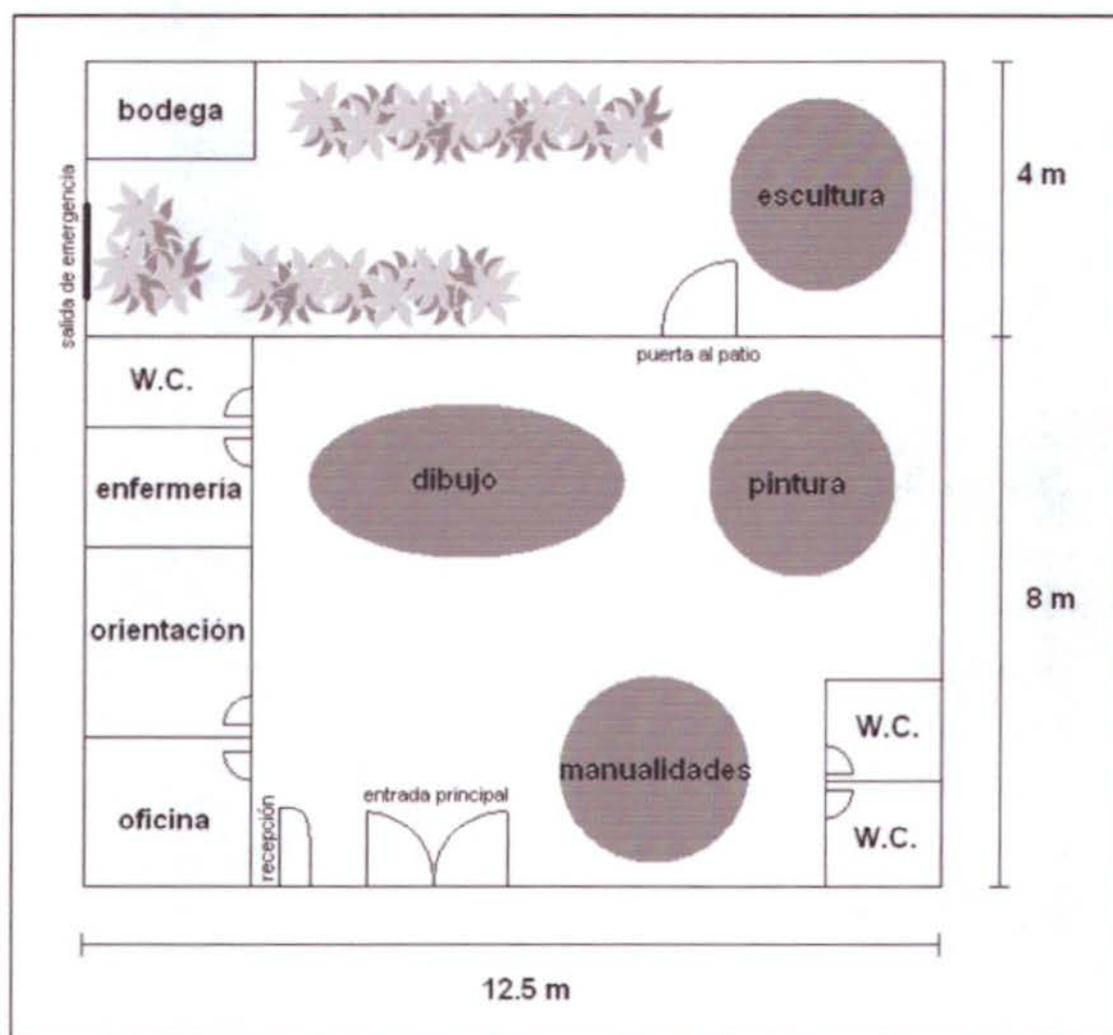
Secretaria-recepcionista: Proveer información general a quienes llamen o acudan al taller, deberá mantener actualizadas las carteleras de información y contactos; y todas aquellas inherentes al cargo.

Conserje-Mensajero: Realizar la limpieza Integral de la institución, así como la mensajería que sea necesaria.

Guardia: Realizar la vigilancia del local y de los vehículos del personal y de los padres de familia que se encuentran en las inmediaciones del establecimiento.

Enfermería: cuidar a los infantes que padezcan una afección física, con el fin de mejorar las molestias o dolencias generadas por alguna enfermedad o accidente ocurrido dentro de la institución.

2.6 Diseños de Planta, Infraestructura e Imágenes de Maquinarias.



3. ESTUDIO DE MERCADO: PROCESO DE INVESTIGACION DE MERCADOS

3.1 Información Secundaria.

3.1.1 Análisis de la Competencia.

Se ha definido como competencia a los establecimientos que dan clases de manualidades y/o artes plásticas en al menos una de las siguientes áreas: pintura, dibujo y escultura durante el periodo vacacional y/o fuera del horario de clases durante el periodo lectivo. Con el fin de determinar el tipo de servicio que brinda la competencia se procedió a tomar la selección de diferentes instituciones, academias e institutos que han destacado su participación en la

guía telefónica de Guayaquil, anuncios publicitarios en diarios de la localidad y páginas en Internet.

3.1.2 Diagnostico Actual del Marketing Mix de la Competencia.

Centro Artístico Yesenea Mendoza

Te ofrecemos cursos de:

- Jazz.
- Danza Moderna.
- Hip Hop.
- Ritmos Tropicales.
- Estimulación de Danza:
 - 4 meses - 1 año Estimulación - Dance 1
 - 1 año - 2 años Estimulación - Dance 2
 - 2 años - 3 años Maternal - Dance
 - 3 años a 4 años Kínder - Dance

Estudio de Danza de 8 niveles para niños, niñas, adolescentes y adultos: principiantes, intermedios y avanzados.

Precio

Valor de Matricula: \$ 40 USD

Mensualidad: \$ 40 USD

Ubicación de los establecimientos

Norte: Av. Principal la Garzota Edificio Impromafesa 1er piso frente a Western

Union Teléf.: 593-4-2278159

Sur: Rosa Borja de Icaza 502 y Francisco Segura.

Teléf.: 593-4-2342766

Samborondon: Avenida principal Entre Ríos, Edificio LAXMY (banco del austro)

Teléf.: 593-4-2839222

LÍNEA DE ROPA DE DANZA, YESYDANCE.

Ballet

Zapatillas de punta y media punta, medias panty capezio, mallas, bodys, unitars, faldas, bolsos y cintillos.

Jazz

Zapatos de jazz, protectores de pies (para jazz y contemporáneo), sneaker's dance, pantalones de jazz, bodys, tops, faldas, mini chalecos y bolsos.

Hip hop

Zapatos deportivos (sneaker's dance) tops, camisetas, bodys, calentadores, shorts, bermudas, chompas, gorras y accesorios.

Gym

Ropa de gimnasio para damas y caballeros; calentadores, camisetas, buzos, calzado deportivo, gorras y accesorios como mochilas, termos, porta maquillajes, paraguas, etc.

Yesitadance

Línea de ropa infantil que contiene toda la colección de uniformes y accesorios del Centro Artístico Yesenea Mendoza además cuenta con calzado para ballet y jazz, vestidos, conjuntos de dos piezas y disfraces para toda ocasión.

Íntimamente yesy

Ropa íntima para bailarinas y mujeres modernas. Pantys, tops, lencería fina, batas, salidas de cama, salidas de baño y bóxers.

Revista Fouette

Fouette es el nombre de la revista del Centro Artístico Yesenea Mendoza, su primer número fue lanzado el 4 de Diciembre del 2002 en el salón Guayaquil del Hotel Oro Verde en la ciudad de Guayaquil.

Ya son 7 ejemplares expuestos a lo largo de la historia de la institución.

Con 100 páginas de papel couche, delicada y ordenadamente diagramada, FOUETTE es el primer anuario realizado por una institución de danza, contiene fotos de los cursos de sus alumnos, reseñas, historia del centro artístico, actividades, eventos especiales y demás.

Cabe destacar que usted puede adquirir su ejemplar en cualquiera de los tres centros artísticos tanto en el Norte, Sur y Samborondón: su valor es de \$ 5.00.

MUSICA

Conservatorio Federico Chopin

Talleres vacacionales: Expresión corporal, música, artes plásticas.

Horarios: Martes, miércoles y jueves 9h00 a 12h00.

Edad de 9 a 12 años

Valor \$ 170,00

Instrumentos: Piano, violín, viola, flauta traversa, guitarra, canto y percusión.

Valor 4 70.

Dirección: Hurtado 901 A y Carchi primer piso.

Teléfono: 2368008.

TEATRO

Casa de la Cultura.

La Casa de la Cultura Ecuatoriana cuenta con un grupo selecto de artistas que representan a la institución y realizan permanentemente presentaciones en todo el país. Este grupo está conformado por el Teatro Ensayo

Técnicas de teatro, desarrollo de la personalidad, creatividad, fluidez de palabra, desinhibición e integración grupal.

FECHA: 19 de enero. Varios niveles.

Costo: \$ 15.

Dónde: Nueve de Octubre y Pedro Moncayo.

Teléfono: 241-2578.

Fundación Sociedad Femenina de Cultura - Escuelas del Teatro Centro de Arte

¿Qué somos?

En el año 1988 la entonces Sociedad Femenina de Cultura inauguró su Teatro al público, y a la vez comenzaron a funcionar las Escuelas de Arte, tratando de llenar o cubrir la falencia de Escuelas con miras a la formación artística de niños y jóvenes.

Paquetes de Artes Integradas

Modalidades: Animación a la lectura- Ballet, Teatro, Iniciación musical, Pintura, Karate, Manualidades.

Curso libres

Música: Piano, guitarra popular, batería, órgano y canto.

Danza: Ballet, danzas españolas y danzas árabes.

Pintura: Para niños de 4 a 12 años

Talleres: Pintura y dibujo (jóvenes y adultos)

Taller de Teatro (niños, jóvenes y adultos)

Teléfonos: 2350718 - 2354921.

E mail: sfdc@gye.satnet.net

Informes: Teatro Centro de Arte Km 4,5 vía a la costa

LAS ESCUELAS DE ARTE ESTÁN CONFORMADAS POR:

*** LA ESCUELA DE BALLET "INGE BRUCKMANN"**

Actividades

En nuestra escuela el alumno tiene acceso a varias actividades, los estudios están constituidos por cinco niveles de dos años para cada nivel. Y dos años iniciales para niños de 4 y 5 años.

Danza contemporánea

Los alumnos desde el nivel Intermedio reciben clases de: Danza Contemporánea, donde estudian diferentes técnicas: Graham - Limon - Flying low y movimiento invertido.

Danza folclórica

Desde el nivel Preparatorio los alumnos reciben 1 hora semanal de Danza Folclórica, considerando la importancia de mantener vivas las raíces y manifestaciones de nuestro pueblo ayudando de esta manera a su formación artística y creativa.

Jazz

Los niveles Principiantes e Intermedios reciben hora y media semanal de Jazz, también como materia que complementa su formación.

