



**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO “ZEGEL  
IPAE”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACION DE  
NEGOCIOS**

**PLAN DE MEJORA PARA POSICIONAR LA EMPRESA CUNA  
GUARDERIA JARDÍN MI LUPITA E.I.R.L DE LA CIUDAD DE  
IQUITOS, 2023**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título de Profesional Técnico en  
Administración de Negocios**

**DIANA BRENDA TENAZOA GOMEZ  
(0000 - 0002 - 0559 - 0412)**

**ELÍAS ENOC RODRIGUEZ AMARAL  
(0000 - 0001 -7909 - 9039)**

**Iquitos, Peru  
2023**

*Dedicatoria:*

A nuestros padres.

## Índice General

	<b>Pág.</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	08
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	09
<b>CAPÍTULO I. PROYECTO EMPRESARIAL</b>	
Identificación del problema .....	10
Justificación de la mejora empresarial .....	15
Indicadores de impacto de la mejora empresarial .....	15
<b>CAPÍTULO II. RESEÑA DE LA EMPRESA</b>	
Descripción del negocio .....	10
Misión, visión, valores corporativos y objetivos estratégicos de la empresa .....	15
Breve resumen de la trayectoria empresarial .....	15
<b>CAPÍTULO III. DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL</b>	
Entorno empresarial .....	10
Perspectivas del diagnóstico empresarial .....	15
Mapa estratégico	
Financiera .....	15
Clientes .....	15
Procesos internos .....	15
Capacidades del personal y la organización .....	15
<b>CAPÍTULO IV. OPORTUNIDAD DE MEJORA EMPRESARIAL</b>	
Identificación del área de aplicación para el plan de mejora empresarial .....	18
Problema .....	25
Causas .....	25
Puntos críticos .....	27
Formulación de la oportunidad de mejora .....	29
Priorización de puntos críticos .....	29
<b>CAPÍTULO V. PROPUESTA DE MEJORA EMPRESA</b>	
Justificación de la mejora empresarial .....	18
Objetivos de la mejora .....	25
Factores Internos .....	25

Escenarios Internos .....	25
Estrategias .....	25
Evaluación de alternativas beneficio – costo .....	25
 <b>CAPÍTULO VI. IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA DE MEJORA</b>	
Cronograma de implementación .....	40
Plan de acción .....	42
Sistema de monitoreo y definición de los indicadores de desempeño .....	44
 <b>CONCLUSIONES.....</b>	
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>51</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA .....</b>	<b>51</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>52</b>

## Índice de tablas

Tabla 1. Ficha RUC .....	15
Tabla 2 Inversión del estado en Loreto.....	20
Tabla 3. Oportunidades y Amenazas del Factor Político.....	24
Tabla 4. Empleo en Loreto.....	25
Tabla 5 Oportunidades y Amenazas del Factor Económico .....	27
Tabla 6 Oportunidades y amenazas del Factor Social .....	32
Tabla 7 Tipos de aprendizajes Educativos.....	35
Tabla 8 Oportunidades y amenazas del Factor Tecnológico .....	36
Tabla 9 Oportunidades y amenazas del factor ambiental .....	40
Tabla 10 Matriz Mefe .....	41
Tabla 11 Proveedor comercializadora Alfa .....	46
Tabla 12. Proveedor comercializadora La Restinga .....	47
Tabla 13 Proveedor de la Asociación Editorial Bruño .....	47
Tabla 14 Matriz perfil de los competidores .....	49
Tabla 15 Mapa Estratégico .....	50
Tabla 16. Estado de situación financiera .....	51
Tabla 17. Estado de resultados.....	54
Tabla 18. Ratio de liquidez .....	55
Tabla 19. Ratios de solvencia .....	56
Tabla 20. Ratios de rentabilidad .....	57
Tabla 21. Punto de equilibrio.....	58
Tabla 22 Descripción del perfil de puesto - Director.....	63
Tabla 23 Descripción de perfil de puesto - Secretaria .....	64
Tabla 24 Descripción del Perfil de puesto - Contador.....	65

Tabla 25 Descripción del perfil de puesto – Personal de seguridad .....	66
Tabla 26 Descripción del Perfil de Puesto - Docente .....	67
Tabla 27 Descripción del Perfil de Puesto – Auxiliar de Educación.....	68
Tabla 28 Diagrama de Pareto.....	73
Tabla 29 Matriz Mefi .....	78
Tabla 30 Matriz Mefe .....	79
Tabla 31 Análisis del Foda .....	80
Tabla 32 Presupuestos del Costo Publicitario.....	82
Tabla 33 Descripción del Producto Tablets .....	85
Tabla 34.Descripcion de las aplicaciones a implementar .....	85
Tabla 35 Gasto total de capacitación del docente .....	86
Tabla 36. Inversión total .....	87
Tabla 37 Descripción costo y beneficio .....	87
Tabla 38 Cronograma de implementación de las actividades.....	88
Tabla 39 Plan de acción de las actividades a realizar .....	89
Tabla 40 Plan de acción de las actividades a realizar .....	90
Tabla 41 Monitoreo de la utilización de las tablets .....	92
Tabla 42 Evaluación de desempeño de la capacitación al docente.....	94
Tabla 43 Sistema de Monitoreo e indicador de desempeño .....	95
Tabla 44 Sistema de monitoreo e indicador de desempeño .....	96

## Índice de Figuras

Figura 1. Logo de la empresa Mi Lupita.....	14
Figura 2. Ubicación del negocio. ....	16
Figura 3. Rankin Incore del índice de la competitividad .....	28
Figura 4 Mapa de ubicación de la I.E Mi mundo Feliz .....	42
Figura 5 Mapa de ubicación de la I.E Kínder .....	43
Figura 6. Mapa de ubicación de Cuna Jardín Discovery School .....	44
Figura 7. Mapa de ubicación de la Cuna Jardín “Victoria García Boniffatti” .....	45
Figura 8 Flujograma de la empresa.....	59
Figura 9 Flujograma de la empresa.....	59
Figura 10 Flujograma de la empresa.....	59
Figura 11 Flujograma de la empresa.....	59
Figura 12 Organigrama de la empresa .....	59
Figura 13 Organigrama de la empresa .....	59
Figura 14 Organigrama de la empresa .....	59
Figura 15. Organigrama .....	60
Figura 16. Diagrama de Ishikawa .....	70
Figura 17. Diagrama de Pareto .....	74
Figura 18. Gasto en publicidad .....	83
Figura 19. Gastos de publicidad radial .....	84
Figura 20. Monitoreo en redes sociales .....	91
Figura 21. Métricas .....	91
Figura 22. Medición de los resultados mínimos en obtener en Aplicaciones educativas.....	93

## Resumen Ejecutivo

El plan de mejora presentado para la institución educativa cuna, guardería, jardín “Mi Lupita” permitirá una gestión más eficiente, para ello se considera su cultura, valores y visión, para lo cual el estudio se fundamenta de la siguiente manera: En el capítulo I se identifica el problema, justificación de la mejora y los indicadores de impacto empresarial, para luego buscar las posibles soluciones a cada punto crítico detectado en la institución educativa cuna, guardería, jardín “ Mi Lupita”. En el capítulo II se describe a la empresa, planteando sus características mediante la recopilación de información necesaria como contribuyente, ubicación, misión, visión, valores corporativos, objetivos estratégicos y la trayectoria empresarial. En el capítulo III se analizó y se evaluó los factos externos, las 5 fuerzas de Porter, y las cinco perspectivas del diagnóstico empresarial, entre ellos: la situación financiera, cliente, los procesos internos, las capacidades del personal de la organización, conociendo sus variables externas e internas. En el capítulo IV se identifica el área de aplicación para el plan de mejora, reconociendo el problema, utilizando diferentes métodos, se define principales causas y los puntos críticos que afecta a la empresa, se priorizó cada punto crítico y se planteó soluciones. En el capítulo V se realizó estrategias para cada punto clave prioritario, analizando las fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y amenazas que permiten implementar el plan. En el capítulo VI se diseñó un cronograma, un plan de acción donde se dio a conocer todas las actividades a realizar, y un sistema de monitoreo para vigilar los procesos planteados.



## Introducción

El plan de mejora fue elaborado siguiendo los lineamientos previstos por el I.E.P.C.G.J “MI LUPITA”, coordinando acciones para su formulación con las personas que dirigen el negocio, y parte administrativa, con el objetivo de implementar mejoras en la institución educativa.

Para la elaboración del plan de mejora se han tomado en cuenta los lineamientos orientadores de política y educativos, realizando análisis de los mismos en función a los requerimientos de la Institución, y el proceso educativo actual a nivel regional, que garantice una labor eficaz, eficiente y de calidad; ante los posibles obstáculos que se presentan durante el proceso educativo.

La metodología empleada ha estado basada en la organización de equipos de trabajo, para realizar el diagnóstico de la situación por áreas, determinando cada equipo las fortalezas y debilidades de su área, en equipos heterogéneos se determinaron los principios institucionales, así como las oportunidades y amenazas en equipos heterogéneos se determinaron los principios institucionales, esfuerzo que será compartido por toda la comunidad estudiantil, al participar, de manera consciente o inconsciente con sus alcances o sugerencias, durante las preguntas realizadas en las visitas para elaborar el presente documento.

Se identifica el problema principal, teniendo en cuenta la deficiencia de estrategia comercial, donde se aplicó métodos para verificar las causas principales que lo ocasiona.

Para ello se sugiere estrategias como la publicidad tradicional y digital, capacitaciones para el docente, implementación de aplicaciones de juegos gratuitos, y materiales tecnológicos, por lo tanto, se logrará obtener acogida de nuevos clientes, mejorando la rentabilidad en un corto plazo.

Asimismo, se propone un sistema de monitoreo para verificar el proceso continuo de las estrategias aplicadas, usando medidas correctivas y optimizándolas para llegar al objetivo que se quiere alcanzar.

