

PLAN DE NEGOCIOS
ESPACIO DE DESARROLLO INFANTIL



Techie Playground

Autores:

- Karen Noemí Riveros Genes,
- Pablo Daniel Pedrozo Ramírez

23 de Junio del 2021

Facultad de Ciencias Empresariales
Ingeniería de Tecnologías de la Información Empresarial

Índice

1. Resumen Ejecutivo	3
2. Análisis de mercado y plan de ventas	4
2.1 Definición de segmento de mercado	4
2.2 Descripción y cantidad del potencial de ventas en tu segmento de mercado	4
2.3 Descripción de los competidores principales en el segmento	4
2.4 Estimación del volumen de ventas basado en tu capacidad	5
2.5 Definición del precio frente a la competencia	6
2.6 Cálculo de ventas por 5 años	6
3. Plan de producción	7
3.1 Especificaciones técnicas del servicio	7
3.2 Descripción de la diferenciación del servicio con la competencia	9
3.3 Descripción de los aspectos y el impacto social y ambiental del servicio	
3.4 Descripción y cálculo de inversiones	10
3.5 Cálculo de costos fijos de local.	10
3.6 Otros costos	10
4. Estructura organizacional	11
4.1 Descripción estructura formal organizacional y organigrama	11
4.2 Descripción del personal y cálculo de costos del personal	12
5. Plan de Marketing	13
5.1 Descripción canales de venta	13
5.2 Cálculo de costos de distribución	14
5.3 Descripción plan de promoción	14
5.4 Cálculo de costos de promoción	14
5.5 Desarrollo de cuenta empresarial en instagram y página web	15
5.6 Primera lista de compradores potenciales	16

Plan de negocios

1. Resumen Ejecutivo

La población paraguaya está en constante crecimiento. Con alrededor de 150.000 nacimientos por año, el país está atravesando un rápido crecimiento demográfico. La mayoría de estos nacimientos ocurren en el departamento Central, donde vive el 30% de la población. Hoy en día, es normal —especialmente en la capital y cercanías— que ambos padres trabajen, por lo que muchas veces el acudir a una guardería para cuidar de los hijos es necesario. De ahí identificamos una oportunidad de negocios: servicio de guardería diferenciada.

Nuestro servicio de guardería se diferencia de la oferta tradicional debido a su moderna infraestructura y la exposición desde temprana edad al idioma inglés, actividades complementarias y alianzas estratégicas con empresas. Una ubicación estratégica y horarios extendidos complementan nuestra propuesta de valor. El uso de tecnologías es nuestro principal enfoque, haciendo uso de ellas para mantener un ambiente armonioso en las instalaciones, mantener a los padres informados y poder contactarlos rápidamente ante cualquier eventualidad, y asegurar la seguridad de los niños. También serán utilizadas estrategias de relevamiento y análisis de datos a fin de conocer mejor los gustos/preferencias de los padres jóvenes, como también encontrar lugares adecuados para los siguientes locales.

En el primer año se obtendría un ingreso de Gs. 467.500.000 generado en concepto de cuotas pagadas por los padres, sin embargo, no se espera generar rentabilidad para el primer año. Para el tercer año se espera una rentabilidad del 11% y para el quinto año aumentar la rentabilidad a 32%.

2. Análisis de mercado y plan de ventas

2.1 Definición de segmento de mercado

Paraguay es un país compuesto principalmente por personas jóvenes. Según la Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censo (DGEEC)¹, en Paraguay la población de entre 0 a 29 años representa el 55,27% de la población en el año 2.021.

Además, el Instituto Nacional de Estadísticas² revela que las familias con mayores ingresos se centran principalmente en Asunción-Paraguay, obteniendo el 40% de familias más ricas un ingreso familiar promedio de entre 7.140.000 y 13.593.000 guaraníes.

Teniendo esto en cuenta, decidimos apuntar a un mercado que además de ser grande, también tiene la necesidad de un servicio como el nuestro. Este mercado está compuesto por familias de Asunción pertenecientes al 40% con mayores recursos de la zona con hijos de entre 0 a 4 años.