Eventos:

Función de Fin de Curso

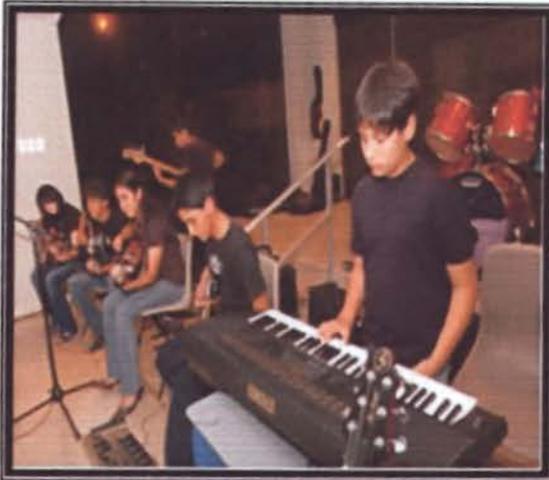
A mediados del mes de Enero en el Teatro Principal, todos los alumnos de los diferentes niveles de nuestra escuela se unen para poner en escena el montaje de una obra de ballet.



* LA ESCUELA DE MÚSICA

Los estudios están constituidos por tres niveles:

- Preparatoria
- Medio y
- Superior



Iniciación musical

Para introducir a los niños de 4 -6 años al mundo de la música ofrecemos este curso donde el alumno desarrolla la percepción auditiva a través de contenidos teóricos-prácticos, que involucran juegos, ejercicios entonación de instrumentos, ritmos.

Lecto-escritura

Materia que acompaña al aprendizaje del instrumento, el alumno recibe una hora a la semana. En horarios establecidos por la escuela.

Horarios:

Las clases son individuales el horario a escoger de acuerdo a la disponibilidad horaria de los maestros:

Guitarra Popular Dos veces por semana 1 hora cada día.

Guitarra Eléctrica Dos veces por semana 1 hora cada día.

Batería Dos veces por semana 1 hora cada día.

Eventos:

Función de Fin de Curso.

A mediados del mes de Enero en el Teatro Experimental, todos los alumnos de los diferentes niveles y modalidades de nuestra escuela música se unen en un recital donde demuestran los conocimientos adquiridos.



* LA ESCUELA DE PINTURA

Actividades

Está estructurada en talleres para niños, jóvenes y adultos, con tres niveles, que serán aprobados de acuerdo a la capacidad y creatividad del alumno.



Dibujo

Se estudiará el dibujo a mano alzada y carboncillo.

Pintura

Los niños son introducidos al conocimiento de colores básicos, collage.

Técnicas: tempera, acrílico, crayola, tinta.

Los adultos estudian composición, diseño y uso de los diferentes recursos, técnicas: óleo, acuarela, acrílico.



Eventos:

A mediados del mes de diciembre en la Sala de Exposición del 5to piso del Teatro, los alumnos del taller de jóvenes y adultos demuestran los conocimientos adquiridos en una exposición de pinturas.

Los niños realizan una clase demostrativa y exposición de sus obras en la sala de pintura.

*** LA ESCUELA DE KARATE (ARTES MARCIALES)**

Actividades

Bienvenidos a la Escuela de Karate Do Wado Ryu, serán conducidos al arte de la defensa personal, siguiendo un cuidadoso programa, para ir dominando las técnicas marciales.



Eventos:

Función de Fin de Curso

A mediados del mes de Diciembre, los alumnos de la escuela de karate realizan una exposición antes los padres y de acuerdo a su preparación se realiza la ceremonia de cambio de cinturón.

Horarios y Valores.

Matricula 15 abril del 2010

Inicio 3 de Mayo del 2010

ESCUELAS DE MUSICA

INICIACION MUSICAL \$50,00

PIANO 1/2 hora 2 veces a la semana* \$85,00

GUITARRA CLASICA 1 hora 2 veces a la semana* \$110.00

GUITARRA POPULAR 1 hora 2 veces a la semana* \$110.00

GUITARRA ELECTRICA 1 hora 2 veces a la semana* \$110.00\$

ORGANO 1 hora 2 veces a la semana* \$110.00

BATERIA 1 hora 2 veces a la semana* \$ 110.00

CANTO 1 hora 2 veces a la semana* \$ 110.00

VIOLIN 1 hora 2 veces a la semana* \$ 110.00

ESCUELA DE BALLEY INGE BRUCKMAN

PRE- BALLEY I \$40,00

PRE- BALLEY II \$40,00

SEMILLERO I \$40,00

SEMILLERO II \$40,00

PREPARATORIO I \$50,00

PREPARATORIO II \$50,00

PRINCIPIANTES I \$ 83.00

PRINCIPIANTES II \$ 83.00

INTERMEDIO I \$ 83.00

INTERMEDIO II \$ 83.00

AVANZADO I \$ 83.00

AVANZADO II \$ 83.00

JAZZ INICIAL \$ 40.00

JAZZ INTERMEDIO \$40,00

TEATRO

NIÑOS DE 8 A 12 AÑOS \$ 40.00

JOVENES Y ADULTOS \$ 52.00

RITMOS DE SALÓN \$ 40.00

BALLET PARA ADULTOS \$ 40.00

ESCUELA DE PINTURA

NIÑOS DE 4 A 6 AÑOS \$ 40.00

NIÑOS DE 7 A 12 \$ 40,00

PINTURA ADULTOS \$ 45.00

CURSOS PARA ADULTOS MAYORES \$35.00

KARATE \$40.00

3.2 INFORMACION PRIMARIA:

3.2.1 Definición del Problema de Investigación.

La necesidad de establecer variables fundamentales para la creación del Instituto de Desarrollo de Habilidades Artísticas para Niños en Etapa Escolar, nos lleva a elaborar la investigación de mercado que despeje las interrogantes para determinar:

- Factibilidad del proyecto,
- Viabilidad del proyecto,
- Precio del servicio,
- Horario de actividades,
- Demanda del servicio,
- Necesidades específicas de nuestros clientes potenciales.

3.2.2 Objetivos.

Objetivo General.

Obtener información necesaria para el proyecto, la misma que nos ayudará a conocer las necesidades de nuestros potenciales clientes y determinar los diferentes servicios que se ofrecerán.

Objetivos Específicos.

- Conocer el tamaño del mercado que deseamos cubrir.
- Conocer las preferencias y expectativas del mercado meta.
- Determinar el tipo de servicio a ofrecer en base a las necesidades manifestadas por nuestros clientes durante la investigación.
- Determinar un precio base más adecuado, de acuerdo con lo que el mercado meta esté dispuesto a pagar.
- Establecer el horario de operación del Instituto, según las necesidades del mercado que hemos analizado.
- Conocer las preferencias que tienen los padres con las distintas habilidades artísticas que existen en el mercado.

3.2.3 Diseño Metodológico de la Investigación:

El Diseño metodológico, es una relación clara y concisa de cada una de las etapas de la investigación y es la descripción de cómo se va a realizar la investigación

- **Tipo de Estudio: Exploratorio, Concluyente Descriptivo y/o Concluyente casual.**

Investigación Exploratorio.

En el desarrollo de la investigación exploratoria se consideró como lo más apropiado es de realizar un solo Focus Group, lo mismo que servirá como los primeros aportes de información a las interrogantes planteados sobre un breve conocimiento del entorno en que se desarrolla el Instituto Desarrollo de Habilidades Artística como: posibles competidores, clientes potenciales y nivel de aceptación.

Investigación Concluyente Descriptiva.

En esta sección se detallará el comportamiento del consumidor que fue dirigido a un segmento para padres de familia que tienen hijos de 2 hasta 12 años de edad, por lo cual necesitamos obtener la información de los encuestados.

En este estudio se utilizará la investigación descriptiva pues es el mejor enfoque para proporcionarnos en cuadro completo y exacto de las características del mercado en el que se desenvuelven el Instituto Desarrollo de Habilidades.

Para alcanzar nuestros objetivos, es necesario desarrollar una representación completa y exacta de la situación a analizar, las cuales deben abarcar los grados de satisfacción e insatisfacción de los clientes potenciales, sus gustos, preferencias y los posibles competidores que se encuentren el mercado.

En la investigación descriptiva la fuente mas utiliza para generar datos requeridos es la comunicación con encuestados, ya que es ideal obtener datos de las personas por medio de la formulación de preguntas, y mayormente aun cuando nuestras necesidades de información requieren datos primarios sobre actitudes, percepciones, tendencias, motivadores y comportamientos de los encuestados.

- **Métodos de Recolección de Datos: Cualitativos y Cuantitativos.**

Los datos utilizados en el desarrollo del estudio, proveniente tanto de fuentes secundarios como primarias. Básicamente los datos que se obtuvieron fueron expresados de forma cualitativa y cuantitativa.

Cualitativos.- Para el desarrollo y recolección de datos se utilizó el método del Focus Group.

Cuantitativa.- Para la elaboración de este método se contó con una encuesta, ya que es ideal para obtener datos de la persona por medio de la formulación de preguntas.

3.2.4 Estudio exploratorio: Técnicas cualitativas

- **Cuestionario.**

1. Como padre/madre de familia responsable, ¿Qué espera usted de la educación de sus hijos?

2. ¿Sus hijos toman parte en la decisión de que asistan a algún curso fuera del horario o periodo de clases? Si no

- ¿Por qué?

3. ¿Cuál es la actividad que le gustaría realizar a su hijo?
4. ¿Sus hijos toman algún tipo de clases extraescolares durante el periodo lectivo?

- **SI** : (Continuar con las preguntas)
- **No**: (pasar a la pregunta 9)

5. ¿Por qué seleccionó esta actividad?

Su hijo la eligió	siempre lo ha inscrito en lo mismo	Era lo que más se ofrecía	Había en el plantel al que asiste	otro

6. ¿En qué establecimiento toman las clases?

Nombre	Norte	Sur	Centro

- 7.- ¿Qué motivos le llevaron a elegir este lugar?

Ubicación	Prestigio	Precio	Facilidades de transporte	Recomendación	Otro

- 8.- ¿Cuánto tiempo llevan sus hijos tomando estas clases? **(Pasar a la 10)**

9. -¿Desde hace cuánto tiempo su hijo no toma cursos extraescolares?

- 10.-¿Conoce algún otro instituto que brinde nuestro mismo servicio?

Cabe destacar, que un cuestionario bien diseñado, con preguntas bien planteadas e instrucciones precisas, es de vital importancia para alcanzar los objetivos de la investigación de mercados.

Por el contrario, un cuestionario sin las preguntas adecuadas y/o con indicaciones muy vagas puede hacer fracasar todo el esfuerzo y la inversión realizada. Por ello, el diseño de un cuestionario requiere de mucho cuidado, tiempo, esfuerzo y personal especializado para su elaboración.

3.2.6 Diseño del Cuestionario.

- ¿Tiene hijos?

Si

No

- ¿Cuál es la edad que le gustaría que su hijo aprendiera los talentos Artísticos?

2 - 3

4-5

6 - 7

8 - 9

10 -12

- ¿Cuántos hijos tiene usted que se encuentren entre los 2 y 10 años de edad?
- En escala del 1 al 5, ¿Qué tan importante es para usted que sus hijos tomen este tipo de clases, siendo 5 muy importante? ¿Por qué?

	1	2	3	4	5
Pintura					
Ballet					
Literatura					
Teatro					
Música					

- ¿Usted considera que tendríamos que agregar otra habilidad artística en el Instituto?

Si

No

Cuál? _____

- ¿Cuál de los 2 padres trabaja?

Papá

Mamá

- ¿Le gustaría que el Instituto cuente con servicio de transporte?

Si

No

- ¿Le gustaría que exista un servicio de cafetería?

Si

No

- ¿Actualmente usted invierte en actividades extracurriculares de su hijo?

Si

No

- ¿Estaría dispuesto a inscribir a sus hijos en un centro de habilidades artísticas?