## Capítulo I

### Proyecto empresarial

#### Identificación del problema

Para la identificación del problema del presente proyecto de investigación/titulación se visitó la empresa I.E.P.C.G.J “Mi Lupita”, por medio de una entrevista con la directora, se logra recopilar información de la organización identificando sus fortalezas y debilidades, así como también se pudo acceder a conocer toda la infraestructura de la empresa, colaboradores y los procesos presentados para brindar el servicio.

Posteriormente con la información recaba se llega a la conclusión de que la empresa mantiene sus ventas estancadas básicamente porque no realiza estrategia de marketing que permita comunicar, informar y persuadir la adquisición del servicio, esto se significa que la empresa tiene un débil posicionamiento en Iquitos metropolitano. La carencia de posicionamiento se debe a que la empresa no cuenta con lineamientos de desarrollo de marca la poca importancia que le dan a la publicidad y sobre todo porque no se asigna un presupuesto para estas actividades.

De acuerdo al FODA realizado se identificó que la infraestructura que ocupa cuna, guardería, jardín Mi Lupita para sus instalaciones es pequeña, en comparación con locales de su competencia, esto reduce la cantidad de estudiantes que puedan matricularse, por ende, también poco espacio para que los niños jueguen libremente, los padres de familia siempre están pendientes que sus hijos tengan la comodidad con respecto al espacio. En toda la trayectoria de la institución, se ha desarrollado poca promoción en matriculas o alguna oferta o descuento, en Loreto y como en cualquier parte del país los consumidores siempre buscan descuentos o modos de ahorrarse dinero a través de estas ofertas, sin embargo, poco se ha implementado esta estrategia para captar más alumnado; por otro lado los salarios de las docentes, se han reducido, en cuanto a la competencia, esto a causa de la poca demanda de

alumnado, haciendo que la institución se limite en los pagos. Esto ha causado que la marca no sea impulsada y no logre posicionarse entre sus competidores, faltando implementar una estrategia comercial eficaz que permita que los clientes potenciales apuesten por los servicios de cuna, guardería, jardín Mi Lupita. El problema principal se centra que a lo largo de su trayectoria se trató de impulsar a la institución por medios digitales , pero sin éxito alguno, por poco conocimiento y por la pocos profesionales dedicados al rublo publicitario; es de suma urgencia planificar estas estrategias con el fin de ser competentes, de este modo empezar con el reconocimiento que ira de la mano de mejores ventas, logrando que no solo la institución tenga prestigio, si no también todas las partes del organigrama educativo sean más sólidas. Definitivamente la poca visibilidad ha hecho que se descuiden.

### **Justificación de la mejora empresarial**

Una organización que planifica y desarrolla actividades de mercadotecnia está en constante vínculo con sus clientes que le permita recordar la marca, así como también permite atraer y captar nuevos usuarios. Actualmente todos los negocios deben tener presencia en los canales digitales porque los usuarios están pendientes de una web o una red social, lo que obliga a que se debe generar contenido atractivo para promocionar la marca a través de estos medios.

La empresa al desarrollar estrategias de marketing va potenciar su marca, mejorara su imagen y le puede permitir generar mayores ingresos siempre y cuando desarrolle lo que ofrece a través de la publicidad.

### **Indicadores de impacto de la mejora empresarial**

Los indicadores que la empresa debe contar para medir su desempeño en un determinado periodo son los siguientes:

- **Rentabilidad neta:** con esta ratio se podrá identificar la rentabilidad que obtiene la empresa luego de cubrir sus costos, gastos e impuestos.

Rentabilidad neta = utilidad neta / ventas netas \* 100

- **Cientes satisfechos:** con este indicador se identificará el grado de satisfacción de los clientes con respecto al servicio brindado.

Índice de satisfacción del cliente = suma de puntuaciones / total de valoraciones obtenidas \* 100

- **Engagement:** con este indicador se determinará el compromiso entre la marca Mi Lupita y la audiencia de los clientes que se captará al momento de la comunicación a través de los diferentes medios. Engagement = (likes + comentarios) / seguidores \* 100

## Capítulo II

### Reseña de la empresa

#### Descripción del negocio

La I.E.I. cuna, guardería, jardín “MI LUPITA” es una institución de servicio educativo de carácter privado, que brinda sus servicios para Iquitos metropolitano, para lo cual cuenta con un staff de profesionales calificados y certificado. Inicio sus actividades en el año 2016. Entre los servicios que brinda son de cuna guardería y jardín en turno de mañana y tarde. Es una institución que trabaja con programas educativos basados en sistemas lúdicos para así lograr el aprendizaje eficaz del alumnado.

La empresa en estudio presenta con una infraestructura acorde para brindar el servicio a los menores, a diferencia de sus principales competidores que no cuentan con los estándares que buscan los padres para sus menores.

*Figura 1. Logo de la empresa Mi Lupita*



Por otro lado, la empresa cuenta con 7 aulas diseñadas para el desarrollo de clases, juegos lúdicos, tanto para niños de cuna de 6 meses a 1 año, 1 a 2 años para guardería, y en lo que respecta niños de 3 a 5 años de jardín.

**Ficha Ruc**

Tabla 1. Ficha RUC

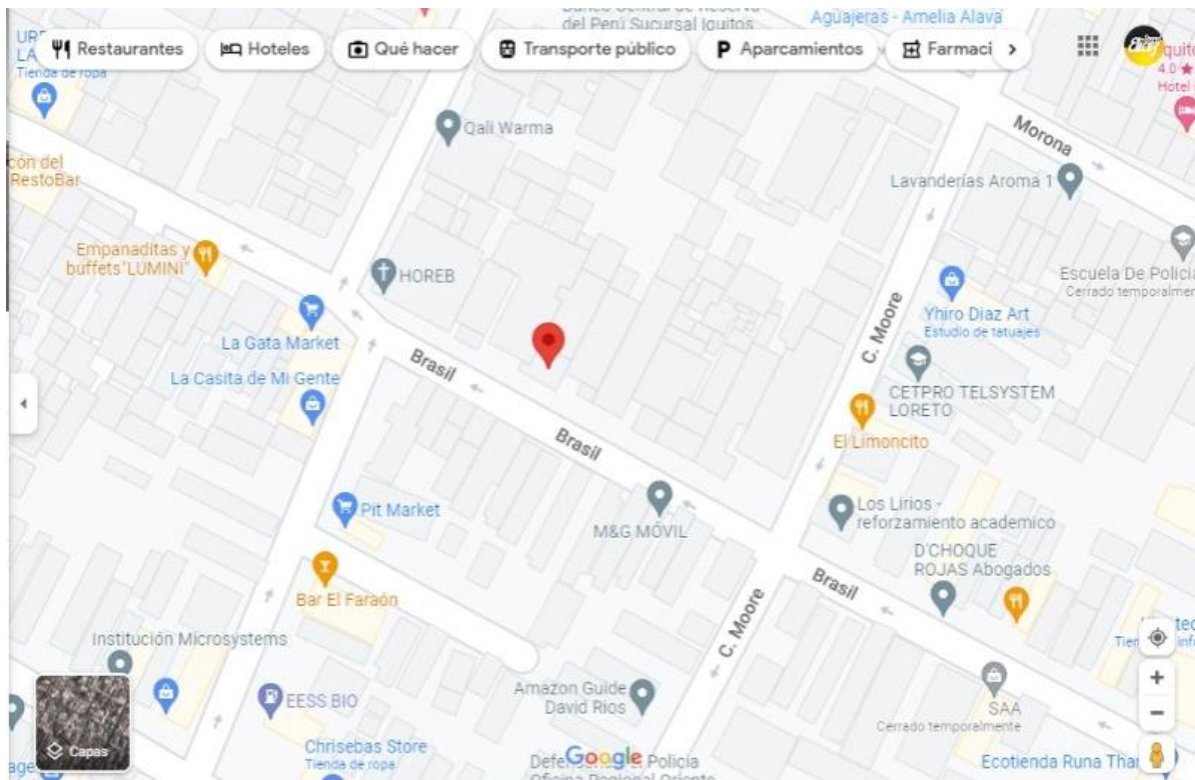
FICHA RUC	
Número de RUC:	20601571367
Tipo Contribuyente:	Sociedad Anónima Cerrada
Nombre Comercial:	Inversiones & Servicios Generales Soly Sociedad Anónima Cerrada
Día de Inscripción:	Once de octubre del 2016
Día de Inicio de Actividades:	Once de octubre del 2016
Período del Contribuyente:	activo
Situación del Contribuyente:	habido
Domicilio Fiscal:	Jr. Brasil nro. 666 urb. jardín paz loreto - Maynas - Iquitos
Forma de Emisión de Comprobantes:	Manual/computarizado
Actividad Comercio Exterior:	No aplica
Sistema Contable:	Informatizado Principal - 8510 - enseñanza preescolar y primaria
Actividad(es) Económica(s):	Secundaria 1 - 4641 - venta al por mayor de productos textiles, prendas de vestir y calzado Secundaria 2 - 9000 - actividades creativas, artísticas y de entretenimiento Factura
Comprobantes de Pago (Autorizados)	Boleta de venta Nota de crédito
Forma de Emisión Electrónica:	Boleta digital desde 04/07/2022
Emisor electrónico desde:	04/07/2022
Comprobantes Electrónicos:	Boleta (desde 04/07/2022)
Afiliado al PLE desde:	-
Padrones:	-

---

**Fuente: Sunat,2022**

## Ubicación

Figura 2. Ubicación del negocio.



Fuente: Imagen Tomada de Google Map, 2023

## Misión, visión, valores corporativos y objetivos estratégicos de la empresa

### Misión

Ser una institución de calidad educativa, líder en la formación integral de los niños y niñas, con habilidades, destrezas y actitudes con sólidos valores como resultado de educación de calidad, con proyección a la comunidad, capaces de analizar, proponer y enfrentar los retos del mundo moderno; además está basado en la estimulación temprana de su motricidad y de sus cualidades innatas, con la participación activa de todos los agentes educativos, docentes y padres de familia”.