El INE³ asegura que 521.101 personas viven en Asunción en el año 2021, mientras que la DGEEC⁴ afirma que en el mismo año el 9,62% de la población Paraguaya tiene entre 0 a 4 años de edad. Esto representa un 50.129 niños, de los cuales aproximadamente el 40% son de familias de ingresos medio/alto, es decir, **20.051 niños es el mercado potencial para este negocio de guarderías.**

2.2 Descripción y cantidad del potencial de ventas en tu segmento de mercado

El mercado potencial para esta guardería representan las parejas (generalmente jóvenes) que se encuentren en Asunción, cuyos ingresos familiares superen los 7.140.000 de guaraníes. En total, se estiman unos 20.051 niños que podrían ser potenciales consumidores de este servicio.

2.3 Descripción de los competidores principales en el segmento

En la zona existen una gran cantidad de guarderías, por lo que se puede decir que la competencia es grande. Con los diferenciadores descritos en la siguiente sección y las alianzas estratégicas se busca abarcar un mercado específico y lograr establecerse y consolidarse.

¹ Datos abiertos conforme a la ley N° 5282, la cual garantiza el libre acceso ciudadano a la información pública y transparencia gubernamental. Fuente: STP/DGEEC. Paraguay. Proyección de la Población Nacional, Áreas Urbana y Rural por Sexo y Edad, 2000-2025. Revisión 2015

² Datos abiertos conforme a la ley N° 5282, la cual garantiza el libre acceso ciudadano a la información pública y transparencia gubernamental. Fuente: INE. Encuesta Permanente de Hogares Continua, 2017 - 2020. Cuarto trimestre. Serie comparable

³ Datos abiertos conforme a la ley N° 5282, la cual garantiza el libre acceso ciudadano a la información pública y transparencia gubernamental. Fuente: INE. Paraguay. Proyección de la Población por Sexo y Edad, según Departamento, 2000-2025. Revisión 2015

⁴ Datos abiertos conforme a la ley N° 5282, la cual garantiza el libre acceso ciudadano a la información pública y transparencia gubernamental. Fuente: STP/DGEEC. Paraguay. Proyección de la Población Nacional, Áreas Urbana y Rural por Sexo y Edad, 2000-2025. Revisión 2015

Considerando las personas a las que van dirigidas estas guarderías y sus ubicaciones dentro de Asunción, se destacan las siguientes como principales competidores:

- **Jardín los 3 Pastorcitos:** está ubicada en Mcal. Estigarribia, Asunción.
- **Centro Educativo El trencito:** se ubica México 829 entre Manuel Domínguez y Fulgencio R. Moreno.
- **ABC Children's Center:** ubicado en Ntra. Sra. de la Asunción, Asunción entre Lomas Valentinas y Milano.
- **Crecer jugando:** se ubica en Gobernador Domingo M.De Irala 1648
- **Pinceles mágicos:** ubicado en Chile 1580 casi Roma.

2.4 Estimación del volumen de ventas basado en tu capacidad

La capacidad máxima se mide en cantidad de niños a los que se puede atender. Los niveles de *maternal 1*, *maternal 2* y *maternal 3*, al ser turnos de jornada completa se ofrecen en un solo turno. Por otro lado, los niveles mayores se ofrecen en turno de mañana y tarde.

Nivel	Capacidad máxima por turno	Total de turnos	Capacidad total
Maternal 1	5	1	5
Maternal 2	5	1	5
Maternal 3	10	1	10
Pre-jardín	10	2	20
Jardín	15	2	30
Pre-escolar	25	2	50
Total			120

A partir del cuarto año la capacidad máxima aumenta debido a que la cantidad de niños se incrementa, por lo que en algunas aulas se contratan ayudantes a los profes principales, y en otros casos se habilitan nuevas aulas para los niveles si es necesario. Por eso, la capacidad máxima por 5 años es como se ve a continuación:

Nivel	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maternal 1	5	5	5	5	10
Maternal 2	5	5	5	10	10
Maternal 3	5	5	5	20	20
Pre-jardín	20	20	20	20	25

Jardín	30	30	30	30	30
Pre-escolar	25	25	25	25	25
Total	90	90	90	110	120

2.5 Definición del precio frente a la competencia

Se identificaron precios de la competencia para los distintos niveles. En este caso se seleccionaron las siguientes guarderías.