Si

No

- ¿Cómo preferiría que sea la metodología de las clases?

Grupales

Individual

- ¿En qué tiempo le gustaría que se dicten las clases?

Durante todo el año.

Periodo vacacional .

Periodo lectivo.

- ¿Cuál de estos horarios consideraría ideal para los cursos?

En la mañana:

8 a 11 AM

9 a 12 PM

En la tarde:

3 a 6 PM

4 a 7 PM

- ¿Estaría dispuesto a invertir \$ 200 trimestrales en clases artísticas para sus hijos?

Si

No

3.2.7 Muestreo.

- **Tipo de muestreo:**

Probabilísticas.

El método de muestreo que se eligió fue el probabilístico porque son aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y, consiguientemente, todas las posibles muestras de tamaño n tienen la misma probabilidad de ser elegidas. Sólo estos métodos de muestreo probabilísticos nos aseguran la representatividad de la muestra extraída y son, por tanto, los más recomendables.

- **Selección del Tamaño de la Muestra.**

Con esto logramos determinar cuántas personas deben ser encuestadas y que la información obtenida sea representativa de la población objetivo.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q}{e^2}$$

$n =$ Tamaño de la Muestra. \longrightarrow 150 Personas encuestados.

$Z =$ Estadística de Prueba. $\begin{cases} \longrightarrow 90\% & z = 1.645. \\ \longrightarrow 94\% & z = 1.96 \\ \longrightarrow 98\% & z = 2.34 \\ \longrightarrow 99\% & z = 3.58 \end{cases}$

$P =$ Probabilidad de éxito (0.5)

$q =$ Probabilidad de éxito (0.5) $p + q = (0.5)$

$e =$ error $\begin{cases} \longrightarrow 7\% & 4\% \\ \longrightarrow 6\% & 3\% \\ \longrightarrow 5\% & 2\% \end{cases}$

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} \quad n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.08)^2}$$

$n = 150.$

- **Área Geográfica del Estudio.**

El área geográfica del estudio se realizó con residentes en zonas urbanas de la ciudad de Guayaquil como las ciudadelas Alborada, Sauces y Garzota.

- **Tiempo.**

El ejercicio se realizó el 5 de junio del presente año con un target concentrado en padres de familia (mujeres y hombres) entre 22 y 40 años, con un nivel socio-económico medio-alto.

3.2.8 Presentación de Resultados.

Resultados cualitativos.

Después de haber participado como observadores del Focus Group podemos analizar la intervención y concluir sobre cada una de las preguntas planteadas:

Perfil:

Personas de edad adulta que tengan hijos de la edad de 2 hasta 12 años de edad, que le gustaría que conozcan de las habilidades artísticas.

Medio:

El lugar donde se desarrolló el grupo focal fue en la sala de una casa; de uno de los amigos de una de las integrantes del grupo, el día sábado 5 de Junio de la 17h00 de la tarde.

Reclutamiento:

Se realizará una selección de participantes, dentro de nuestro círculo de amigos y familiares que tengan hijos establecido anteriormente.

Moderador:

Srta. Verónica Granda.

1. Como padre de familia responsable, ¿Qué espera usted de la educación de sus hijos?

Todos los entrevistados respondieron que esperan que la educación de sus hijos sea la mejor, que en un programa académico para desarrollar las habilidades que posea el infante y que en la cual se logre descubrir el talento.

De esta manera buscan que se empiece a formar como persona, desde temprana edad; uno de los entrevistados le dio prioridad a la orientación sexual en la educación de su hijo.

2. ¿Sus hijos toman parte en la decisión de que asistan a algún curso fuera del horario o periodo de clases? Si No

La mayoría de los entrevistados indicaron que son ellos los que toman la decisión en base al gusto de sus hijos; uno de los participantes manifestó que es él quien toma la decisión ya que él pretende que sus hijos se adapten a lo que él quiere que aprendan.

3. ¿Cuál es la actividad que le gustaría realizar a su hijo?

Luchador.

Deportes extremos.

4. ¿Sus hijos toman algún tipo de clases extraescolares durante el periodo lectivo?

Si: (Continuar con las preguntas)

No: (Pasar a la pregunta 9)

Dos de los entrevistados contestaron que si, los otros 5 entrevistados no hicieron comentarios al respecto.

5. ¿Por qué selección esta actividad?

Su hijo la eligió	Siempre lo ha Inscrito en la Misma	Era lo que más se Ofrecía	Había en el Plantel al que asiste	Otro.

Detallamos las respuestas de cada caso

Su hijo la eligió:

Él entrevistado: dijo si

La entrevistada: no

Siempre lo ha inscrito el mismo curso:

El entrevistado: no

La entrevistada: no

6. ¿En qué establecimiento toman las clases?

La participante comento que en el sector del norte es lo más conveniente por que se encontraba lo más cerca de domicilio.

7. ¿Qué motivos le llevaron a elegir este lugar?

Ubicación	Prestigio	Precio	Facilidades de transporte	Recomendaciones	Otra

Ubicación.

- Comentaron que se sería mejor en el norte de la ciudad.
- Comentaron que lo más importante para ellos al momento que adquirir un servicio es que sus niños aprendan lo mejor por que ellos consideran que una inversión.
- También que proporcionen seguridad para sus niños, por cualquier accidente.

8. ¿Cuánto tiempo llevan sus hijos tomando estas clases?

Uno de los integrantes del grupo focal contesto sus gemelas tomaron clases de pintura solo 2 meses, pero está pensando de nuevo que retomen esta actividad.

9. ¿Desde hace cuánto tiempo su hijo no toma cursos extraescolares?

Los participantes contestaron máximo dos meses.

10. ¿Conoce algún otro instituto que brinde nuestro mismo servicio?

Comentaron que no conocían un instituto que proporcionaban todos estas habilidades, pero que si por separado.

11. ¿Cuál usted cree que sería de mayor importancia en el aprendizaje de arte?

La mayoría comentó que estos conocimientos de habilidades artísticas le ayudara a los niños como conocimiento cultural, si ellos deciden continuar con estas carreras será de la decisión de cada infante.

12. ¿Cree usted que algunas de estas habilidades artísticas tengan algún aspecto?

Uno de los participantes enfocó su parte negativa por el motivo de que su hijo de 3 años le gusta bailar con pasos de ballet y él en su opinión nos dice que no está de acuerdo con clases de ballet porque lo ve como actividad para niñas y no para niños, recordemos que estamos en un país machista, entonces lo que quiere evitar es que a su hijo lo vean de una manera amanerada y como a otro punto que no tendríamos buena aceptación en el mercado porque lo ve que a los niños no le va a gustar y que más están interesados por los deportes extremos.

Los demás participantes lo vieron positivo a todas las habilidades que estamos brindamos a este instituto.

13. ¿Cuál usted cree que sería las ventajas de escribir a sus hijos en el instituto de desarrollar de habilidades?

La mayoría de los integrantes comentaron que cual sería el valor agregado por el servicio que estamos proporcionando a los niños.

La propuesta brindada fue que el instituto cuenta con las 5 principales habilidades artísticas en el cual el mercado no cuenta con esta gama sino que existe escuelas que brinda este servicio por separado y otorgamos pruebas para conocer si el niño esta capacidad para desarrollar sus habilidades. Tendremos una asistencia de psicóloga y en cada aula abra una ayudante de párvulos.

14. ¿Cuándo usted adquiere un servicio, en que se fija para escogerlo? ¿Qué es lo más importante para que usted escoja esta servicio?

La participante comento que en el sector del norte es lo más conveniente por que se encontraba lo más cerca de domicilio.

Los participantes comentaron que lo que más le interesan es la seguridad de sus hijos, que horario van a tener, cuantos módulos realizaran para terminar el curso.

15. ¿Cuánto pagaría mensualmente por nuestro servicio?

Los participantes llegaron a una sala respuestas que si está de acuerdo con el precio de 200 dólares siempre y cuando existan formas de pago

ENCUESTA

1.- ¿Tiene hijos?

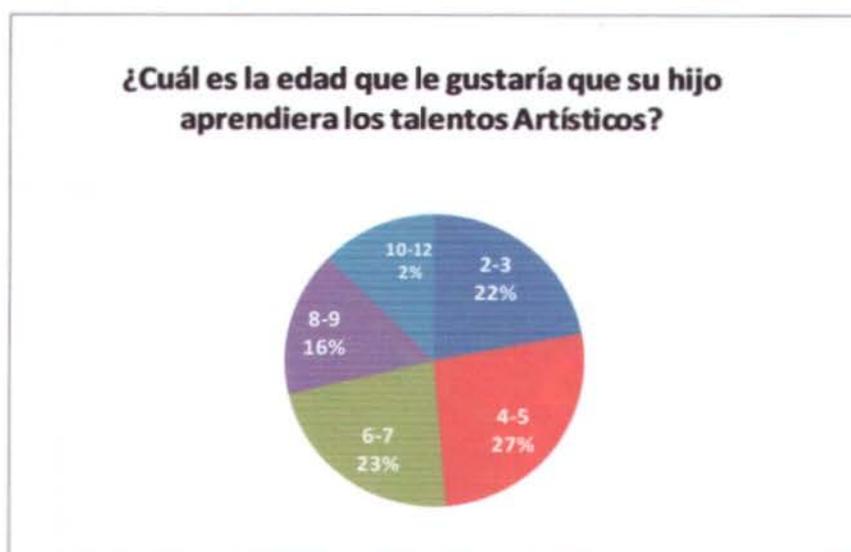
Si	150
No	0



Esta pregunta se formuló con la finalidad de conocer si las personas encuestadas tienen hijos o no, en la cual podría desarrollar la encuesta.

2.- ¿Cuál es la edad que le gustaría que su hijo aprendiera los talentos Artísticos?

EDAD	CANTIDAD
2-3	33
4-5	40
6-7	34
8-9	24
10-12	19
TOTAL	150

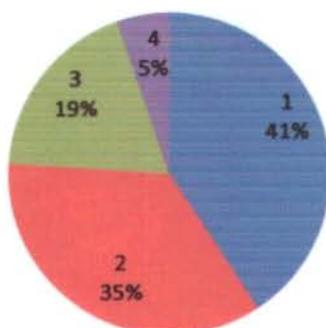


Esta pregunta se formuló para saber y conocer el pensamiento de los Padres, en que edad sería la más prudente es que sus niños aprendieran de las habilidades artísticas, fue reflejada un 27% que comprende el rango de 4 a 5 años de edad.

3.- ¿Cuántos hijos tiene usted que se encuentren entre los 2 y 10 años de edad?