### Visión

“Al 2026 seremos una institución educativa que educa a niños y niñas para ser felices y seguros de sí mismos, que brinda una formación integral, innovadora y desarrolla



capacidades fundamentales individuales y grupales, desarrollando su autoestima y conciencia social y ambiental basada en el respeto, honestidad y responsabilidad garantizando una mejor calidad de vida que les permita enfrentar los desafíos del mundo competitivo”.

### **Valores Corporativos**

- **Responsabilidad:** Ser responsables con el cumplimiento del servicio ofrecido a los padres de familia, como también con el desarrollo de las actividades de la empresa.

- **Identidad:** Los colaboradores son los que representan a la empresa y deben ser la imagen dentro y fuera.

- **Autenticidad:** Desarrollar metodologías originales que permitan diferenciarnos de la competencia.

#### **2.2.4 Objetivos Estratégicos**

- Elevar el nivel académico de los profesionales egresados en educación, con sólida base ética-moral, científica y tecnológica, identificados con la realidad nacional de la Región amazónica.

- Contribuir al perfeccionamiento y actualización permanente del profesorado en servicio, destinado prioritariamente al mejoramiento de la calidad del personal docente, de su zona o región de influencia.

- Impulsar la investigación educativa, así como la generalización y la experimentación en metodología o innovaciones tecnológicas.

- Propiciar mediante la extensión cultural actividades de promoción de la cultura amazónica, resaltando los valores étnicos y el desarrollo de la comunidad, de acuerdo a sus necesidades.

- Mantener e implementar la infraestructura educativa para ser empleada en condiciones óptimas, obteniendo recursos para el proceso educativo.

## **Breve resumen de la trayectoria empresarial**

La Institución Educativa Privada Cuna, Guardería, Jardín “MI LUPITA” se encuentra ubicada en la Región Loreto, Provincia de Maynas, Distrito Iquitos, Calle Brasil N° 666, dispone de un área de 530m<sup>2</sup>. Es una institución de servicio educativo de carácter privado. Fue creada por Víctor Hugo Ruiz Gutiérrez, de fecha 15 de diciembre del 2016. A través de una serie de actividades, la institución lograra ocupar un sitio importante en la ciudad de Iquitos en particular y en la región.

La administración y gestión de cuna, guardería, jardín “MI LUPITA”, corresponde a las Promotora-Propietaria Ec. Sofía Milagros Sánchez Reátegui de Pita y Sra. Lilian Solange Prado Minchola, representado por la Dirección General por la profesora Rosa Victoria Ruiz Gutiérrez, quien se encargará de gerenciar la gestión pedagógica y administrativa.

El aniversario de la Institución Educativa Privada Cuna, Guardería, Jardín “MI LUPITA” es el 24.06 de todos los años.

Nos proponemos en los próximos cinco (05) años formar niños (as) que puedan enfrentar los retos del futuro, que se preocupen por la lectura, la investigación y el estudio permanente para beneficio de la educación y el desarrollo de la región y el país.

Los niños y niñas orientados a alcanzar una personalidad protagónica de su propio aprendizaje, de su realización personal y social, basado en la reflexión y en el cultivo de su propia interioridad espiritual y el sentido de trascendencia mediante el cultivo de su capacidad de afecto, confianza, contemplación y admiración.

Una educación integral y armónica mediante el acompañamiento pedagógico, basado en el reconocimiento de los niños y niñas como sujetos, en relación afectuosa y armoniosa con los demás y con su entorno; además está basado en proyectos como el de optimist integral, para desarrollar su capacidad intelectual en la estimulación temprana de su motricidad y de sus cualidades innatas, con la participación activa de todos los agentes

educativos, docentes y padres de familia. Emplear las investigaciones antropológicas, psicopedagógicas y éticas; además el empleo del avance tecnológico que ira acorde a las necesidades y exigencias del medio en que se desenvuelven los niños y niñas de la Región Loreto en particular y del Perú en general.

## Capítulo III

### Diagnóstico empresaria

#### Entorno Empresarial

#### Factor Político

#### Inversión pública

Según información confidencial del Banco Central de Reserva del Perú. La inversión pública disminuyó 28,0% en julio debido a tres tipos de ineficiencia del gobierno, alcanzando el 51,8%, a lo que también contribuyó la paralización de las obras de transporte y saneamiento; en las instituciones municipales disminuyeron un 32,5% por transporte y vivienda. La finalización fue menor en edificación y urbanización, mientras que en administración regional disminuyó un 1,2%. Debido al menor número de titulados en salud, cultura y deporte. La inversión del sector público cayó 24,6% interanual en el ciclo enero-julio, impulsada por la pérdida de empleos en 2 de las 3 categorías gubernamentales; gobierno estatal y gobierno territorial con 66.0% y 10.8% respectivamente. (Sistema Peruano de Informacion juridica, 2021)

Para julio, se había cumplido el 33,4% del presupuesto del PIM: los municipios cumplieron con el 40,4%, los municipios con el 36,8% y el gobierno con el 19,2%. (Sistema Peruano de Informacion juridica, 2021)

*Tabla 2 Inversión del estado en Loreto*

<b>INVERSIONES DEL ESTADO EN LORETO</b>						
Julio	Enero - Julio					
	2021	2022	Var. % real	2021	2022	Var. % real
<b>Gobierno Nacional</b>	44,2	23,1	51,8	234,5	86,4	66,0
<b>Gobierno Regional</b>	46,5	50,0	1,2	307,5	295,5	10,8
<b>Gobierno Locales</b>	43,4	31,8	31,8	186,4	210,3	4,9
<b>Total</b>	134,1	104,9	28,0	728,4	592,2	24,6

**Fuente: BCRP 2022**

## **Decreto Supremo que Aprueba el Reglamento de Instituciones Educativas Privadas de Educación Básica.**

### **Normas Legales**

De acuerdo a los compromisos pactados y escritos de manera conforme se dispuso que en los artículos trece y dieciséis que otorga las leyes políticas, según la constitución del país, la enseñanza enfocada en el crecimiento integral de la persona, de acuerdo con la política pedagógica nacional acordada, formula normas instructivas generales, así mismo como las condiciones mínimas de los organismos educativos, vigilando que se cumpla la calidad de la enseñanza. (Sistema Peruano de Informacion juridica, 2021)

Decreto legislativo N° 25762, sobre la organización del ministerio de educación, el artículo tres ejecuta, que el Ministerio de Educación es la cabeza principal y rector del sector educativo, de conformidad con el artículo cinco, mencionada en la ley administrativa, corresponde al ministerio de educación indicar las reglas de importancia estatal. Que regularicen las actividades de enseñanzas, entretenimiento, deporte y orientación del crecimiento del procedimiento educativo estatal, trabajando a la par con lo que se tiene acordado por ley. (Sistema Peruano de Informacion juridica, 2021)

De acuerdo con el artículo 72 de la ley N° 28044, ley de educación general, decreta que todas las instituciones particulares son entidades jurídicas privadas, establecidas por la iniciación de personas jurídicas y naturales, precisamente en convenio con la educación y la diversidad de la oferta educativa que impulsa a reconocer, valorar y que verifique las enseñanzas en las instituciones privadas. (Sistema Peruano de Informacion juridica, 2021)

Los funcionamientos de los centro y programas de educación privada están regulados por la ley N°26549, ley de centros de educación privada; quedan excluidos de su ámbito de aplicación las instituciones de educación superior y las escuelas, así como las universidades. (Sistema Peruano de Informacion juridica, 2021)

## **La Educación Frente a la Pandemia (COVID – 19)**

Por otro lado, la ley N° 1476 incluye medidas para dar garantía de claridad, a los servicios de educación a distancia, en apoyo a la protección, información y continuidad a todo el personal educativo, que brindan los servicios por las instituciones particulares de enseñanza básica, en el ámbito de prevalecer las acciones, controlando ante el peligro de contagio del COVID -19. (Sistema Peruano de Informacion juridica, 2021).

### **Presupuesto para educación del 2022 incrementó en 8%.**

El gobierno peruano anunció que aumentará el presupuesto de educación en un 8% en 2022 en comparación con 2021, con ello se busca que los maestros mejoren sus ingresos y su calidad de vida. (Andina, 2022)

“Este es el aumento más grande en los últimos 3 años, preparando materiales y recursos educativos en 41 idiomas nativos”, dijo la carta del jefe de Estado al Congreso republicano. (Andina, 2022)

Destacó que las clases presenciales comenzaron ayer en 18 condados del país antes de la fecha prevista. “Este es un paso importante que nos permitirá restaurar el aprendizaje tanto para niños como para niñas y continuar construyendo una educación inclusiva y de calidad”. (Andina, 2022)

Para mejorar la capacitación presencial, el 95 por ciento del personal de las escuelas públicas ha recibido dos dosis de la vacuna y más del 52 por ciento de los estudiantes también han recibido dos dosis, dijo Castillo. También informó que se han destinado 561 millones de soles para el mantenimiento de las instituciones educativas, la compra de productos de higiene y mascarillas. (Andina, 2022)

El poder ejecutivo aprobó el Proyecto de Ley 2140 de la Cámara de Representantes, que modificó la ley de presupuesto 2022 para permitir que los maestros contratados y los asistentes educativos reciban bonos escolares. (Andina, 2022)

En todas las regiones del país se han destinado 1.200 millones de soles para saldar la deuda social de los docentes. Lo que significa que se trata del mayor esfuerzo financiero del país en los últimos años. (Andina, 2022).