Nivel	Competencia	Precio
Maternal 1	Los 3 pastorcitos	1,250,000
Maternal 2	El trencito	800,000
Maternal 3	ABC Children's Center	1,300,000
Pre-jardín	Crecer jugando	700,000
Jardín	Crecer jugando	700,000
Pre-escolar	Pinceles mágicos	520,000

Los precios establecidos para nuestro espacio de desarrollo infantil se especifican en la siguiente tabla:

Nivel	Precio
Maternal 1	1,300,000
Maternal 2	1,300,000
Maternal 3	1,300,000
Pre-jardín	650,000
Jardín	650,000
Pre-escolar	700,000

2.6 Cálculo de ventas por 5 años

Las ventas estimadas se mide en cantidad de niños a los que se espera atender en la guardería. Al ser un espacio de desarrollo infantil, cada niño representa un ingreso mensual.

Nivel	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maternal 1	2	3	3	4	6
Maternal 2	3	4	5	7	9
Maternal 3	3	4	5	7	9
Pre-jardín	9	11	14	18	22
Jardín	6	8	9	12	15
Pre-escolar	9	11	14	18	22
Total	32	40	51	64	81

3. Plan de producción

3.1 Especificaciones técnicas del servicio

Los servicios de espacio de desarrollo infantil serán ofrecidos a niños de 4 meses a 6 años. Se cubrirán dos áreas de educación infantil:

- Educación informal: Se le llama de esta forma a la primera educación que reciben los niños, desde su nacimiento hasta los 3 años. En este tiempo el enfoque está más que nada en el desarrollo de la lengua materna de los niños, su desarrollo social, reconocimiento de sí mismo y de los demás, etc.
- Educación formal: Esta etapa abarca los niveles de *jardín*, *pre-jardín* y *pre-escolar*, y va dirigida a niños de entre 3 a 6 años. En este tiempo los niños ya empiezan a reconocer las letras, colores y desarrollar su propia lógica. Es la preparación para lo que sería la educación primaria.

Los servicios consisten en un espacio físico en donde ellos puedan desarrollarse física, cognitiva, afectiva y socialmente, en un contexto de comunidad rodeado de otros niños y de maestros.

A continuación se presentan con más detalle los servicios que se ofrecerán:

Servicios	Descripción
Espacio de desarrollo infantil	Este servicio (core del negocio) se ofrece para los niveles de pre-jardín, jardín y pre-escolar en un horario de 07:00hs. a 11:00 y de 13:00 a 17:00hs. (4 horas diarias en cada turno) de lunes a viernes, que podrán ser adecuados a jornadas extendidas de acuerdo a la necesidades específicas de los beneficiarios.

	El jardín maternal se ofrece en un horario de jornada completa, de 07:00 a 17:00hs., y los mismos permanecerán abiertos los 12 meses del año (con un receso de 2 semanas en diciembre) y tomando en cuenta los feriados nacionales. Con estos servicios los niños podrán desarrollar sus habilidades cognitivas, recrearse, participar de distintas actividades tales como taller de dibujo, baile, espacios de sueño y descanso(en caso de jornada extendida)con infraestructura adecuada, deportes e incluso tener una formación bilingüe (español-inglés) ya desde su primera infancia.
Servicio de alimentación	El servicio incluye el suministro de alimentos que serán preparados en base a un menú semanal de acuerdo a los requerimientos básicos de los niños, supervisados por un profesional de nutrición. Este servicio incluye almuerzo y dos colaciones (una por la mañana y otra por la tarde). La preparación de estos alimentos estará a cargo de una empresa tercerizada que cumpla con estándares de calidad para que sean alimentos aptos para los niños.
Ampliación de horarios	Debido a que este servicio es para apoyar a los padres que deben trabajar, se ofrece también la posibilidad de ampliar el horario de permanencia dentro del jardín maternal. Para ello se extenderá también el horario de profesionales(según la cantidad de niños que utilicen el servicio).