EDAD	CANTIDAD
1	61
2	53
3	28
4	8
TOTAL	150

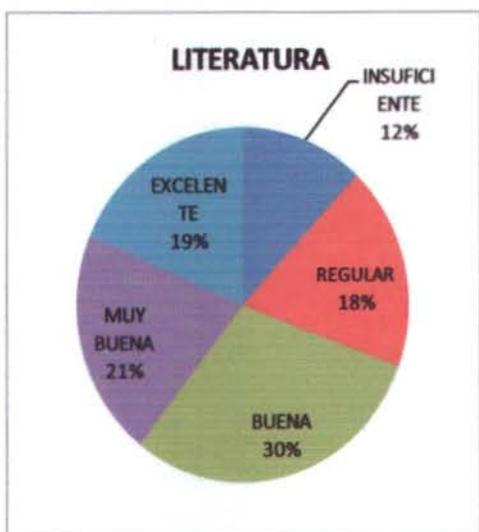
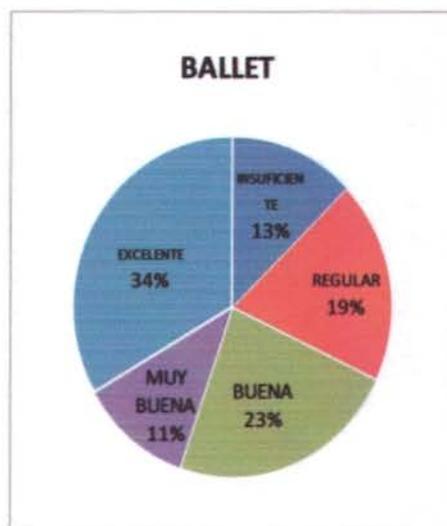
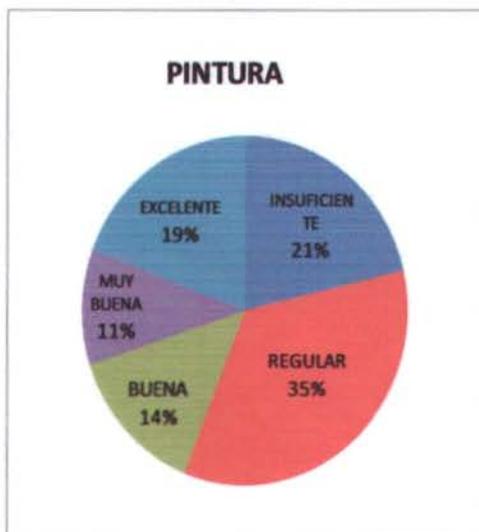
¿Cuántos hijos tiene usted que se encuentren entre los 2 y 10 años de edad?

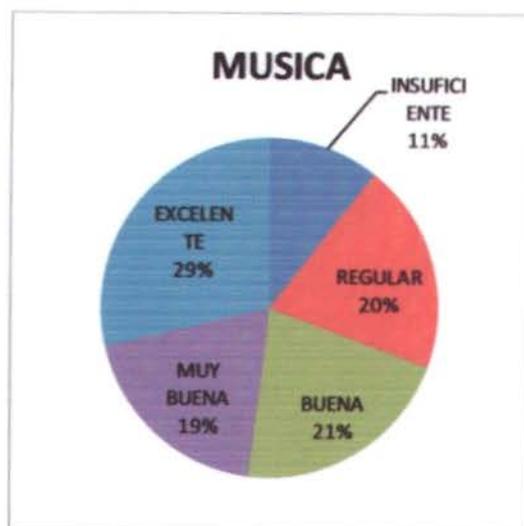


Esta pregunta se formuló con la finalidad de conocer cuántos hijos en promedio tienen los padres de familia a los cuales les realizamos la encuesta, es decir el número de clientes potenciales que existen en las familias entrevistadas, el resultado obtenido

4.- En escala del 1 al 5, ¿Qué tan importante es para usted que sus hijos tomen este tipo de clases, siendo 5 muy importante? ¿Por qué?

HABILIDADES	INSUFICIENTE 1	REGULAR 2	BUENA 3	MUY BUENA 4	EXCELENTE 5	TOTAL 5
Pintura	32	52	21	16	29	150
Ballet	19	29	35	17	50	150
Literatura	18	28	45	31	28	150
Teatro	25	33	21	39	32	150
Música	16	30	32	29	43	150

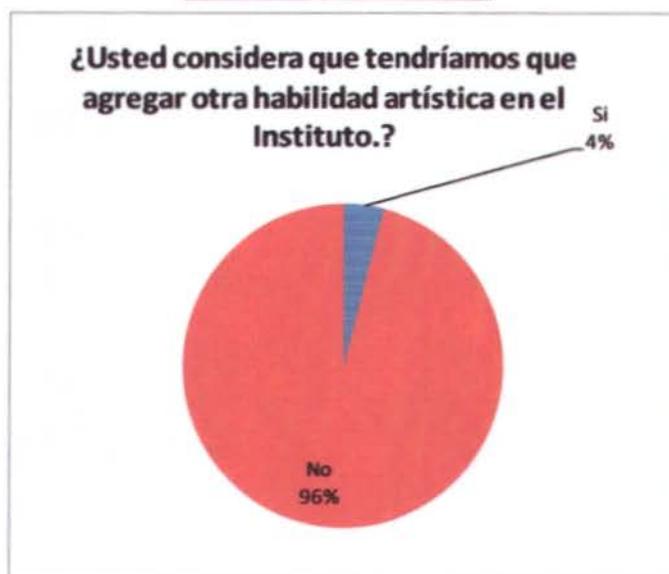




Esta pregunta se formuló con la finalidad de conocer cuántos hijos en promedio tienen los padres de familia a los cuales les realizamos la encuesta, es decir el número de clientes potenciales que existen en las familias entrevistadas, el resultado obtenido fue de un solo hijo es de 41%.

5.- ¿Usted considera que tendríamos que agregar otra habilidad artística en el Instituto.?

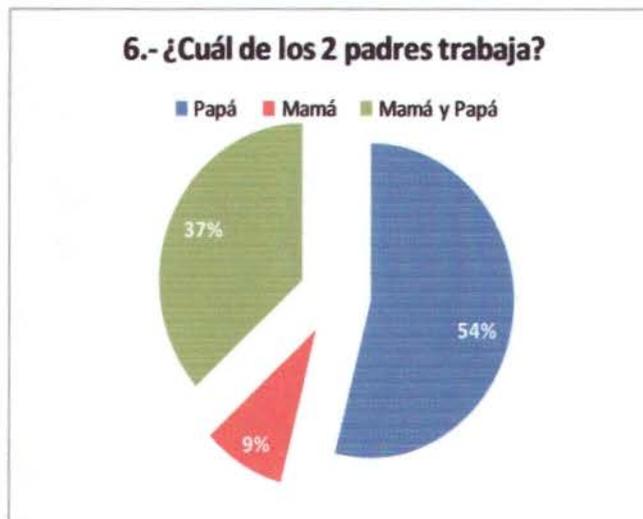
Si	6
No	144
TOTAL	150



La pregunta es para definir si que los padres conocía de otra actividad artística, el resultado obtenido fue positivo por que la mayoría de los padres se encontraba de acuerdo con habilidades artística.

6.- ¿Cuál de los 2 padres trabaja?

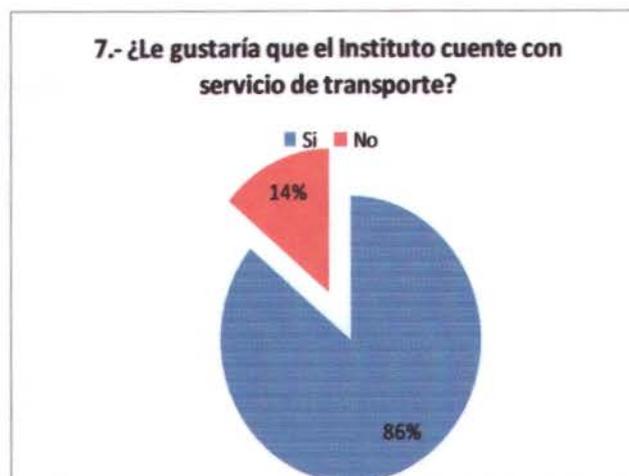
Papá	81
Mamá	14
Mamá y Papá	55
TOTAL	150



En el 54% de las familias entrevistadas trabajan la padre y la madre, lo que nos indica que en la mayoría de los casos ambos padres trabajan para cubrir el gasto familiar.

7.- ¿Le gustaría que el Instituto cuente con servicio de transporte?

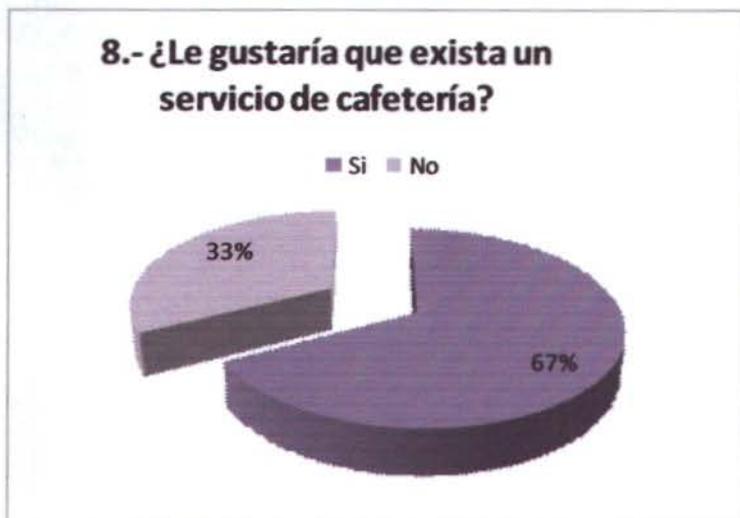
Si	129
No	21
TOTAL	150



Esta pregunta tiene como objetivo de conocer si los padres estarían de acuerdo en tener un servicio de transporte, para sus niños la mayoría fue el 86%.

8.- ¿Le gustaría que exista un servicio de cafetería?

Si	101
No	49
TOTAL	150



Los entrevistados reflejaron su respuesta de manera positiva con el 67%.

9.- ¿Actualmente usted invierte en actividades extracurriculares de su hijo?

Si	86
No	64
TOTAL	150



En el 57% nos demostraron que los padres actualmente si invierte en actividades extracurriculares para sus hijos.

10.- ¿Estaría dispuesto a inscribir a sus hijos en un centro de habilidades artísticas?

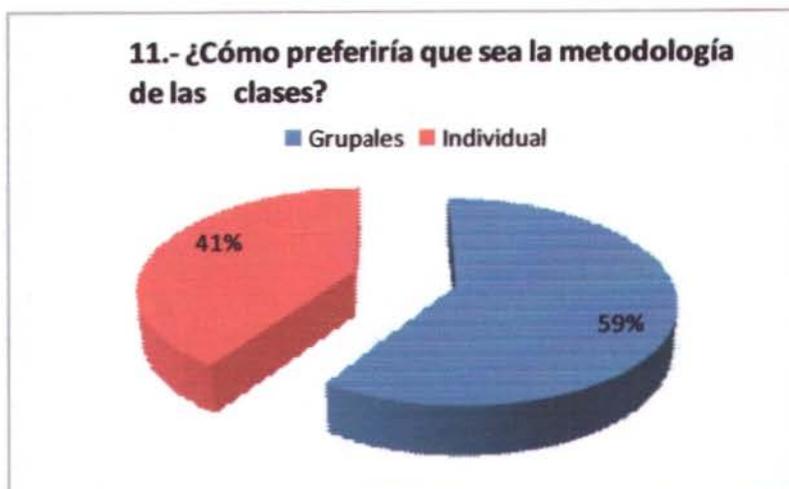
Si	133
No	17
TOTAL	150



Se reflejo el 89% de la encuesta estaría dispuesto a inscribir en el Instituto de Desarrollo de Habilidades Artísticas.

11.- ¿Cómo preferiría que sea la metodología de las clases?

Grupales	89
Individual	61
TOTAL	150



El 89% de los padres prefieren que sus hijos reciban las clases grupales y el 61% optaron que la metodología que las clases sean individuales.