### **Educación primaria en Perú**

#### **Educación básica: Mejorar las oportunidades de desarrollo de los niños.**

Una de las áreas más relevantes para las familias con niños y la transición a un nuevo programa educativo en el país. Uno de los aspectos más importantes para las familias inmigrantes con hijos es entender el sistema educativo del país de acogida y entender qué aspectos del mismo hay que incluir, esto cobra aún más importancia cuando se habla de educación básica y educación básica, que garantiza cada niño o. el derecho de los jóvenes a la educación. En esta sección compartimos información esencial sobre la educación de 3 años (cama plus), primaria (3 a 5 años) y primaria (a partir de 6 años) en el Perú. Más del 65% de los niños y niñas menores de 6 años son incapaces de regular sus emociones y conductas ante el fracaso (INEI, 2022). Estos números no son alarmantes, ya que la autorregulación es un indicador clave para construir una base sólida de competencia cognitiva y social. Esto es aún más agudo en relación con la pandemia. El 23,1% de los cuidadores estaban muy preocupados por el comportamiento de su hijo, mientras que el 46,7% dijo que esta preocupación había aumentado en comparación con la situación anterior de riesgo sanitario. (Copera Infancia, 2022)

Ante esta realidad, la vuelta a las aulas presenciales es una importante oportunidad para crear y mejorar el statu quo, lo que supone un aspecto positivo para casi el 90% de los niños y niñas de entre 3 y 5 años que asisten a la escuela (INEI-2021). Con ello, se espera que la interacción con los docentes de primaria y sus alumnos ayude a mejorar las habilidades de autorregulación en los niños hasta los 6 años. La última evaluación de la calidad de los servicios de la escuela primaria revela la influencia de los docentes en el bienestar emocional,

la autorregulación, la competencia social y las habilidades socioemocionales de los estudiantes (MINEDU-2020). El desafío ahora es cambiar el hecho de que solo el 1.8% de los maestros en las aulas públicas de 5 años desvían el mal comportamiento de la conciencia y la reflexión. Así, a través de la conducta, se produce un juego que permite poner en práctica estrategias de regulación emocional. Por ello, la compañía de los docentes en este momento puede mejorar las capacidades de autorregulación de los niños y niñas. Consulte las siguientes recomendaciones de Teachstone:

- ✓ Evaluar y expresar todos los sentimientos y ayudar a los niños a reconocerlos.
- ✓ Proporcione momentos tranquilos y calmados cuando los maestros entiendan por qué están frustrados y trabajen juntos para identificar alternativas de comportamiento apropiadas.
- ✓ Expresar claramente el comportamiento esperado y su justificación en palabras.

Si es instructor, asistente de enseñanza y/o especialista junior, puede ayudar a los maestros a reflexionar sobre los comportamientos que observan, ver los momentos en el aula que promueven la autorregulación como momentos positivos y apreciar las oportunidades que deberían haber aprovechado en lugar de aprovecharlas. Todo esto se hace escuchando sus inquietudes e intereses sobre el desarrollo emocional de los alumnos. Este tipo de intervención contribuirá a un avance significativo en el desarrollo de los niños y niñas a nivel nacional. (Copera Infancia, 2022).

*Tabla 3. Oportunidades y Amenazas del Factor Político*

<b>Factor Político</b>	
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
Reforma educativa	Desacuerdos políticos
Inversión Pública	Desestabilización en el gobierno central



## Factores Económicos

### Ranking de los Sectores de Empleos en la Región Loreto

En la región Loreto las organizaciones privadas oficiales de 10 y más colaboradores en Iquitos se registró una reducción de 2,4 % con respecto al año anterior diciembre de 2019, declarada por la menor exigencia de colaboradores en 4 de los 5 sectores económicos: La Industria primaria presento una variación negativa (-15,6 %), el en el grupo de manufactura disminuyo un (-6,7 %), así mismo en el sector de transporte y finalmente en el sector comunicaciones (-4,4 %), comercio (-2,6 %). (Copera Infancia, 2022)

Tabla 4. Empleo en Loreto

Fuente: BCRP 2022

<b>INDICE DE EMPLEO MENSUAL DE LAS EMPRESAS PRIVADAS FORMALES DE 10 A MAS</b>						
<b>EMPLEADOS POR SECTORES EN ACTIVIDAD DE LA CIUDAD DE IQUITOS</b>						
<b>RAMA DE ACTIVIDAD</b>	<b>Diciembre</b>			<b>Enero - Diciembre</b>		
	2018	2019	Var. %	2018	2019	Var. %
<b>Primaria</b>	39,2	33,1	15,6	35,5	33,8	4,6
<b>Manufactura</b>	68,3	63,7	6,7	70,1	62,6	10,6
<b>Comercio</b>	108,5	105,7	2,6	109,4	107,2	2,0
<b>Transporte y Comunicaciones</b>	78,2	74,7	4,4	77,6	75,1	3,1
<b>Servicios</b>	97,7	102,0	4,4	94,9	96,4	1,6
<b>Total</b>	80,3	78,4	2,4	79,3	77,1	2,8

En la etapa de enero-diciembre del 2019, el trabajo en las organizaciones privadas oficiales se registró un término medio menor de 2,8 % frente a un idéntico ciclo del año 2018. Se inscriben menores solicitudes de colaboradores en 4 de las 5 fases de la acción económica, principalmente en manufactura (-10,6 %). (BCRP, 2022).

### Panorama local

Se revisa la proyección de crecimiento del PIB para 2019 se revisa a 3,0% (IAPM: 4,2%), lo que corresponde al menor desarrollo de la actividad económica en la primera mitad del año, cuando la economía peruana se vio fuertemente afectada por factores temporales. Provocaron la deceleración del sector primario (1S) (- 3,1% en la primera mitad de 2019), especialmente en pesca, minería y producción primaria. Además, el marco internacional ha

sido negativo para el crecimiento, especialmente en las áreas orientadas a la demanda externa y en la dinámica de las inversiones no mineras. Se espera que el desarrollo del PIB se acelere en la segunda mitad de 2019 después de que se disipe el shock de oferta y se recupere la demanda interna. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2019)

En el periodo 2020 a 2023, la tasa de desarrollo económico del Perú superara el 4.0%, principalmente gracias al refuerzo de las inversiones públicas y privadas y las medidas de política económica encaminadas a aumentar la productividad y la potencialidad competitiva de la nación. Con esto, Perú seguirá liderando el desarrollo de la región en 2019 en los siguientes años. En medio de una creciente incertidumbre internacional y local. Los actores económicos esperan una recuperación más lenta de lo esperado en este MMM, se acompaña de riesgos que pueden influir en las decisiones de inversión y consumo reflejándose en el aumento esperado del movimiento económico. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2019).

### **Inflación en el Perú**

Según el reporte del BCRP elaborado con el segundo semestre del 2022 la actividad económica mundial continuó afectada por la prolongación de los choques de oferta, señalados en el Reporte anterior, involucrados a los elevados costos de la energía, los confinamientos por rebrotes de Coronavirus en China y las tensiones geopolíticas. A ello se suma el retiro del estímulo monetario frente al incremento de la inflación universal, así como un más grande peligro de desaceleración de la economía china. De manera, se examina a la baja el aumento mundial de 2022 a 2,8 por ciento y el de 2023 a 2,7 por ciento (antes, 3,0 por ciento en los dos años). (Investing.com, 2022)

Los términos de trueque redujeron 5,8 por ciento interanual en el primer semestre de 2022 ya que los costos promedio de importación, que integran petróleo, alimentos e insumos industriales, incrementaron en una más grande cuantía que los de exportación. Estos sucesos

respondieron a la contracción en la oferta de ciertos commodities y la más grande incertidumbre por la persistencia del problema entre Rusia y Ucrania. (Investing.com, 2022)

La inflación anual siguió viéndose afectada por los altos precios internacionales de los alimentos y la energía, alcanzando un máximo de 8,81 % en junio de antes de descender a ,8,0 % en agosto. La inflación, excluyendo alimentos y energía, aumentó de.95% a 5.39% en el mismo período, reflejando el impacto de mayores costos, como el transporte, por encima del rango meta. Varios indicadores de tendencia de la inflación también están por encima del rango meta. Con base en la información disponible, se proyecta que la inflación media de regrese al rango objetivo de en la segunda mitad del próximo. (Investing.com, 2022).

*Tabla 5 Oportunidades y Amenazas del Factor Económico*

<b>Factor Económico</b>	
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
Aumento de sueldo a docentes	Poco crecimiento económico
Gobierno impulsa inversión privada	Poco ingreso en las instituciones privadas

### **Sector social**

La región de Loreto desciende un lugar en el puesto 25 en el ranking INCORE 2022. Loreto ocupa el último nivel en el pilar de salud, el penúltimo en educación y el cuarto nivel en el pilar del marco económico e infraestructura. Sin embargo, se ubica en el tercio superior del pilar institucional debido a una captación positiva del liderazgo del gobierno regional y un buen historial de bajo reporte de delitos. Sin embargo, Loreto ocupó entre los 5 primeros en las 14 de los 40 indicadores analizados. En especial la zona se sitúa en la última postura en los 5 de 7 indicadores valorados en el pilar de enseñanza. Loreto es el departamento menos competitivo en el soporte educativo por segundo año seguido, uno de los factores que contribuyen su poca disminución de rendimiento, es la baja calidad de su infraestructura educativa, con el porcentaje más bajo de escuelas con acceso a internet y el segundo porcentaje más baja de cobertura de servicios básico. (Incore, 2022).

Figura 3. Rankin Incore del índice de la competitividad



Fuente: Incore 2022

### Educación en Perú: Pandemia, educación presencial e inacción de la industria ante una grave crisis industrial.

En 2021, un total de 124.533 niños en edad escolar en todo el país no asistirán a la escuela debido a una serie de factores, incluida la falta de transporte, problemas familiares o financieros. De acuerdo con la información proporcionada por el Ministerio de Educación (Minedu), esta cifra es el 1,5% del total de estudiantes que, aunque matriculados en 2020, no matricularon al año siguiente. (Infobae, 2022)

Sin embargo, cabe recalcar que este indicador es inferior al de 2020, cuando 245.152 niños y jóvenes egresaron de la educación básica formal (EBR) y la educación básica especial (EBE). De esta forma, a más de 300.000 niños y niñas en edad escolar se les negó la oportunidad de continuar la educación primaria en los dos primeros años de la pandemia de la Covid-19 por factores ajenos a la salud. (Infobae, 2022)

De esta forma, el psicólogo y secretario ejecutivo del Consejo Nacional de Educación (CNE), Juan Sono, explicó la situación actual de la educación en el Perú y los planes a largo plazo del sector para conocer más sobre esta problemática. (Infobae, 2022)

Según Sono, existe una importante segregación educativa en el país, ya que solo la “élite” tiene acceso continuo a una educación de calidad. “Hay un pequeño número de estudiantes que tienen acceso a buenos servicios de educación integral de calidad”, dijo. También mencionó que los beneficios no se limitan a los materiales tradicionales, sino que también incluyen actividades extracurriculares que promueven “el desarrollo integral del estudiante” (Infobae, 2022).