Los distintos niveles de servicios ofrecidos se detallan en la siguiente tabla:

Aulas	Edad de niños
Maternal 1	4 a 12 meses
Maternal 2	13 a 24 meses
Maternal 3	25 a 36 meses
Pre-jardín	3 años cumplidos hasta el 31 de marzo
Jardín	4 años cumplidos hasta el 31 de marzo
Pre-escolar	5 años cumplidos hasta el 31 de marzo

3.2 Descripción de la diferenciación del servicio con la competencia

La diferenciación de esta guardería consta de distintos aspectos, siendo estos: la calidad de profesionales, actividades complementarias, formación bilingüe, seguridad e información. A continuación se describe cada una de ellas con más detalles:

- Calidad de profesionales: Al ser una guardería que busca ubicarse como un sinónimo de calidad, todos los colaboradores deben ser profesionales en sus respectivas áreas, y además serán entrenados constantemente para seguir innovando en la formas de cuidado, y educación a los niños.
- Actividades complementarias: En este lugar se busca además desarrollar y explorar el talento que los niños poseen. Las actividades complementarias ayudarán a esto, y consiste de distintos clubes de danza, natación y deporte. Estos clubes son de carácter opcional.
- Formación bilingüe: Las actividades desarrolladas dentro de las instalaciones serán desarrolladas en carácter bilingüe (español-inglés).
- Seguridad: Los padres quieren asegurarse de que sus niños estén a salvo. Para lograr esto se contará con un sistema de seguridad y videovigilancia moderno en cada aula.
- Información: En el sitio web de la guardería los padres podrán encontrar información de sus hijos, progresos, comidas, etc, a fin de tener un seguimiento de ellos.
- Alianzas estratégicas: Se buscará realizar alianzas con empresas, para que estas puedan ofrecer un espacio de desarrollo infantil a sus colaboradores que tengan hijos pequeños. Para esto, se ofrecerá un descuento a las empresas de la zona, y estos podrán cubrir los costos para sus colaboradores de forma parcial o completa.

3.3 Descripción de los aspectos y el impacto social y ambiental del servicio

Este servicio apoyará a muchos padres de la zona, para que en sus respectivos horarios laborales ellos puedan estar ejerciendo sus trabajos, mientras que sus niños están siendo cuidados, educados y se están recreando.

Esto puede repercutir a un desarrollo económico de la zona y a una formación de niños capaces, bilingües y con valores. Luego de su niñez temprana, estos niños podrán ir potenciando sus capacidades adquiridas en esta guardería.

3.4 Descripción y cálculo de inversiones

Inversión	Descripción	Precio
Equipamiento mobiliario	Mesas, sillas, cunas, estanterías, armarios, decoración, etc.	27,000,000
Aires acondicionados	8 aires acondicionados	16,000,000
Equipamientos de cocina	Elementos p/ preparación, refrigeradores, microondas, etc.	15,000,000
Equipamiento de parque	Hamacas, casita de madera, arenero, etc.	18,000,000
Equipamiento informático	5 Cámaras de seguridad, 2 computadores, 1 equipo de sonido, 1 proyector, etc.	20,000,000
Página web	Desarrollo de página web de la guardería	7,000,000
Artículos de papelería	Cartulinas, crayones, plastilinas, carpetas, archivadores, bolígrafos, etc.	2,000,000
Juguetes	Juguetes en general	6,500,000
Total		111,500,000

3.5 Cálculo de costos fijos de local.

Costo	Monto
Local	6,000,000
Agua	250,000
Luz	1,500,000
Internet	300,000
Teléfono fijo	100,000
Total mensual	8,150,000

3.6 Otros costos

En la siguiente tabla se presenta un presupuesto anual para capacitar a los colaboradores de la guardería y los alimentos (costo variable) por cada niño

Costo	Descripción	Monto
Entrenamiento para profesionales	Presupuesto anual	1,080,000
Alimentos	mensual por cada niño	180,000