12.- ¿En qué tiempo le gustaría que se dicten las clases?

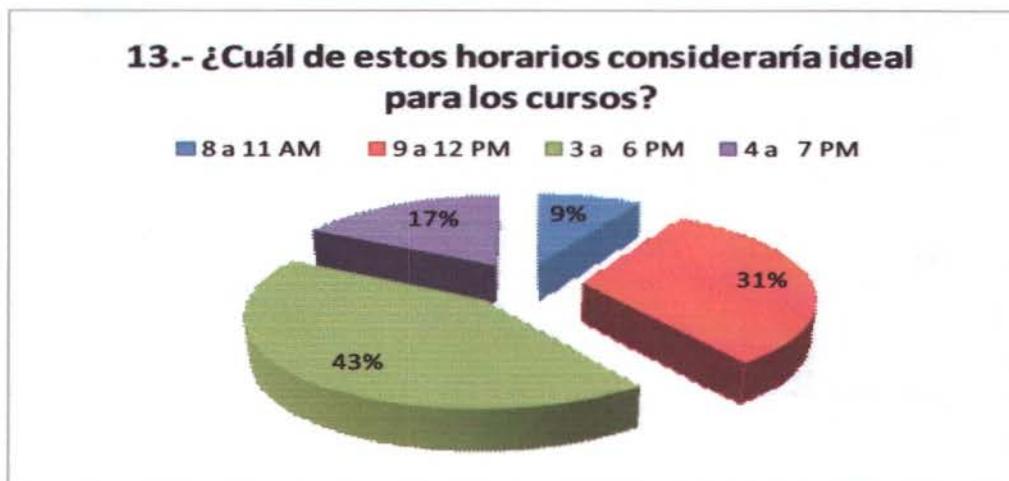
Durante todo el año.	54
Periodo lectivo.	64
Periodo vacacional	32
TOTAL	150



De acuerdo con el resultado obtenido, más de la mitad de los padres preferiría que tomaran las clases en el periodo lectivo con el 64%, 54% durante todo el año y el 32% con el periodo vacacional.

13.- ¿Cuál de estos horarios consideraría ideal para los cursos?

HORARIOS	CANTIDAD
8 a 11 AM	13
9 a 12 PM	47
3 a 6 PM	64
4 a 7 PM	26
TOTAL	150



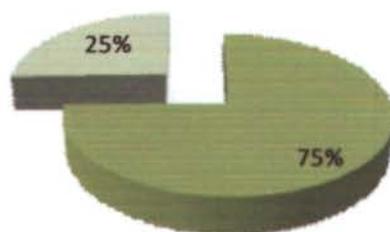
El 43% reflejo que los padres de familia consideraron el horario ideal para los cursos es de 3 a 6 PM y con 31% se reflejo con el horario de la mañana de 9 a 12 AM.

14.- ¿Estaría dispuesto a invertir \$ 200 trimestrales en clases artísticas para sus hijos?

Si	112
No	38
TOTAL	150

14.- ¿Estaría dispuesto a invertir \$ 200 trimestrales en clases artísticas para sus hijos?

■ Si ■ No



Los encuestados respondieron con el 75% que si están de acuerdo con valor establecido por el curso de un modulo.

4. Plan de Marketing para el Lanzamiento de Nuevos Productos.

4.1 Análisis Estratégico:

4.1.1. Estructura de la Cultura Corporativa

Misión.

Abrir un espacio donde los niños ocupen su tiempo libre en actividades productivas y entretenidas, donde adquieran conocimientos y destrezas que ayuden a su desarrollo educativo, creativo, emocional y social en base al arte; formando también su espíritu y orientando su carácter hacia altos valores éticos y morales.

Visión.

En el corto y mediano plazo, otorgar a los niños un lugar para expresar sus sentimientos y emociones mientras aprenden y practican técnicas artísticas.

Posicionar a los talleres de artes en la mente de los padres de familia como una herramienta indispensable en el desarrollo integral de los infantes en crecimiento y de los que ya están a un paso de la adolescencia; y en el largo plazo, abrir nuevos locales para brindar los talleres en otros puntos estratégicos de la ciudad de Guayaquil.

- **Principios y Valores.**

Tanto los principios como los valores se implantarán, de acuerdo como la administración del instituto los vaya aplicando como ejemplo en el día a día; a esto ayudarán las charlas y capacitaciones que se dictarán a los colaboradores de las diferentes áreas.

A continuación se detallan los principios:

- Cumplimiento de Disciplina.
- Remuneración del Personal.
- Estar siempre activos en la modernización, crecimiento, capacitación,
- calidad, simplificación y mejora incansable en brindar un excelente servicio.
- Incrementar la productividad, competitividad, reducir gastos y costos guiados siempre por las más altas referencias con la finalidad de brindar un buen servicio.

Valores.

En la cultura corporativa es indispensable implantar al equipo los valores a seguir. Se hará referencia a la actitud positiva, al optimismo, al incremento de la cadena de valor, a la creatividad y buena fe que deben prevalecer en la intención y en la acción de quienes laborarán en el Instituto.

Respeto a los demás: El “respeto a los demás” es un valor básico que nos induce a cordialidad, armonía, aceptación e inclusión que deben ser signos distintivos de las relaciones interpersonales y entre las áreas dentro del ámbito laboral del Instituto de Desarrollo de Habilidades Artísticas

Lealtad: La “lealtad” hace referencia a la fidelidad, compromiso, identificación, orgullo, pertenencia, confidencialidad y defensa de intereses que en todo momento debemos demostrar, para quienes serán colaboradores del instituto.

Excelencia en el logro de objetivos: La “excelencia en el logro de objetivos” es un valor determinante que nos demandará calidad, esfuerzo, empeño y coraje para lograr resultados exitosos en el trabajo y por consiguiente, en la consecución de los objetivos que el instituto se trace.

Profesionalismo: El “profesionalismo” se refiere a la responsabilidad, seriedad, constancia, involucramiento, entrega, dedicación y esmero que cada futuro integrante del equipo de trabajo debe imprimir a sus funciones y tareas, buscando sumarse a la misión del Instituto de Desarrollo de Habilidades Artísticas

Honestidad: El valor de la “honestidad” tiene que ver con la rectitud, honorabilidad, decoro, respeto y modestia que deben manifestar los integrantes del Instituto de Desarrollo de Habilidades Artísticas.

4.1.2. Planteamiento de Objetivos:

De Marketing:

- Determinar un precio accesible para nuestros clientes que al mismo tiempo genere la rentabilidad esperada.
- Mantener un plan de publicidad que nos ayude a atacar el mercado meta, con distintos medio de comunicación.
- Establecer estrategias que nos mantengan en una posición mayor a nuestros competidores.

De Posicionamiento:

Para el Instituto de Habilidades Artísticas se ha elegido una estrategia orientada al usuario, ya que se van a promover los beneficios que obtendrán los chicos al capacitarse desde temprana edad, para esto deberá encontrarse las oportunidades las oportunidades de diferenciación que permitan obtener una ventaja frente a la competencia. Estas oportunidades son:

- Contar con personal especializado en la enseñanza de artes plásticas y capacitados para el trabajo con niños y jóvenes.
- La participación de un orientador que provea información a los padres de familia sobre las aptitudes y actitudes de sus hijos.

- Ofrecer un espacio para que los chicos expresen sus deseos y emociones libremente en un ambiente animado y lleno de estímulos que lo invite a dejar volar su imaginación.
- Ofrecer cursos temáticos que atraigan a los chicos y despertar su interés en las artes plásticas.

Debido a que pueden llegar a ser igualadas por la competencia, es muy importante descubrir continuamente nuevas ventajas que permitan la diferenciación que ayudara a conseguir y mantener participación en el mercado.

- **Desarrollo de la Cartera de Productos: Foda.**

Fortalezas

- Es una propuesta innovadora que brinda un servicio necesario para los padres que trabajan.
- Contaremos con personal calificado y capacitado que estará a cargo de la enseñanza y cuidado de los niños.

Oportunidades

- El instituto no tiene competencia directa, es decir no hay una organización que se dedique a brindar un servicio de las mismas características.
- El que ambos padres trabajen crea una falta de vigilancia en el comportamiento y aprendizaje de los niños dando como resultado un bajo rendimiento académico, esta es brecha que cubre nuestro servicio.

Debilidades

- El desconocimiento de la metodología podría generar una baja aceptación del proyecto.
- Las inscripciones son trimestrales lo que nos impediría poder aceptar inscritos ya comenzado el trimestre.

Amenazas

- Las escuelas podrían extender horarios para dar facilidad a los padres y opten por inscribirlos en la misma institución educativa.
- Los centros recreativos podrían complementar sus servicios anexando una revisión de tareas.

4.2 Análisis del comportamiento del consumidor

4.2.1 Análisis del cliente:

Es importante tomar en cuenta a la competencia, pero ella no debe ser la primera consideración cuando se trata de establecer la estrategia.

Primero es necesario prestar una minuciosa atención a las necesidades de los clientes, primero está un análisis a fondo de la verdadera flexibilidad de la institución para responder a esas necesidades; la voluntad de replantear la noción del servicio, qué es y qué hace, y pensar en la mejor manera de organizar el sistema de negocios a través del diseño, producción y Comercialización del servicio.

La realidad de la competencia es el entorno académico y artístico en el cual se somete a prueba la estrategia; pero son los clientes tanto como padres de familia y a sus hijos. los que constituyen la base para definirla. La manera de definirla es creando valor a los clientes estableciendo estrategias de mercado.

4.2.2 Segmentación de Mercadeo.

Por segmentación de mercado entendemos a la práctica de marketing que reconoce e interpreta a cada uno de los agrupamientos en los que está dividido el mercado, como así también a los factores de relación -estructurales, vinculantes y subyacentes- con sus correspondientes descriptores (características manifiestas), que constituyen el núcleo de la diferencia entre esos grupos de consumidores.

La segmentación implica, pues, necesariamente diferenciación entre segmentos, pero no necesariamente diferenciación entre servicios competidores en el interior de un mismo segmento.

Son tres las características básicas que debe tener el grupo al cual van dirigidos las clases de artes:

- Vivir en el norte de la ciudad.
- Tener hijos de 2 a 10 años.
- Estar en capacidad económica de inscribirlos.

Debido a que no se cuenta con grandes recursos para acaparar todo el mercado, y que hay otros parámetros a considerar para seleccionar el mercado meta, se optara por una estrategia de mercadotecnia concentrada que permita enfocar toda la mezcla de marketing en un solo segmento.

- **Perfil del Consumidor.**

Conocer al consumidor es tan o más importante como conocer a la competencia. En este apartado, se procederá a presentar el perfil del consumidor, lo cual permitirá determinar los aspectos, gustos y preferencias de éste que deberán ser abordados en la investigación de mercado.

Si bien los participantes en los talleres son los niños, quienes toman la decisión final de inscribirlos son sus padres, por lo tanto son a ellos a quienes se consideraran como consumidores, y deberán presentar las siguientes características:

- Padres de familia de ambos sexos.
- Que estén en capacidad económica de acceder a los talleres.
- Que vivan en la zona norte de la ciudad de Guayaquil; se determinó por ser el sector de concentración de la competencia.