### **Curso Pandemia**

Juana Sono está convencida de que el principal factor que agrava la desigualdad educativa en el país es la falta de acceso a servicios como Internet y dispositivos electrónicos para la participación en la educación. “Muchos estudiantes no cuentan con estas instalaciones y no pueden venir a clase (en el calendario escolar regular)”, explicó. Según recuerdo de Aprendí desde casa, transmitía horas de TV y radio, pero para Sono estos medios impedían la interacción entre compañeros. Asimismo, un miembro del CNE explicó que, si bien se reforzaba el uso de las computadoras como alternativa a las clases presenciales, también se estaba fallando la interacción de “manera eficaz y eficiente”. “En mi opinión, todavía nos falta cómo interactuar efectivamente con las clases virtuales con las clases presenciales para acompañar el proceso educativo de los estudiantes, y creo que no se debe dejar de aprender en línea sin pensar en estos temas” (Infobae, 2022).

### **La Violencia Escolar**

Por otro lado, el experto dijo que, si bien existe una plataforma virtual SiseVe, “no mucha gente la conoce”. También afirmó que el objetivo de la iniciativa es que las escuelas denuncien los casos de violencia en la escuela, “pero todos los demás también pueden hacerlo, por ejemplo, los estudiantes, las familias”. Sono Hernández también explicó que en el tope de la agenda del Consejo Nacional de Educación en este momento está la búsqueda de la cohesión social, es decir, saber “cómo enfrentar la segregación” en términos de acceso a la

educación. “Somos un país muy segregado que necesita construir estas escuelas de calidad a las que todos puedan ingresar, independientemente del estatus social”, dijo. Finalmente, la experta expresó la importancia de “trabajar por el respeto” y cómo este valor se vincula con el desafío de “crear un sistema educativo que permita (a los niños y niñas) sentirse cómodos y desarrollar sus capacidades educativas e integrales”. (Infobae, 2022).

### **Regiones Menos competitivas**

Loreto fue la región menos competitiva del país. La región ocupa el último lugar en el pilar de salud, el penúltimo en educación y se encuentra entre las cuatro regiones menos competitivas en el pilar de entorno económico e infraestructura. Además, Loreto se ubicó entre los dos últimos en 14 de los 40 indicadores analizados. Sin embargo, la región tiene la segunda mayor brecha de género en ingresos. Por segundo año consecutivo, Huancavelica es la segunda región menos competitiva del país. La región ocupa el último lugar en términos del pilar institucional y el penúltimo pilar de infraestructura y mano de obra. Además, la región se ubicó entre los 5 primeros en 20 de los 40 indicadores evaluados por INCORE. Sin embargo, Huancavelica ha mejorado su posición en los pilares de infraestructura, salud y educación. (Incore, 2022)

Ucayali, bajó 5 lugares al puesto 23 de la edición anterior. La región ocupa el último lugar en los pilares de infraestructura y educación, y el segundo en entorno económico y salud. Dieciocho de los 40 indicadores evaluados también se encontraban entre los cinco primeros. Sin embargo, la región ocupa el tercer lugar en el pilar institucional ya que tiene la tercera tasa de homicidios más alta de la calidad de la infraestructura del colegio en cuanto a servicios básicos y acceso a internet. Por otra parte, se incluyen indicadores de los resultados educativos de la población adulta, como la tasa de analfabetismo y la población con educación secundaria o superior. (Incore, 2022)

Tacna, Lima y Arequipa son pilares de baja educación por tercer año consecutivo. Los últimos 3 lugares los ocupan Ucayali, Loreto y Huánuco. Tacna ocupó el 1er lugar y por ende la región pilar más competitiva por 7 años consecutivos. En la última edición, Tacna superó a otras regiones en el índice de asistencia escolar y ahora ocupa el segundo lugar a nivel nacional. Loreto quedó penúltima en las columnas. (Incore, 2022)

Lima es el segundo número de la columna. La región tiene la tasa de analfabetismo más baja del país y el porcentaje más alto de residentes con educación secundaria o superior y el porcentaje más alto de escuelas con acceso a servicios básicos. (Incore, 2022)

Arequipa se mantiene en la tercera posición de la columna. La región se ubica entre los tres primeros en 5 de los 7 indicadores de pilares. Entre estos resultados, Arequipa tiene la segunda tasa más baja de analfabetismo y la tercera con menor número de escuelas con electricidad, agua y saneamiento. Ucayali bajó un lugar y ahora es el área menos competitiva en la columna por primera vez desde que comenzaron los registros. Ucayali se ubica en los dos últimos lugares en asistencia escolar y escuelas que brindan servicios esenciales. (Incore, 2022)

Loreto es el penúltimo pilar. Uno de los factores que contribuyen a su bajo desempeño es la baja calidad de su infraestructura educativa, con el porcentaje más bajo de acceso a internet en las escuelas y la segunda cobertura más baja de servicios básicos en las escuelas. (Incore, 2022)

Huánuco es la tercera región mejor puntuada de la columna. Por tercer año consecutivo. Huánuco tiene la tasa de analfabetismo más alta del país. Además, actualmente es la segunda región con menor porcentaje de residentes con educación secundaria o superior, campo menos competitivo. Por segundo año consecutivo, Loreto fue la región menos competitiva del país. La región ocupa el último lugar en el pilar de salud, el penúltimo en educación y se encuentra entre las cuatro regiones menos competitivas en el pilar de entorno

económico e infraestructura. Además, Loreto se ubicó entre los dos últimos en 14 de los 40 indicadores analizados. Sin embargo, la región tiene la segunda mayor brecha de género en ingresos. Por segundo año consecutivo, Huancavelica es la segunda región menos competitiva del país. La región ocupa el último lugar en términos del pilar institucional y el penúltimo pilar de infraestructura y mano de obra. Además, la región se ubicó entre los 5 primeros en 20 de los 40 indicadores evaluados por INCORE. Sin embargo, Huancavelica ha mejorado su posición en los pilares de infraestructura, salud y educación. (Incore, 2022)

Ucayali, bajó 5 lugares al puesto 23 de la edición anterior. La región ocupa el último lugar en los pilares de infraestructura y educación, y el segundo en entorno económico y salud. Dieciocho de los 40 indicadores evaluados también se encontraban entre los cinco primeros. Sin embargo, la región ocupa el tercer lugar en el pilar institucional ya que tiene la tercera tasa de homicidios más alta del país. (Incore, 2022).

*Tabla 6 Oportunidades y amenazas del Factor Social*

<b>Factor Social</b>	
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
Proyectos educativos	Difícil acceso a una educación de calidad Poca calidad educativa

### **Factor Tecnológico**

En la actualidad la enseñanza a través de las herramientas digitales va en aumento en los centros educativos, en tiempos de pandemia y en el confinamiento al nivel global. Por ende, han surgido muchas herramientas y sistemas digitales en la red como recursos gratuitos, actualizándose de manera interesante para ser utilizadas por los profesores y de tal modo brindar una enseñanza de calidad. (Revista Horizonte, 2022)

El objetivo de la investigación fue interpretar las herramientas digitales más eficientes durante la enseñanza y el aprendizaje en el nivel secundario. esta investigación se realizó bajo una metodología hermenéutica, de enfoque cualitativo; utilizando una técnica de entrevista



semiestructurada a nueve profesionales capacitados en el estado de la cuestión. Se llegaron a una conclusión que estas herramientas tales como las de google, WhatsApp, kahoo, Jamboard, Padlet se acomodan cada vez más al sistema pedagógico y se viene utilizando con mucha frecuencia en estos tiempos de globalización, por ende, se aconseja utilizar estas herramientas y sistemas en bien de la educación. (Revista Horizonte, 2022)

En otro escenario, el ministerio de educación del Perú (MINEDU) al iniciar abril del 2020 por decreto supremo 008 - 2020 – SA, declaro emergencia de salud por pandemia al nivel de todo el territorio nacional, pidiendo encarecidamente el cese o postergación de las actividades educativas de todos los niveles en educación, seguidamente por decreto de urgencia 026 - 2020 - Art. 21 del año 2020, se ordenó que se implementen las modalidades no presenciales, importantes para realizar una educación buena y de calidad que garantice el desarrollo de una enseñanza a los estudiantes, y así no perder continuidad en su educación. Sin embargo, se debe esperar los pronunciamientos autorizados por parte del MINEDU. (Revista Horizonte, 2022)

Melgarejo explica que, en lima metropolitana y sus distritos, la conexión de internet es pésima y deficiente para utilizarlo en el uso de educación virtual, otro factor que impide el desarrollo de este tipo de educación es el tema económico de las familias al no contar con recursos para contratar un servicio de internet o en las zonas en la que radican no hay cobertura de telefonía móvil. Siendo de suma urgencia que el estado intervenga para solucionar estos problemas de conexión, creando normas que favorezcan un internet de calidad; como resultado de esto se lograría mejor servicio de conexión y se pueda realizar clases virtuales, sin ningún corte. (Revista Horizonte, 2022)