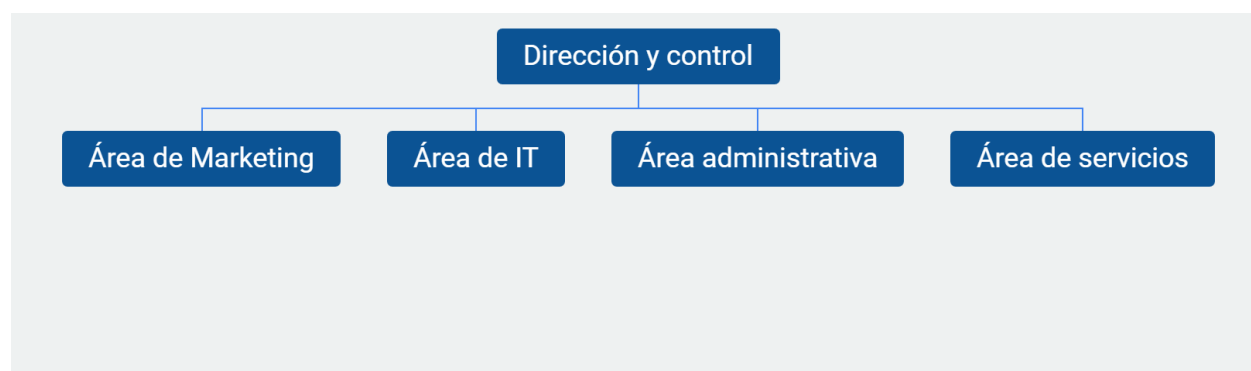
4. Estructura organizacional

4.1 Descripción estructura formal organizacional y organigrama

La estructura formal organizacional de la empresa tiene forma de pirámide (vertical). Esta consta de áreas principales que apoyarán el desempeño de la organización, siendo estas:

Áreas	Descripción de responsabilidades
Dirección y control	<ul style="list-style-type: none"> - Toma de decisiones, generar la estrategia, misión y visión del negocio. - Velar por el cumplimiento de los objetivos. - Dirección en las dimensiones técnico pedagógica, comunitaria y administrativa.
Área de Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión de relacionamientos con los clientes. - Planificación de estrategias para lograr el engagement con ellos. - Comunicación de la empresa. - Gestión de alianzas estratégicas con empresas.
Área de IT	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de página web. - Mantenimiento de página web. - Gestionar proyectos en caso de ser necesario. - Planificación e innovación constante de los procesos. - Búsqueda de oportunidades a través de técnicas de business intelligence y big data, etc.
Área administrativa	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión financiera. - Planificación de presupuestos - Control de desembolso.
Área de servicios	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración e implementación de proyecto de aula, utilizando de forma adecuada los recursos disponibles en beneficio a los niños.

	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación constante de los niños y los indicadores de desarrollo de cada uno de ellos. - Llevar registro de las actividades desarrolladas por los niños. - Comunicación constante con los padres.
--	--



4.2 Descripción del personal y cálculo de costos del personal

Para el primer año el personal y los costos se proyectan como sigue:

- **Dirección y Control** : Karen Noemí Riveros Genes y Pablo Daniel Pedrozo Ramírez.
- **Marketing**: Pablo Daniel Pedrozo Ramírez.
- **IT**: Karen Noemí Riveros Genes y Pablo Daniel Pedrozo Ramírez
- **Administración**: Karen Noemí Riveros Genes
- **Servicios**: 6 profesionales, 1 colaborador en operaciones.

Personal	Sueldo mensual c/ IPS	Sueldo Anual c/ IPS	Aguinaldo	Total anual
Karen Noemí Riveros Genes	4,200,000	50,400,000	4200000	58,800,000
Pablo Daniel Pedrozo Ramírez	4,200,000	50,400,000	4200000	58,800,000
Profesional 1	3,200,000	38,400,000	3200000	44,800,000
Profesional 2	3,200,000	38,400,000	3200000	44,800,000

Profesional 3	3,200,000	38,400,000	3200000	44,800,000
Profesional 4	3,200,000	38,400,000	3200000	44,800,000
Profesional 5	2,800,000	33,600,000	2800000	39,200,000
Profesional 6	2,800,000	33,600,000	2800000	39,200,000
Logística (operaciones)	2,200,000	26,400,000	2200000	30,800,000
Total	18,000,000			252,000,000

5. Plan de Marketing

5.1 Descripción canales de venta

Debido a que nuestro servicio ofrecido es de un espacio de desarrollo infantil, nuestros canales de venta diferirán de los tradicionales. Los pagos vendrán directamente de los padres, quienes tendrán la opción de pagar localmente o vía online. Se espera que la mayoría de los padres opten por pagar localmente, debido a que también frecuentan el lugar al dejar y luego retirar a sus hijos todos los días.

Otro canal de venta sería mediante alianzas estratégicas con distintas empresas de la zona. Eso consiste en crear convenios con las empresas ofreciéndoles un descuento y que ellos puedan ofrecer este servicio a sus colaboradores.