- Con hijos cuyas edades fluctúen entre los 2 a 10 años; este grupo se encuentra dentro del rango mayoritariamente atendido por la competencia.
- Con interés en que sus hijos reciban una educación integral con valores y experiencias que los ayuden a desarrollarse como personas hábiles e independientes.
- Preocupados de que sus hijos aprovechen eficazmente su tiempo libre en actividades productivas y que además de la enseñanza escolar practiquen otras actividades.
- Que consideren que la práctica de actividades artísticas desarrollará la creatividad de sus hijos y mejorará sus habilidades para expresarse y socializar.

4.3 Estrategias de Posicionamiento y Diferenciación.

4.3.1. Estrategias de Posicionamiento.

Como estrategia hemos elegido resaltar nuestra ventaja competitiva para así posicionarnos en la mente de nuestros clientes. Esta ventaja consiste en ofrecer un servicio que combina dos aspectos fundamentales para el crecimiento integral de nuestros niños que serán los forjadores del futuro. El servicio incluye tanto el soporte académico como actividades recreativas por un solo precio y en un solo lugar.

4.4 _Marketing Mix.

4.4.1 Estrategias de Producto.

El Instituto de Desarrollo de Habilidades Artística, es el primer instituto que entrara al mercado brindando los 5 mejores servicios para el desarrollo artístico es decir un conjunto de habilidades artísticas, a diferencia que en la ciudad de Guayaquil, existen centro que brinda estos talleres pero individualmente.

- **Presentación.**

El Instituto Desarrollo de Habilidades Artísticas, es un servicio que se encuentra dirigido para el segmento de mercado, para los niños de 2 hasta 12 años de edad, en la cuál se distingue de la competencia, por que se ofrecerá las cinco habilidades Artísticas mas importante he interesante que tanto para la madre o para el padre de familia quedarán convencido que el servicio que se brindara será fenomenal.

Se contara, con las siguientes Habilidades Artísticas:

- Ballet.
- Pintura.
- Música.
- Literatura.
- Canto.

Se realizo un estudio de mercado, se pudo conocer que los padres de familias no conocían un instituto que ofreciera estos servicios.

Los talleres serán recibidos por los siguientes grupos de acuerdo con su edad.

- Niños y niñas que comprende la edad de 2 hasta 4 años.
- Niños y niñas que comprende la edad de 5 hasta 8 años.
- Niños y niñas que comprende la edad de 9 hasta 12 años.

Se tomo la decisión que los talleres se desarrollaran en ese rango de edades es por sus habilidades y desarrollo de casa niño.

La diferencia que existe con la competencia, que el Instituto será registrado bajo la Autoridad de Asociación de Artísticas de Guayaquil, además contara con el apoyo del Ministerio de Educación y con la Municipalidad de Guayaquil contara con un certificado que será reconocido como un Artista Infantil.

Las cinco habilidades contarán con diferentes títulos, de acuerdo con los módulos obtenidos por cada niño y por cada habilidad desarrollada.

1.- Al culminar el primer modulo, que será por 4 meses, el niño recibirá un Certificado de *Introducción al Arte*.

2.- Al culminar el segundo modulo, que será por 4 meses, el niño recibirá un Certificado de *Artista Junior*.

3.- Al culminar el tercer modulo, que será por 4 meses, el niño recibirá un Certificado de *Artista*.

Se contara con verdadero Artista, de reconocimiento por su trayectoria y logros obtenidos.

El Instituto de Desarrollo de Habilidades Artísticas, también se preocuparan por los niños de bajos de recurso económico, se realizara un convenio con el ministro de educación y con la municipalidad de Guayaquil, otorgarle becas para que si estos niños pueden desarrollar sus habilidades.

Lo importante es de conocer los talentos y habilidades que podrán desarrollar por medios de estos convenio obtenidos con las instituciones ya mencionada.

Característica.

- El I.D.H.A. el primero Instituto que brinda las habilidades más importantes.
- Que iniciaran los talleres a partir de niños de 2 años hasta 12 niños.
- Contaremos con una gama de artista, para cada una de las habilidades.
- Se contara, con un servicio de transporte para los niños.
- Para la seguridad de los niños y además para los padres de familia, disponen de un seguro medico que cubre de que el infante entra y culminen las clases.
- Obtendrán certificados, para cada módulo aprobado.
- El instituto contara con una Psicóloga, que su misión es de estudiar al niño, realizar pruebas de acuerdos con las destrezas, y su final resultado dependerá cual es la habilidad que el niño se desarrolle mejor.

- En que cada salón que se desarrollaran los talleres, se en contrahará un asistente del Artista, como ayuda para los niños menores de 4 años.
- Los talleres se dictaran en diferentes horarios, de acuerdo con la preferencia y gusto del padre de familia.

4.4.3. Estrategia de Branding.

- **Marca.**

El nombre de la marca es: *I.D.H.A.* se tomo la decisión, por que este nombre percibe autenticad, innovador, impactante y confiabilidad.

Lo más importante que se percibida, la seriedad los padres de familia que se encuentre interesado por el servicio.

En la gerencia de marca están ligados con los criterios para la toma de decisiones de una marca, y básicamente son:

- Que el servicio se posicione en la mente del consumidor y cumplir en satisfacer las necesidades.
- Que de a la empresa la máxima utilidad.
- Que sea líder dentro de su segmento de mercado.

Slogan.

El slogan de *I.D.H.A.* es: *"Instituto de Desarrollo de Habilidades Artísticas"*.

El motivo de este slogan es comunicar a los padres de familia que este servicio trasmitirá lo siguiente:

- Calidad.
- Creativo.
- Estilo.

Creativo y Estilo, por se ayudara a desarrollar las habilidades de niños con la mayor creatividad.

- **Empaque.**

El diseño del empaque para el servicio, son los Uniformes y Materiales, en la cual los niños usaran como herramientas par su trabajo artisticos.

Pintura.



BalletT.



- **Logotipo.**

Por ser una marca que representa el servicio de habilidades artísticas que va dirigido para los niños y niñas, se ha diseñado un logo que va acorde con los ya mencionado.

- **Isotipo.**

El Isotipo, es el dibujo o la imagen que proyecta las cinco habilidades artísticas, que son pintura, ballet, música, teatro y pintura, un diseño creativo con colores llamativos.



- **Personalidad de Marca.**

La personalidad de la Marca, en el cual debe deberá de ser demostrativa para los clientes que se sienta a gusta cuando visiten las instalaciones o solo el hecho de escuchar el nombre del Instituto, es que se refleje confiabilidad y de mucha responsabilidad, que al momento de ser atendido por cualquier colaborador de la empresa, el cliente se sienta satisfecho y convencido por las respuesta obtenida.

Además es importante decir que los colores que intervienen en el logo deberán de ser colores que se atractiva para los padres de familia.

4.4.2 Estrategia de Precio.

En la estrategia de precio, para el plan de negocio se ha escogió las siguientes estrategias:

- Costo + Utilidad.
- Competencia.
- Valor Percibido.

Costo + Utilidad: El precio establecido por el servicio que se ofrecerá tiene un porcentaje de Utilidad del 10%.

Competencia: El precio por el modulo del arte elegida por el consumidor es similar a la competencia, en el segmento de mercado de aspecto económico medio-alto.

Valor Percibido: De acuerdo al segmento de mercado al que va dirigido el proyecto, los posibles consumidores estarían dispuesto a pagar siempre y cuando

4.4.5 Estrategia de Promoción de Ventas y Motivación pacientes:

- **Sorteos, Regalos, Premios.**

El gasto en la promoción de ventas ha aumentado más rápidamente que el de publicidad en los últimos años. La promoción de ventas exige que se fijen unos objetivos, se seleccionen las herramientas, se desarrolle y pruebe el programa antes de instrumentarlo, y se evalúen sus resultados.

Por esta razón la estrategia de promoción de ventas que utilizaremos en el Instituto de Desarrollo de Habilidades es la opción de regalos, en el cual se entregará un bolso a los estudiantes para que lo utilicen según el área de cada arte.

Además esta estrategia ayudara a estimular a los estudiantes para que tengas sus útiles en buen estado.

4.4.6. Estrategia de Comunicación

- **Identificación de la Audiencia Objetivo y Diseño del Mensaje.**

La audiencia son los padres de familia que tengan hijos con edades comprendidas entre los dos y diez años; cursando etapa preescolar particulares ubicadas en el norte de la ciudad de Guayaquil.

El objetivo de la estrategia de comunicación es crear conciencia e interés en el servicio que ofreceremos como Instituto.

El diseño del mensaje que utilizaremos es comunicando los beneficios y atributos para diferenciarlo de la competencia y persuadir a los clientes para que lo adquieran.

Selección de los Canales de Comunicación: Plan de Medios.

Se ha diseñado un plan de promoción y publicidad que consiste en un plan de medios y mercadeo directo. El plan de medios comprende prensa, revista y televisión; y el mercadeo directo comprende activaciones, volanteo y mailing.

- **Diseño de Publicidad: Tv - Radio y Prensa**

Prensa.

Se publicaran avisos de prensa en EL UNIVERSO y ALBONOTICIAS durante todo el año y se aumentara la pauta en los meses de diciembre, enero y febrero con el fin de atraer clientes para los meses de marzo a noviembre se mantendrá un pauta constante en ambos medios, con 1 publicación en EL UNIVERSO y 2 en ALBONOTICIAS.

Se escogieron estos periódicos por ser el primero uno de los de mayor circulación y el segundo porque el área de circulación comprende ciudadelas

como La Alborada, Sauces, Garzota, Vernaza Norte, Guayacones, entre otros lugares.

Adicionalmente se ofrecerá a las secciones infantiles de periódicos como MI MUNDO de diario EL UNIVERSO, los servicios del taller para la publicación de publrreportajes, en los cuales se enseñara en pocos pasos a realizar artículos de artes plásticos y manualidades, indicando como referencia a los talleres de artes plásticas.



- **Diseño Material Pop.**

Trípticos.

Se elaboraran Trípticos con información necesaria para dar a conocer el Instituto de Desarrollo de Habilidades artísticas, donde se incluya misión y visión.

Además informar sobre la diversidad de servicios y beneficios que obtendrán sus hijos al inscribirlos al Instituto de Desarrollo de Habilidades Artísticas.