Cabe indicar, los docentes del país no fueron capacitados para el uso de estos sistemas digitales; rehusándose a usar estas herramientas, de este modo no poder lograr los objetivos curriculares. Apareciendo así un desafío urgente para el sistema de educación, también para

cada docente, porque en ellos está la responsabilidad de la educación con el uso de medios virtuales en tiempo de pandemia. San Martín et al.; (2016) indicaron que los docentes deben ser uso de las TIC y tener la capacidad necesaria, puesto que son sistemas relevantes en la capacitación del profesional en educación para desarrollar su trabajo pedagógico en los medios virtuales. Esta investigación tiene como fin definir cuáles son las herramientas digitales más prácticas durante la enseñanza y el aprendizaje en secundaria. (Revista Horizonte, 2022)

En otro ámbito, la metodología seleccionada fue el hermenéutico, para realizar esta investigación se convocó a los profesionales más destacados en el uso de las herramientas digitales reconocidos por la comunidad científica, para darle más nivel y credibilidad al estudio. (Revista Horizonte, 2022)

De tal modo, se propuso tener una explicación con más validez y precisa sobre cuál de estas herramientas eran las más eficaces en conseguir una enseñanza de calidad en el estudiante. Así también ver que herramientas está utilizando el docente en bien de su alumnado. La reunión se dio a través de la plataforma virtual conocida como zoom, todas las preguntas se respaldaron en la nube y en un disco virtual para asegurar a que no pierdan estos datos y tenerlo siempre disponible cuando sean necesarios. También se guardó evidencia en formato digital de todas las intervenciones de los profesionales en el estado de la cuestión. Así mismo, por medio de una matriz de categorización apriorística, se formaron las preguntas de la entrevista, usando de referencias una entrevista semi estructurada. El nivel base se determinó como herramienta digital y como subcategoría, los tipos de herramientas digitales; que apoyan a través de la enseñanza; la forma de aprender individual, en colaboración y cooperativo. (Revista Horizonte, 2022)

Lo relevante es que la investigación fue realizada con docentes profesionales muy capacitados en herramientas digitales poniéndolos en práctica en los estudiantes de diferentes

colegios del todo el Perú, se tiene información de cuáles son estas instituciones educativas que está llevando a cabo el manejo de estas plataformas en el avance de sus aprendizajes, en la actualidad están siendo reconocidos por su correcto uso en estado de emergencia, están son: la Institución Educativa Javier Heraud, La I.E. “Javier Heraud” y la Institución Educativa Colegio 1270 Juan El Bautista, Institución Educativa Emblemática “Juan Guerrero Quimper”, la Institución Educativa N° 7081 “José María Arguedas”. (Revista Horizonte, 2022).

*Tabla 7 Tipos de aprendizajes Educativos*

Categoría	Subcategoría	Indicadores
Herramientas	Tipos	Aprendizaje Individual Aprendizaje Cooperativo Aprendizaje Cooperativo

**Fuente: Revista Horizonte 2022**

### **Herramientas Digitales**

Los profesionales que respondieron al cuestionario mencionaron que para alcanzar una enseñanza particular es indispensable usar estas herramientas: Google Meet, Zoom, Edmodo, Facebook, YouTube, Páginas Web, Blogs, Canvas, WordPress, Edmodo, Quizizz, WhatsApp, Telegram, Formularios Google, Audiolibros, Podcast, Hot Potatoes, Crucigramas, Educaplay, kahoo, Drive y Buscador de Google. (Revista Horizonte, 2022)

Especialistas en pedagogía fueron entrevistados e indicaron que, para llegar a obtener una buena formación académica colaborativa les facilita distintas herramientas digitales tales como: Office 365, Edmodo, Blogs, WhatsApp, Moodle, Gloster, Padlet, Jamboar, Mentimeter, Canva. (Revista Horizonte, 2022)

Google Drive, WordPress y Whiteboard. Asimismo, en la que coincide en la tarea colaborativa Googles Drive con sus diversas a herramientas. También indicaron que para adquirir una buena capacidad de aprendizaje en lo que respecta el cooperativismo en diferentes herramientas digitales tales como: Kahoot, Socrative, YouCut, inShot, Jamboard,

Xmind, Zoom, Google Meet, Google Drive, WhatsApp, Tiktok y padlet. De tal modo la que más se menciona en el ámbito cooperativo es el Google Drive, de tal manera se interpreta de forma distinta los aprendizajes (individual, cooperativo y colaborativo). Se cabe mencionar que ambos están interrelacionados entre cada uno de ellos, mediante cada aprendizaje nos permite educar y conocer de forma más accesible y manejable. (Revista Horizonte, 2022).

*Tabla 8 Oportunidades y amenazas del Factor Tecnológico*

<b>Factor Tecnológico</b>	
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
Uso de herramientas digitales	Obsolescencia en equipos
Plataformas de fácil acceso gratuitos	y plataformas costosas

## **Factor ambiental**

### **(MINAM) Impulsan actividades Ecológicas en el sector de Educación**

La autoridad encargada de Desarrollo Estratégico de los Recursos Naturales del Ministerio del Ambiente (MINAM), en una junta con estudiantes del colegio mayor secundario presidente del Perú (COAR Lima), capacitando y haciéndoles tomar conciencia sobre lo importante que es mantener el planeta de manera sostenible para las futuras generaciones. (Ministerio del Ambiente, 2022)

Exhorto hacer un pacto con el medioambiente para mantenerlo siempre saludable, así las futuras generaciones puedan disfrutar de los beneficios que hay en la actualidad. finalizando la reunión con una frase emotiva “Tierra solo hay una y debemos apoyarla”, de tal modo recordó el mensaje principal sobre la importancia del uso de materiales reciclables como el papel o cartón, retirar el celular de la fuente de corriente cuando este cargada, adquirir insumos ecológicos sostenibles que protejan y ayuden a reservar el agua, de esta manera unimos fuerzas para proteger el medio natural. (Ministerio del Ambiente, 2022)

En otra instancia, recalcó que actualmente el país atraviesa muchos conflictos medioambientales que están enlazados con las propias costumbres. Tan solo ver el entorno,

como los residuos sólidos son desechados en espacios no adecuados para su disposición, por consecuente los mares y ríos sufren una inminente contaminación, así mismo la tala indiscriminada y la minería ilegal, son letales. Indicó que se está ante un grave problema ambiental, pero existe como aliado a las tecnologías y sistemas que nos ayudaran a resolverlo de manera eficiente. Se refirió a que estos residuos pueden ser aprovechados para la creación de nuevos productos o materiales, que al final se convertirán en economía, para el uso del estudiante. (Ministerio del Ambiente, 2022)

En el programa llamado “la hora ambiental” destacan la importancia que tiene los centros educativos para el cuidado de los espacios naturales. Los centros educativos son un eslabón esencial para construir un lugar importante para dar un mensaje de conciencia para los niños, que son el futuro del país. Con esta mira, la autoridad ambiental y educativa, están uniendo esfuerzos para impulsar las enseñanzas medioambientales a toda la comunidad educativa. (Ministerio del Ambiente, 2022)

Poniendo en marcha biohuertos, espacios de recreación ecológica, confección de maceteros usando material reciclado, no desperdiciando el agua y con una alimentación sana con insumos que tengan alto valor nutricional, tomando acciones a favor del ambiente, son formas para contribuir con el cuidado del ecosistema. (Ministerio del Ambiente, 2022)

De acuerdo al proyecto que se implementó en la ciudad de Iquitos por la organización Amazon for ever “un día en el bosque” que se hizo del galardón Nacional Ambiental Antonio Brack Egg 2019 en el nivel de Conocimiento Ambiental, que concede el Minam a las organizaciones que aportan con el cuidado y protección del medioambiente. “La hora ambiental”, el programa se lleva a cabo cada dos viernes por semana y está dirigida a los docentes, expertos en educación ambiental, administradores y toda la entidad educativa generalmente. (Ministerio del Ambiente, 2022).

**Expertos indican sobre los elementos tóxicos que contiene algunos juguetes para niños.**

Hoy en día se presta mucha atención a los juegos elaborados a base de plásticos, los pigmentos o las sustancias químicas. Por ello al momento de comprar siempre verificar las etiquetas o indicaciones que viene adheridas a estos, además ver en que establecimiento se hace la compra. (La Vanguardia, 2022)

En épocas navideñas los niños esperan con ansias un presente, por ello darles un presente cualquiera puede tener ciertas consecuencias. ¿Qué tener en cuenta a la hora de comprar un juguete? Profesionales de la Universidad de Talca, concedieron algunas indicaciones para impedir los elementos tóxicos que puedan venir en estos materiales y que dañen la salud del infante. “Los juguetes que son elaborados a base de plástico (PVC) pueden tener en su composición elementos dañinos o tóxicos, aunque vengan en pocas cantidades pueden causar cierto daño a niños y niñas que estarán en contacto con estos a cada momento, rosándolos a la piel o introduciéndolos a la boca”, declaró Carla Toro, investigadora del departamento de Bioquímica Clínica e Inmunohematología de la Universidad de Talca. (La Vanguardia, 2022)

Bajo el mismo contexto indica que “en los juguetes los materiales más nocivos son los de plásticos, causando muchas alteraciones al ponerlos en contacto. Se menciona a ciertos juguetes que contienen elementos venenosos como: Ftalatos, PVC, Bisfenol A, y otras sustancias”, comentó. En relación con los Ftalatos, la catedrática menciona según indagaciones que se trata de disruptores endocrinos trayendo consecuencias graves en el aparato reproductivo y en la fertilidad, también de ser carcinógenos. En tal sentido del Bisfenol A, induce a padecimientos hormonales, provocarían posiblemente problemas de obesidad. Es muy posible que estos juguetes contengan plomo, un metal pesado que provoca problemas para aprender, de comportamiento y retraso mental. (La Vanguardia, 2022)

La profesional indica, el plástico como materia prima fue interpuesto como componente que da resistencia y liviandad a los juguetes. Si bien es cierto casi la totalidad del

plástico se fabrica a partir del crudo de petróleo, un componente no renovable, que su sola extracción deja un gran impacto en la ecología. (La Vanguardia, 2022)

Es de importancia mencionar que en ciertos juguetes se ha evidenciado componentes de metales pesados como el plomo, solventes y pigmentos para que sean más llamativos. “Los juguetes que en su composición contengan elementos líquidos tienen derivados de hidrocarburos aromáticos del benceno, ejemplo muy claro es el tolueno. En cambio, en los de colores se encuentran elementos tales como el mercurio y plomo. Estos componentes químicos se caracterizan por ser inflamables y muy tóxicos”, declaró Diógenes Hernández, docente del Instituto de Química de los Recursos Naturales de U Talca. (La Vanguardia, 2022).