5.2 Cálculo de costos de distribución

La empresa no incurrirá en costos de distribución, debido a que todas las actividades se realizarán de manera local — por virtud de tratarse de un servicio de guardería.

5.3 Descripción plan de promoción

Las campañas de mercadeo incluirán charlas con padres interesados, anuncios en redes sociales y Google AdSense, afiches y publicidades ubicadas en la zona, y la recomendación popular. Las redes sociales incluirían Facebook, Instagram, y Twitter, debido a su notoriedad como las mayores redes sociales utilizadas en la actualidad. A través de Google AdSense, se podrá delimitar nuestro cliente meta a personas que recientemente hayan tenido hijos, debido a su gran probable interés en necesitar de un servicio de guardería diferencial. Las

campañas de mercadeo resaltarán la cualidad bilingüe de la guardería, y los beneficios de ser expuestos a el idioma Inglés desde temprana edad.

5.4 Cálculo de costos de promoción

Suponemos una inversión inicial de Gs. 20 millones. La mitad de este monto (alrededor de Gs. 10 millones), será destinado a los anuncios web y de redes sociales. Además, buscaremos influencers que estén relacionados con el tema y que pueda llegar a nuestro grupo meta. Creemos que las redes sociales y la web representan la mayor ventana a nuestros clientes, debido a la amplia utilización de estos medios por padres jóvenes. Alrededor de Gs. 8 millones se utilizarán en afiches, folletos, y campañas publicitarias en medios tradicionales de comunicación. Los Gs 2 millones restantes serían destinados a insumos para las charlas informativas para padres.

De esta manera, no nos enfocamos solo en un medio de hacer conocer nuestra oferta, sino que logramos diversificar nuestro canales de comunicación.

Además, se calcula un costo de aproximadamente 1.000.000 mensual durante el primer año. Este costo es un considera un poco elevado, debido a que durante el primer año queremos hacernos conocer en el mercado. Esto se utilizará principalmente para potenciar las redes sociales.

5.5 Desarrollo de cuenta empresarial en instagram y página web

Se desarrolló una cuenta empresarial de instagram que ya está funcionando actualmente. Por otro lado, la página web oficial está en desarrollo, y se lanzará en el segundo semestre del año lectivo.

Logo de la Empresa



Techie Playground



5.6 Primera lista de compradores potenciales

- Familiares, amigos, y conocidos serían los primeros en enterarse de nuestra oferta, y serán los pioneros en demostrar interés y acercarse a la empresa.
- Padres primerizos, como padres extranjeros verán con especial valor la oferta bilingüe de la institución. Creemos que esta parte del mercado responderá de manera bastante positiva en los primeros meses de operación.
- Padres locales: la ubicación de la guardería es crucial para muchos padres de clase trabajadora, por lo que creemos que los padres del barrio y alrededores encontrarán valor agregado al no tener que desplazarse grandes distancias para llegar hasta la institución.
- Empresas de las zonas que estén interesadas en ofrecer a sus colaboradores un espacio para sus hijos. Con estas empresas se realizarán las alianzas estratégicas ya mencionadas en la sección de diferenciación.

6. Plan financiero

En este plan financiero, se tiene como objeto de estudio a la empresa de espacio de desarrollo infantil, planificando para arrancar con las operaciones en el año 2022. Las oportunidades de negocio son grandes, considerando la población existente en Asunción, y la necesidad de un espacio de desarrollo y recreación para niños, específicamente pertenecientes a familias con un poder adquisitivo medio/alto, y en la que los padres, debido a su situación laboral no puedan hacerse cargo de los niños en el horario laboral.

Al ser un servicio de carácter educativo (formal e informal), cada cliente (niño inscripto) representa un ingreso mensual. Para el servicio de educación informal (materno 1, 2 y 3), esto representa un ingreso de los 12 meses de año, ya que es un servicio ofrecido durante todo el año. Sin embargo, para los servicios de educación formal (pre-jardín, jardín y pre-escolar), esto representa un ingreso de 10 meses (febrero a noviembre).

La inversión requerida es relativamente alta. Sin embargo, una parte es financiada por los socios fundadores, se buscará una financiación por parte de terceros y se recurrirá a un préstamo que se pagará en 2 años a una tasa de 16% anual.