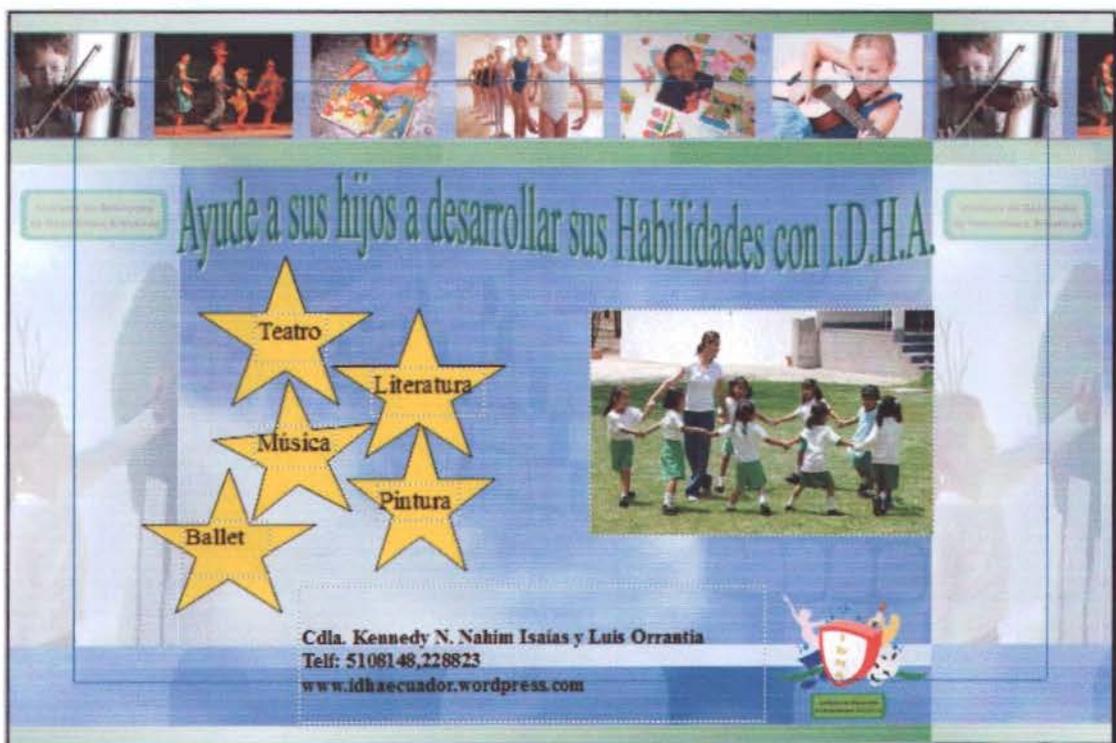
- **Diseño de Vallas.**

Como toda la gente hemos visto un numero sin fin de vallas publicitarias, mientras caminamos, manejamos o simplemente cuando realizamos una actividad en la calle.

Una valla publicitaria es un soporte plano sobre el que se fijan carteles publicitarios. Existen 5 diferentes modelos de vallas: Monoposte, Tres caras, Iluminada, Baja y Tradicional.

La valla que utilizaremos es la Vallas Tradicionales que son las que todos conocemos, aquellas que con tan solo mirar hacia arriba podemos observar, son las vallas comunes puestas sobre una plataforma plana y que si llevan iluminación esta será por fuera y no por dentro como las vallas iluminadas.

La ventaja que tiene este tipo de publicidad es que colocada en lugares estratégicos consigue que su público objetivo tenga un gran número de impactos. Además puede dirigirse a determinados segmentos difíciles de abordar de otro modo.



- **Cobranding.**

El concepto más convencional de cobranding es el de asociación de dos marcas con el fin de potenciar el valor y la rentabilidad de las mismas. Para que esta asociación resulte exitosa es de vital importancia la adecuación y complementación que se debe dar entre las mismas.

La premisa básica del cobranding es lograr establecer una asociación basada en la relación ganar-ganar.

Encontrar un buen socio para aliarse en algún tipo de cobranding es tan difícil como conseguir pareja, pero sin duda esta herramienta seguirá evolucionando en un mercado cada vez más globalizado y competitivo.

Por este motivo el Instituto de Desarrollo de Habilidades Artísticas ha decidido unir las fuerzas de dos marcas conocidas como lo es SUPERPACO Y JUAN MARCET para ofrecer productos en conjunto y a su vez son marcas complementarias y en este caso se los ofrecería como paquete para que puedan adquirir útiles para las diversas áreas de arte.

4.4.7. Estrategia de Distribución.

La estrategia de distribución, para en este proyecto se manejara con un canal directo, que los clientes visiten la instalación del Instituto ubicado en el norte de Guayaquil.

El merchandising, que se elaborara en este proyecto y que dará un buen apunte para ayudar a aumentar las ventas.

- Decoración de Local.
- Colores vivos que resalten un ambiente para niños, los colores primordiales para este proyecto el primordial es el verde, amarillo, y azul es decir colores infantiles.
- Se contara en cada aula con cenefa para cada aula.
- Al momento que un cliente entre al Instituto, escuchara melodías suevas en cual ellos se sentirán relajación, tranquilidad y comodidad.

- Que el Instituto reciba la mayor parte de luz natural, que le dará un toque más natural, para el desarrollo de las Habilidades.
- Entregar a cada visitante una tarjeta de presentación
- La clave más importante es del servicio al cliente, atender al cliente con amabilidad, cortesía para que si el cliente se sienta bien atendido para que vuelva a solicitar el servicio.
- Que los colaboradores aprenda a escuchar a los clientes para lograr satisfacer la necesidad del cliente.
- Es importante que los clientes presten atención a los letreros de publicidad para esto lo ideal seria colocar en un lugar del establecimiento en el que lo único que tenga que hacer el comprador es leer los servicios.

4.4.8 Estrategia de E- Marketing.

Web Site (Home Page)



Dirección

www.idhaecuador.wordpress.com

¿Qué Contiene?

El contenido del Home Page es la página más importante del sitio, ya que es la puerta de entrada.

La página de inicio del Instituto es sencilla y a su vez demuestra un mensaje claro y motivante de lo que se trata el sitio.

En general, el sitio web es fácil de navegar ya que contiene una barra de navegación ubicada arriba de la página, en la cual especificamos:

- Inicio,
- Objetivos,
- Capacitación y proceso,
- Misión y visión,
- Lo que hacemos y
- Contáctenos.

Evitamos los párrafos extensos, ya que esto dificulta la lectura y lo que tratamos es de centrarse en el mensaje que se quiere transmitir utilizando la clave principal del tema del sitio

5. Análisis Financiera.

5.1 Vida Útil de Proyecto.

La vida útil destinada para la elaboración del proyecto "Instituto de Desarrollo de Habilidades Artística" será 10 años.

5.2 Requerimientos e Inversión Inicial.

Se invertirá en la adecuación del espacio físico destinado para el funcionamiento del Instituto de Desarrollo de Habilidades Artística, en general las adecuaciones corresponden a equipos de oficina, muebles de oficina y otros implementos necesarios para el desarrollo de las actividades diarias del mismo. Así también se adecuará los salones y el patio de recreación de los niños. En la inversión inicial está contemplado el gasto por publicidad para dar a conocer el Instituto de Desarrollo de Habilidades Artística.

INVERSIONES				
ACTIVOS	VALORES	AÑOS	DEPRECIACION	AMORTIZACION
TERRENO	\$ 50.000,00	10		\$ 5.000,00
EDIFICIO	\$ 35.000,00	20	\$ 1.750,00	
MUEBLES Y ENSERES	\$ 3.000,00	3	\$ 1.000,00	
SEGURO PREPAGADO	\$ 1.500,00	1		
MATERIALES	\$ 2.000,00	3	\$ 666,67	
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 2.500,00	3	\$ 833,33	
LICENCIAS DE COMPUTACION	\$ 1.500,00	2		\$ 750,00
GASTOS DE ORGANIZACIÓN	\$ 800,00	3		\$ 266,67
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 1.200,00	3		
PUBLICIDAD	\$ 3.000,00	4		\$ 750,00
TOTAL	\$ 100.500,00		\$ 4.250,00	\$ 6.766,67

5.3 Estructura del Financiamiento: Propio y o / Préstamo.

El Instituto de Desarrollo de Habilidades Artística, se financiará con los aportes de sus 3 accionistas principales, aportando cada una de ellas \$20,000.00 por lo cual tendremos un fondo de \$60,000.00 de Inversión Inicial. Además se hará un préstamo en la Corporación Financiera Nacional, el cual cobra una tasa pasiva referencial del 11% anual a tres años.

FINANCIAMIENTO		
CAPITAL PROPIO	60%	\$ 60.000,00
CAPITAL AJENO	40%	\$ 40.500,00
TOTAL	100%	\$ 100.500,00

5.4 Amortización.

EL préstamo adquirido se pronostica a pagarlos en 20 periodos semestrales, de los cuales dos periodos son de gracia, a partir del tercer periodo se empezara a pagar las anualidades incluidos la comisión del 2% y el interés 11%.

AMORTIZACION DEL PRESTAMO

CFN

CAPITAL	40.500,00
INTERES	11%
N=AÑOS	10
PERIODOS	2
PERIODOS DE GRACIA	2
COMISION	2%
I/M	7%
$1-(1+I/M)^{-(N*M)}$	0,678110
$(N*M)-PG$	18
DIVIDENDO	3.882

TASAS

PERIODOS	TASAS		AMORTIZACION	DIVIDENDOS	SALDO CAP.
	5,50%	1,00%			
	INTERESES	COMISION			
1	2.228	405	0	2.633	40.500
2	2.228	405	0	2.633	40.500
3	2.228	405	1.250	3.882	39.250
4	2.159	393	1.331	3.882	37.920
5	2.086	379	1.417	3.882	36.502
6	2.008	365	1.509	3.882	34.993
7	1.925	350	1.608	3.882	33.385
8	1.836	334	1.712	3.882	31.673
9	1.742	317	1.823	3.882	29.850
10	1.642	298	1.942	3.882	27.908
11	1.535	279	2.068	3.882	25.840
12	1.421	258	2.203	3.882	23.637
13	1.300	236	2.346	3.882	21.292
14	1.171	213	2.498	3.882	18.793
15	1.034	188	2.661	3.882	16.133
16	887	161	2.833	3.882	13.299
17	731	133	3.018	3.882	10.282
18	565	103	3.214	3.882	7.068
19	389	71	3.423	3.882	3.645
20	200	36	3.645	3.882	0

5.5 Determinación del Ingresos.

Nuestros ingresos se basan en los registros trimestrales “un módulo”; se empezará con 142 niños en el trimestre, serán agrupados, como se detalla a continuación.

- Ballet. 39 niños.
- Música. 34 niños.
- Teatro. 25 niños.
- Literatura. 23 niños.
- Pintura. 22 niños.

Resultado obtenido del estudio de mercado con la probabilidad de que el 78% formen parte de nuestra institución, además se ofrecerá la venta de los materiales a usar en cada una de las artes, el cual representa \$1480.44 trimestral, esperando tener un ingreso anual de \$ 5.921.76.

El Instituto contara con servicio de expreso puerta a puerta, en la cual representa un ingreso trimestral \$14.905.80.

5.6 Determinación de Costos de Ventas.

Los costos de producción son determinado de la siguiente forma.

Materia Prima:

- Set de Pintura \$14.00, set ballet \$20.00
- Para literatura, teatro y música utilizaran escarapela \$ 1.00 c/u.

Los costo indirectos de fabricación, están conformado por la adecuación de aulas y dominio de la

Las proyecciones financieras estarán basadas en el que le número de niños aumentara un 20% cada año.