### **Etiquetas**

Hay muchos factores a considerar cuando se compra un juguete para un niño, los expertos en el tema precisan que es muy importante fijarse en las indicaciones de las etiquetas, en donde se indica los componentes que contienen, de este modo saber con precisión que productos han sido usados para su elaboración. (La Vanguardia, 2022)

“Los padres de familia tiene que informarse antes de comprar un producto para sus, muchas veces se dejan llevar por el bajo precio que algunos juguetes ofrecen, sin saber que estos pudieran tener componentes tóxicos en su composición, se recomienda comprarlos siempre en centros comerciales o establecimientos seguros y formales, además fijarse en las etiquetas, cuando un juguete cumple con las normas de calidad siempre presentan sellos de calidad”. (La Vanguardia, 2022)

Las etiquetas deben tener información legible y precisa con datos del fabricante o proveedor, los elementos que lo componen, país de procedencia, recomendación de edad, indicaciones al manipularlos y precisar si el producto es inflamable, venenoso o tiene partes pequeñas. Si bien es cierto que leer las indicaciones es de suma importancia, también

adicionalmente se recomienda: “Efectuar la compra en lugares formales, no en venta ambulatoria. Asegurar que el juguete sea para la edad del niño o niña, cerciorarse que estén libres de elementos de metal o partes filosas que puedan lesionarlos, además que no contengan piezas diminutas que puedan ocasionar atragantamientos en los infantes, que el acceso a las baterías esté debidamente sellado, observar que no dejen rastros de pintura al manipularlos. (La Vanguardia, 2022).

*Tabla 9 Oportunidades y amenazas del factor ambiental*

<b>Factor Ambiental</b>	
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
-Aprovechamiento en los recursos reciclables	-Materiales tóxico en la elaboración de los juguetes.
-Apoyo del estado con recursos financieros en proyectos ambientales.	-Aumento de residuos sólidos en Iquitos



Tabla 10 Matriz Mefe

<b>MEFE</b>			
<b>OPOTUNIDADES</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PESO PONDERADO</b>
F1 Proyectos educativos.	0.15	4	0.6
F2 Gobierno impulsa inversión privada.	0.05	3	0.15
F3 Uso de herramientas digitales.	0.20	3	0.6
F4 Plataformas de difícil acceso gratuitos.	0.10	3	0.3
F5 Reciclar los recursos para realizar juegos académicos.	0.10	4	0.4
<b>SUB TOTALES</b>	<b>0.60</b>		<b>2.05</b>
<b>AMENAZAS</b>			
D1 Desestabilización del gobierno central.	0.05	2	0.1
D2 Difícil acceso a una educación de calidad.	0.10	2	0.2
D3 Poco crecimiento económico.	0.10	1	0.1
D4 Programas y plataformas costosas.	0.10	2	0.2
D5 Material tóxico en la elaboración de juguetes.	0.05	1	0.05
<b>SUB TOTALES</b>	<b>0.40</b>	<b>1</b>	<b>0.65</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>2.7</b>

## Perspectivas del Diagnóstico Empresarial

### Rivalidad entre competidores existentes

La institución Educativa cuna, guardería, jardín “Mi Lupita” es una empresa que viene acaparando un mercado en la ciudad de Iquitos, donde existe mucha competencia entre los competidores, donde la competitividad en los costos de ventas es lineal. Así mismo hoy en día en la región y en todo el Perú se ve reflejados factores que influyen a una baja economía por la inflación, la tasa de cambio, la pandemia COVID – 19, a raíz de ello ha afectado las finanzas de los padres de familia, y eso se vio reflejado en la disminución de clientes en la institución.

- **I.E.I.P Cuna Jardín Guardería “Mi Mundo Feliz”**

La institución Educativa se encuentra ubicada en la calle morona 359, brinda espacios acogedores para la seguridad de los niños, profesoras capacitadas para el cuidado, taller de baile, talleres de ballet, inglés, taller cuéntame un cuento, manualidades, mini chef, taller de violín, juegos didácticos, matemática, comunicación y estimulación.

*Figura 4 Mapa de ubicación de la I.E Mi mundo Feliz*



**Fuente: Google Maps**

- **I.E.I.P Cuna Jardín Guardería “Kínder”**

La institución educativa se encuentra ubicada en la calle Huallaga 468, brinda un staff de profesionales y auxiliares especializados formando y cuidando a sus niños en cada etapa de crecimiento, estimulación temprana para niños de 0 meses de edad, donde se desarrolla el lenguaje, la psicomotricidad y el adecuado desenvolvimiento con otras personas. Así mismo se lo estimula a través de juegos didácticos, lecto escritura, matemática, comunicación para su crecimiento intelectual, y un aprendizaje adecuado para que a través de ello desarrollen plenamente sus potenciales.

*Figura 5 Mapa de ubicación de la I.E Kínder*



**Fuente: Google Maps**

## Cuna Jardín Discovery School

La institución educativa se encuentra ubicada en la calle Loreto 861, brinda una educación personalizada donde los niños aprenden jugando, desarrollando la creatividad, imaginación y expresión a través del juego social, desacademizando la interacción social talleres de teatro, baile, ballet, inglés, karate, canto, desarrollo de lenguaje psicomotricidad, actividades pedagógicas y juegos a aire libre.

Fuente: Google Maps

Figura 6. Mapa de ubicación de Cuna Jardín Discovery School



- **Cuna Jardín “Victoria García Boniffatti”**

La institución educativa se encuentra ubicada en la calle yaraví 749, brinda un espacio amplio con juegos recreativos, escuela de padres, proyecto de reciclaje, mini chef, juegos didácticos, plan lector, inglés, matemática, comunicación juegos a aire libre, matemática, taller de experimentos y de instrumentos musicales.

Figura 7. Mapa de ubicación de la Cuna Jardín “Victoria García Boniffatti”

Fuente: Google Maps



#### **Amenaza de ingreso de nuevos competidores.**

El ingreso de nuevos competidores ha sido muy leve en este periodo 2022, no se han iniciado nuevos centros de educativos particulares, sin embargo, los que ya están constituidos presentan cierta amenaza competitiva, ya que cuentan con infraestructura y ambientes mucho más amplios donde acogen a gran mayoría de infantes.

#### **Poder de negociación de los proveedores.**

Los proveedores tienen poco poder de negociación pues en la ciudad de Iquitos existe un sector muy competente en cuanto a materiales educativos y recursos logísticos como sillas y mesas para las aulas. Para implementar las aulas de la institución se cotiza en cada carpintería de la ciudad, verificando precios justos, pero sin descuidar la calidad y garantía que puedan brindar. Para este año lectivo 2022, se adquirió sillas y mesas en Carpintería El Rey David. Se necesitan sillas, mesas, cunas, corrales entre otros, que tienen que contar con características no dañinas ni tóxicas para los niños.

En cuanto a librerías y juegos, se cotizan siempre de establecimientos que sean debidamente formales, que sus productos cuenten con sellos de calidad, productos no tóxicos para su uso en infantes.

- **Centro Comercial Alfa S.R.L**

- ❖ RUC: 20493197381
- ❖ Ubicación: Jirón Aguirre 1257
- ❖ Contacto: 065- 269040

*Tabla 11 Proveedor comercializadora Alfa*

---

PROVEEDOR	
	COMERCIAL ALFA S. R. L
Tipos de Productos	Juegos didácticos, Jabón líquido, escobas, lejía, limpiadores, desinfectantes y Alcohol,
Forma de pago	Contado
Forma de entrega	Inmediata
Capacidad de Reacción	En el momento
Seguridad de Garantía	Si
Descuento	Si

---

**Comercializadora La Restinga E.I.R.L**

- ❖ RUC: 20528346864
- ❖ Ubicación: Jirón Aguirre 1157
- ❖ Contacto: 065- 267928

*Tabla 12. Proveedor comercializadora La Restinga*

PROVEEDOR	
COMERCIALIZADORA LA RESTINGA E.I.R. L	
Tipos de Productos	Jabón líquido, escobas, lejía, limpiadores, desinfectantes, Alcohol y Adornos decorativos
Forma de pago	Contado
Forma de entrega	Inmediata
Capacidad de Reacción	En el momento
Seguridad de Garantía	Si
Descuento	Si

### **Asociación Editorial Bruño**

- ❖ RUC: 20100072247
- ❖ Ubicación: Av. Arica 751 – Breña
- ❖ Contacto: 512024747

*Tabla 13 Proveedor de la Asociación Editorial Bruño*

PROVEEDOR	
ASOCIACION EDITORIAL BRUÑO E.I. R. L	
Tipos de Productos	Libros de matemáticas, comunicación, cuentos, lecturas, trabalenguas y Rompecabezas
Forma de pago	Contado
Forma de entrega	Inmediata
Capacidad de Reacción	En el momento
Seguridad de Garantía	Si
Descuento	Si

**Poder de negociación de los clientes.**

El poder de negociación de los clientes es medio, porque cuna, guardería, jardín “Mi Lupita” tiene un precio de matrícula estándar, que va de la mano con el servicio que brinda. Otras instituciones cuentan con la misma modalidad, pero con un precio mensual más elevado. De acuerdo a lo analizado el usuario decide en que institución educativa inscribirle o matricular a su niño y niña.