En los primeros dos años se observan pérdidas y en el tercer año se obtiene una rentabilidad de Gs. **59,509,980**, que representa el 11%. Sin embargo, durante el primer año los socios fundadores esperan cubrir los costos utilizando sus sueldos como inversión en el negocio.

Para la realización de este análisis financiero se realizaron los siguientes supuestos:

- La financiación propia contiene los materiales que los socios fundadores ya poseemos, tenemos la capacidad de realizar (página web), y dinero que tenemos para invertir.
- Se obtendrá una financiación por parte de terceros de Gs. 30.000.000.
- Se obtendrá un crédito de Gs. 73.500.000. Dicho crédito será pagado en un periodo de 24 meses a una tasa de interés de 16% anual.
- Se plantea un crecimiento de ventas de un 25 ó 30% anual (dependiendo del nivel).
- Todos los niños que se inscriben para la educación informal, aprovecharán este servicio durante todo el año, mientras que los niños que reciben la educación formal solo en un periodo de 10 meses anuales.
- El único costo variable que se presenta es el de los alimentos, realizado por una empresa tercerizada, y cuyo precio es de Gs. 9.000 por plato, ó Gs. 180.000 mensual por niño.
- Los ingresos provenientes de la educación informal son más altos debido al precio más elevado y el servicio ofrecido (jornada completa con alimentación).

En el plan financiero se presentan datos como:

- Ingresos y costos mensuales del año 1
- Proyección de ingresos y costos anuales de 4 años
- El flujo de caja

- Las necesidades de financiamiento propio, de terceros o préstamos
- El estado de resultados.

A continuación se muestra una tabla resumida de las ganancias y pérdidas estimadas en los primeros 5 años. Además, junto con el presente plan de negocios se adjunta un archivo excel en donde se presentan con más detalles los ingresos y costos mensuales estimados para el primer año, y la proyección de ingresos y costos anuales de 4 años.

Profit & Loss statement (Estado de ganancias y pérdidas) en guaraníes					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sales					
Servicio Maternal (1, 2 y 3)	156,000,000	195,000,000	243,750,000	304,687,500	380,859,375
Pre-Jardín	65,000,000	81,250,000	101,562,500	126,953,125	158,691,406
Jardín	52,000,000	65,000,000	81,250,000	101,562,500	126,953,125
Pre-Escolar	63,000,000	78,750,000	98,437,500	123,046,875	153,808,594
Total ventas	336,000,000	420,000,000	525,000,000	656,250,000	820,312,500
Costs					
Direct operational costs					
Alimentación	60,480,000	76,500,000	96,660,000	122,400,000	154,800,000
Salarios empleados	216,000,000	220,320,000	224,726,400	229,220,928	233,805,347
Total direct expenses	7,200,000	7,272,000	7,344,720	7,418,167	7,492,349
Total costos de operación directo	283,680,000	304,092,000	328,731,120	359,039,095	396,097,695
Indirect operational costs					
Alquiler Local	72,000,000	75,600,000	84,672,000	94,832,640	106,212,557
Capacitación de profesionales	10,080,000	10,584,000	11,642,400	12,806,640	14,087,304
Costos de mercadeo	12,000,000	12,000,000	12,000,000	12,000,000	12,000,000
Costos internet, hosting, etc.	3,600,000	3,780,000	3,969,000	4,167,450	4,375,823
Servicios básicos (luz, agua, etc.)	22,200,000	23,310,000	24,475,500	25,699,275	26,984,239
Intereses	11,760,000	11,760,000	0	0	0

Total costos de operación indirecto	131,640,000	173,784,000	136,758,900	149,506,005	163,659,922
Depreciation over investment					
<i>Equipamiento del local</i>	1,525,000	1,525,000	1,525,000	1,525,000	1,525,000
<i>Marketing</i>	555,556	555,556	555,556	555,556	555,556
<i>Página web</i>	58,333	58,333	58,333	58,333	58,333
Total depreciation	2,138,889	2,138,889	2,138,889	2,138,889	2,138,889
Total costs	417,458,889	480,014,889	467,628,909	510,683,989	561,896,506
Profitability (Sales minus Costs) *	-81,458,889	-60,014,889	57,371,091	145,566,011	258,415,994
Profitability as a percentage of sales	-24%	-14%	11%	22%	32%