Se demuestran a continuación:

COSTOS DE PRODUCCION DE LAS 6 ARTES EN EL AÑO 1						
	PINTURA	BALLET	TEATRO	LITERATURA	MUSICA	TOTAL
M.P	14	20	1	1	1	37,00
C.I.F.	76	42	66	73	49	307,22
INTELECTO (M.O.D)	154	92	135	53	100	534,00
C.U	244	155	202	127	151	878,21

CALCULOS											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
INFLACION		3,21%	8,48%	3,10%	3,67%	7,22%	6,82%	4,10%	6,46%	3,21%	
COSTOS											
MATERIA PRIMA	37	38	40	42	43	46	49	51	55	56	
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	307	317	327	338	349	360	371	383	396	408	
MANO DE OBRA	534	551	569	587	606	625	645	666	688	710	
COSTO UNITARIO	878	906	936	966	998	1.031	1.066	1.101	1.138	1.174	
VOLUMEN											
	142	170	204	245	294	353	424	509	610	732	
COSTO DE PRODUCCION											
	124.671	154.408	191.412	237.057	293.644	364.292	451.889	559.897	694.460	860.103	

Detalles de costos		
Rubros	Valor Mes	Valor Año
SUELDO (INSTRUCTORES)	1.960	23.520
SERVICIO DE TRANSPORTE	2.840	34.080
ADECUACION DE AULAS	100	1.200
DOMINIO PAGINA WEB	38	456
TOTAL DE COSTOS	4.938	59.256

ESTADO DE RESULTADO

ESTADO DE RESULTADOS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas	179.112,96	232.846,85	302.700,90	393.511,17	511.564,53	665.033,88	864.544,05	1.123.907,26	1.461.079,44	1.899.403,27
(-)Costos de Producción	(124.671,23)	(154.407,82)	(191.412,03)	(237.056,76)	(293.643,54)	(364.292,49)	(451.889,03)	(559.896,56)	(694.460,13)	(860.102,76)
Utilidad Bruta	\$ 54.441,73	\$ 78.439,03	\$ 111.288,87	\$ 156.454,41	\$ 217.920,98	\$ 300.741,40	\$ 412.655,02	\$ 564.010,70	\$ 766.619,31	\$ 1.039.300,51
Gastos										
Gastos de ventas	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Gastos Administrativos	59.467,02	20.360,00	20.560,00	21.368,00	21.568,00	21.368,00	21.568,00	21.368,00	21.568,00	21.368,00
Depreciación	4.250,00	4.250,00	4.250,00	4.250,00	4.250,00	4.250,00	4.250,00	4.250,00	4.250,00	4.250,00
Gastos financieros	4.455,00	4.386,27	4.093,20	3.760,78	3.383,75	2.956,12	2.471,08	1.920,94	1.296,96	589,22
TOTAL EGRESOS	\$ 71.172,02	\$ 31.996,27	\$ 31.903,20	\$ 32.378,78	\$ 32.201,75	\$ 31.574,12	\$ 31.289,08	\$ 30.538,94	\$ 30.114,96	\$ 29.207,22
Utilidad antes de part. Trab.	(16.730,29)	46.442,76	79.385,67	124.075,62	185.719,23	269.167,28	381.365,93	533.471,76	736.504,35	1.010.093,29
15 % P.T	(2.509,54)	6.966,41	11.907,85	18.611,34	27.857,88	40.375,09	57.204,89	80.020,76	110.475,65	151.513,99
Utilidad antes de imptos.	(14.220,75)	39.476,35	67.477,82	105.464,28	157.861,35	228.792,19	324.161,04	453.451,00	626.028,70	858.579,30
25 % Imp. Renta	(3.555,19)	9.869,09	16.869,46	26.366,07	39.465,34	57.198,05	81.040,26	113.362,75	156.507,17	214.644,82
UTILIDAD NETA	(10.665,56)	29.607,26	50.608,37	79.098,21	118.396,01	171.594,14	243.120,78	340.088,25	469.521,52	643.934,47

5.3 FLUJO DE CAJA

Para elaborar el flujo de caja de acuerdo con los cálculos realizados el primer año presenta un valor negativo igual que el segundo año, a partir del tercer año nos arroja un valor positivo en la cual representa que el instituto está generando rentabilidad.

FLUJO DE CAJA

Año		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Saldo inicial			-8.472,56	-1.804,20	21.671,46	63.627,19	127.665,72	219.300,44	346.975,26	522.665,60	761.529,99
Ingresos											
Ingresos por ventas		179.112,96	232.846,85	302.700,90	393.511,17	511.564,53	665.033,88	864.544,05	1.123.907,26	1.461.079,44	1.899.403,27
Total Ingresos		179.112,96	224.374,29	300.896,70	415.182,64	575.191,72	792.699,60	1.083.844,49	1.470.882,52	1.983.745,04	2.660.933,26
Egresos											
Costos de ventas		124.671,23	154.407,82	191.412,03	237.056,76	293.643,54	364.292,49	451.889,03	559.896,56	694.460,13	860.102,76
Gastos de ventas		3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Gastos administrativos		59.467,02	62.032,37	64.725,99	67.554,29	70.524,00	73.642,20	76.916,31	80.354,13	83.963,84	87.754,03
Pago de amortización		5.265,00	7.764,22	7.764,22	7.764,22	7.764,22	7.764,22	7.764,22	7.764,22	7.764,22	7.764,22
Total Egresos		192.403,25	227.204,41	266.902,25	315.375,28	374.931,77	448.698,91	539.569,57	651.014,91	789.188,19	958.621,02
Ut. Antes de part trab	-	13.290,29	- 2.830,13	33.994,45	99.807,36	200.259,95	344.000,69	544.274,92	819.867,61	1.194.556,85	1.702.312,25
15% part. Trab.	-	1.993,54	- 424,52	5.099,17	14.971,10	30.038,99	51.600,10	81.641,24	122.980,14	179.183,53	255.346,84
Ut. Antes de Imptos.	-	11.296,75	- 2.405,61	28.895,28	84.836,26	170.220,96	292.400,58	462.633,68	696.887,47	1.015.373,32	1.446.965,41
Imptos. 25%	-	2.824,19	- 601,40	7.223,82	21.209,06	42.555,24	73.100,15	115.658,42	174.221,87	253.843,33	361.741,35
Saldo Final	-100.500,00	- 8.472,56	- 1.804,20	21.671,46	63.627,19	127.665,72	219.300,44	346.975,26	522.665,60	761.529,99	1.085.224,06

5.4 Evaluación Financiera.

TMAR	20%
TIR	55,07%
Tasa de descuento	16,37%
VAN	\$683.689,04

Se observa claramente que la tasa interna de retorno es mayor que la tasa mínima atractiva de retorno por este resultado obtenido los accionistas deciden que el proyecto es rentable.

5.5 Análisis de Sensibilidad.

Dado que se ha hecho la estimación financiera con la capacidad al 100%, el análisis de sensibilidad permite conocer el porcentaje de variación que pueden sufrir variables como precio, cantidad y costos para que el proyecto siga siendo atractivo.

Beneficio Social.

• Impacto Social

La educación artística en el nivel básico se encuentra relegada; se les da prioridad a las otras materias y, de acuerdo al programa, si queda tiempo se dedica actividades artísticas. Los docentes carecen de una preparación especial en esta área ya no existen profesores dedicados específicamente a impartirla, como en el caso de educación física.

La pintura, la danza, la música y el teatro queda limitado a muy pocos niños que asisten a talleres o institutos especiales, los que en todas las ocasiones realizan la enseñanza de acuerdo a la pedagogía del arte infantil y la mayoría de estos cobran por su servicio.

La pedagogía artística infantil acepta los sentimientos del niño volcados en sus actividades artísticas y entendidas también en el contexto de la etapa de desarrollo en que se encuentra.

Por lo tanto la pedagogía del arte infantil acepta y promueve la diferencia en los niños procurando inculcar sentimientos de confianza y seguridad en ellos.

• ¿Qué le está entregando el proyecto a la Sociedad?

Las actividades artísticas, música, pintura, danza y teatro, favorecen y estimulan el desarrollo de la psicomotricidad fina y gruesa del chico, lo cual redundará en un mayor control de su cuerpo, proporcionándole seguridad en los propios poderes y elementos para la adquisición de la lecto-escritura.

Las actividades artísticas ayudan para las experiencias de aprendizaje escolar, motivando el desarrollo mental, ya que con éstas se aprenden conceptos como duro/suave, claro/fuerte, lento/rápido, alto/bajo, etcétera. Se ejercita la atención, la concentración, la imaginación, las operaciones mentales como la reversibilidad (al considerar varias formas para resolver una situación), la memoria, la observación, la iniciativa, la voluntad y la autoconfianza; ésta última, como un resultado de la constatación por parte del niño de todo lo que

puede realizar, lo cual se traducirá en un concepto positivo de su persona, que generalizará a las actividades académicas.

El arte beneficia también el desarrollo socio _ emocional del niño al propiciar la aceptación de sí mismo con sus posibilidades y límites. Esta aceptación va íntimamente ligada al concepto que tenga de sí, el cual determinará su comportamiento presente y futuro: el niño se conducirá de acuerdo con quien cree que es. Desgraciadamente, muchos padres les reflejan a sus hijos una imagen negativa de su persona y, en este sentido, el arte juega el papel de un reparador para esta imagen deteriorada, manifestándose así una de sus grandes cualidades que es la terapéutica.

Asimismo, al trabajar en el seno de un grupo, el niño se enfrenta a múltiples ocasiones de interrelación en las que se conjugan el trabajo individual y el colectivo en un continuo dar y recibir, pedir y ceder, dirigir y seguir, compartir, cooperar y comprender las otras individualidades con sus diferencias y necesidades. Se favorece de esta manera el desarrollo moral del que nos habla Piaget.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

El proyecto tiene como fondo solucionar una problemática social, ya que en el mayor de los casos no tienen mucha importancia la educación en habilidades artísticas desde niños y no les dan el soporte necesario que le permitiría tener un mayor desempeño estudiantil.

Es en base a esta necesidad, proponemos la creación del Instituto de Desarrollo de Habilidades Artísticas "I.D.H.A.", ofreciendo el aprendizaje y recreación adecuada en las diferentes áreas, de esta manera brindamos la seguridad a los padres de que sus hijos están siendo atendidos por personas capacitadas.

Nuestra ventaja competitiva resulta de ofrecer tanto ayuda académica como talleres que incrementan el desarrollo intelectual de los niños y a su vez los recrea, lo que en ocasiones los padres encuentran en cursos por separado.

Cumpliendo las expectativas proyectadas tanto de ingresos como egresos, se muestra que el proyecto tendría una buena acogida inicialmente y la demanda aumentaría gradualmente lo que nos daría como resultado la viabilidad del mismo.

Como recomendación podemos considerar la ampliación del Instituto a otras zonas de la ciudad de Guayaquil, previo análisis de investigación.

Así como también el continuo control de calidad del servicio, lo que nos servirá para medir el desempeño del personal y compararlo con los estándares de calidad establecidos en la compañía.

Otro punto fundamental para alcanzar el éxito en una empresa es tomar en cuenta las necesidades y expectativas del mercado. Se debe considerar los gustos y deseos tanto de los padres como los de los niños que asistan al centro.

Consideramos que sería de utilidad realizar investigaciones de mercado periódicas para conocer mucho mejor a los clientes; además, es relevante colocar un buzón de quejas y sugerencias con el fin de mejorar constantemente, evaluar percepciones y de prestar un servicio de calidad al cliente

Bibliografía

http://www.mundoconfamilia.com/juegos/intro_a_la_musica_es.html

<http://www.univalle.edu/publicaciones/journal/journal9/pag8.html>

http://www.ciudadadeladanza.com/bibliodanza/Ballet_Clasico/Entradas/2009/12/10_Manual_de_iniciacion_al_ballet.html

<http://estimulacionmusical.com/materiales.htm>

<http://www.nncc.org/Curriculum/sp.activ.recr.html>

<http://www.surcultural.info/2008/05/aprendiendo-musica-a-traves-del-juego/>

<http://www.rubens51.com/belma13.htm>

<http://www.artescuela.com/cursos/ninos-y-ninas-de-3-a-5-anos>

<http://educar.jalisco.gob.mx/15/15Martin.html>

<http://www.arteymercado.com/menudoarte/>

http://html.rincondelvago.com/educacion-artistica_3.html

<http://www.eduteka.org/pdfdir/MENLineamientosArtistica.pdf>