**Productos Sustitutos.**

Los niños, durante el proceso de aprendizaje en el jardín, requieren también un refuerzo adicional que complemente su enseñanza, para ello se requiere que sea matriculado en centros que brinden servicios de reforzamientos, comúnmente llamadas Pagaditas.

Sin embargo, cuna, guardería, jardín Mi Lupita, ofrece adicionalmente este servicio, fortificando al niño o niña en temas de matemáticas y letras, diseñando un solo paquete para no realizar otro gasto en otro centro de aprendizaje. Además, este servicio de reforzamiento también está dirigido a niños externos al jardín. El programa de reforzamiento de Mi Lupita está trazado para que el niño que tenga dificultades en aprender, sea atendido de forma particular, evaluando sus logros y monitoreando su avance constantemente.



*Tabla 14 Matriz perfil de los competidores*

	Peso	IEI CJG " Mi lupita "		I.E.I.P " Mi Mundo Feliz"		I.E.I " Boniffatti"		I.E.I.P "Kínder"		I.E.I.P " Discovery School"	
		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Ítems de Éxito											
Publicidad	0.11	1	0.11	2	0.22	2	0.22	2	0.22	3	0.33
Calidad de servicio	0.15	3	0.45	4	0.6	2	0.3	3	0.45	3	0.45
Profesional capacitado	0.17	4	0.68	3	0.51	3	0.51	4	0.68	3	0.51
Ubicación	0.15	4	0.6	3	0.45	4	0.6	3	0.45	4	0.6
Infraestructura	0.17	3	0.51	3	0.51	4	0.68	2	0.34	2	0.34
Tipos de servicios	0.15	4	0.6	4	0.6	1	0.15	4	0.6	4	0.6
Posicionamiento	0.10	1	0.1	3	0.3	3	0.3	2	0.2	1	0.1
Total	1.00		3.05		3.19		2.76		2.94		2.93

Según los datos más relevantes de la Matriz del perfil de competencia, se tiene como primer lugar a la institución educativa “Mi Mundo Feliz” calificando en los ítems de éxito, con un porcentaje mayor de 3.19, Mostrando mucha fortaleza en los factores de calidad de servicio, así como en tipos de servicios, teniendo en segundo lugar cuna, guardería, jardín “ Mi Lupita”, con un 3.05 de calificación, mostrando en los ítems del éxito sus fortalezas más relevante, identificándose en profesional capacitado, ubicación y tipos de servicio.

## Perspectivas del Diagnostico Empresarial

### Mapa Estratégico

Tabla 15 Mapa Estratégico

PERSPECTIVAS	OBJETIVOS		
FINANCIERA	<p>LOGRAR UN RENDIMIENTO NETO DEL 30%</p>		<p>LOGRAR AUMENTO EN VENTAS DE UN 30% AL 2023.</p>
CLIENTES	<p>FIDELIZACION DEL CLIENTE AL 80%</p>	<p>PARTICIPACION EN EL MERCADO DE UN 30%</p>	<p>HACER DE CGJ MI LUPITA UNA EMPRESA REFERENTE, CON RESPECTO A EDUCACION INICIAL.</p>
PROCESOS	<p>AJUSTAR LOS PROCESOS DE MATRICULAS PARA UN REGISTRO RAPIDO.</p>	<p>IMPLEMENTAR EL PROCESO DE SELECCION DE PERSONAL Y CAPTAR AL MEJOR TALENTO HUMANO.</p>	<p>MEJORAR LAS ESTRATEGIA DE PROMOCION, MAS ATRACTIVAS PARA CAPTAR CLIENTES</p>
APRENDIZAJE	<p>BRINDAR CURSOS SOBRE EL USO DE HERRAMIENTAS DIGITALES, PARA APLICARLOS EN VENTAS</p>	<p>PREMIAL AL PERSONAL POR VENTAS OBTENIDAS, PARA LOGRAR MAS COMPROMISO EN SUS FUNCIONES.</p>	<p>MANTENER SIEMPRE COMUNICACION CON TODAS LAS PARTES ADMINISTRATIVAS DE LA ENTIDAD.</p>

## Estado de Situación Financiera

### Análisis vertical y horizontal de activos

Tabla 16. Estado de situación financiera

Cuentas	2020		2021		A. HORIZONTAL 2021 - 2020	
	MONTO	VERT. %	MONTO	VERT. %	VAR. ABSOLUTA	HORIZ. %
Equivalente de efectivo	33,677	5.46%	45,678	7.11%	12,001	26.27%
Cuentas por cobrar netas	157,520	25.56%	148,118	23.04%	-9,402	-6.35%
Inventarios	45,110	7.32%	57,543	8.95%	12,433	21.61%
Gastos diferidos	15,730	2.55%	11,200	1.74%	-4,530	-40.45%
<b>TOTAL, ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>252,037</b>	<b>40.89%</b>	<b>262,539</b>	<b>40.84%</b>	<b>10,502</b>	<b>4.00%</b>
Terreno y edificio neto	315,400	51.17%	325,200	50.59%	9,800	3.01%
Dep. Inm, activ arren fin. he inv.	31,540	5.12%	32,520	5.06%	980	3.01%
Planta y equipo neto	16,187	2.63%	21,345	3.32%	5,158	24.16%
<b>TOTAL, ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>363,127</b>	<b>58.91%</b>	<b>379,065</b>	<b>58.97%</b>	<b>15,938</b>	<b>4.20%</b>
<i>Otros activos</i>	<i>1,200</i>	<i>0.19%</i>	<i>1,200</i>	<i>0.19%</i>	<i>0</i>	<i>0.00%</i>
<b>TOTAL, ACTIVOS</b>	<b>616,364</b>	<b>100.00%</b>	<b>642,804</b>	<b>100.00%</b>	<b>26,440</b>	<b>4.11%</b>
Cuentas por pagar	21,300	3.46%	20,123	3.13%	-1,177	-5.85%
Gastos acumulados	1,200	0.19%	1,250	0.19%	50	4.00%
<b>TOTAL, PASIVO CORRIENTE</b>	<b>22,500</b>	<b>3.65%</b>	<b>21,373</b>	<b>3.32%</b>	<b>-1,127</b>	<b>-5.27%</b>
Capital	291,098	47.23%	291,098	45.29%	0	0.00%
Utilidad acumulada	16,955	2.75%	97,571	15.18%	80,616	82.62%
Utilidad del Ejercicio	199,049	32.29%	232,128	36.11%	33,079	14.25%
Superávit por revaluación	86,762	14.08%	634	0.10%	-86,128	-13584.86%
<b>TOTAL, PATRIMONIO</b>	<b>593,864</b>	<b>96.35%</b>	<b>621,431.0</b>	<b>96.68%</b>	<b>27,567</b>	<b>4.44%</b>
<b>TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>616,364</b>	<b>100.00%</b>	<b>642,804</b>	<b>100.00%</b>	<b>26,440</b>	<b>4.11%</b>

## Activos Corrientes

Los activos circulantes se caracterizan por los recursos que se pueden convertir en moneda dentro de un corto período de tiempo, también conocido como el ciclo contable. La norma específica que este ciclo es de un año, por lo que se estima que se convertirá en moneda durante este período. Del 1 de enero al 31 de diciembre, se enfocó en los recursos que constituyen un gran porcentaje de los recursos totales de la empresa y cómo cambian de un período a otro para explicar lo que sucede en los estados financieros.

La cuenta de efectivo corresponde al efectivo y que en conclusión constituye un porcentaje muy pequeño de los activos totales, es decir. Solo el 5,46% de los recursos totales de la empresa en 2020 y el 7,11% en 2021, y la inversión en esta cuenta para estos dos años. El saldo de caja en 2021 no es muy bajo, principalmente porque la mayor parte de los ingresos se transfieren a otras cuentas de balance, pero cabe destacar que el saldo de caja en 2021 ha aumentado un 26,27% respecto al año anterior. Las cuentas por cobrar son las más importantes de todos los activos circulantes, ya que en ambos años superaron el 20% de los recursos, es decir, en 2020 estas cuentas por cobrar representaron el 25,56% del activo total y se acumularon sin reclamar al cierre del año. La deuda pendiente de pensión este año, pero en 2021 la participación en relación con la inversión total de la empresa alcanza el 23,04% de la deuda pendiente de los clientes.

El inventario, que concentra los bienes entregados a los estudiantes, como uniformes escolares y otros útiles vendidos a los padres en el jardín, representa principalmente los bienes sobrantes (valor), idealmente no debería haber nada en el almacén; en 2020, estos saldos representan el total de la empresa el 7,32% de la inversión, contra el 8,95% en 2021, lo que indica que el valor de la acción ha aumentado un 21,61% de un período a otro. Es decir, alcanzará el 2,55% de los recursos totales en el período actual en 2020, solo el 1,74% en 2021 y una disminución acumulada del 40,45% en el primer período. Activos a largo plazo.

## **Activos no Corrientes**

También se les llama activos fijos, siempre nos dicen que los activos a largo plazo son a largo plazo y se piensa erróneamente que se convertirán en dinero en un período de tiempo más largo; pero la verdad es que estos activos son los que no se pretende vender, porque son la fuente de riqueza de la empresa, es decir, son su medio de producción para el jardín, generando así los ingresos que recibe por concepto de matrícula.

Como saben los terrenos no se deprecian con el tiempo, debido a esta situación de mercado, la valoración aumentó un 3,01% de un período a otro, pero como se nota en el análisis vertical, el porcentaje disminuyó, y esto se debe a que en 2021 los activos fueron superiores a los de 2020 y esto afecta el valor porcentual de la cuenta. Los edificios, planta y equipo, por otro lado, están sujetos a depreciación, lo que significa que pierden valor con el tiempo, ya sea por envejecimiento o por el uso del activo.

## **Pasivos y Patrimonio**

Entre acreedores y gastos acumulados por los pasivos de la empresa con terceros, se observa que los pasivos corrientes han disminuido de 22.500 soles en el 2020 a 21.373 soles en el 2021, es decir, los pasivos han disminuido del 1 al 5,27% al siguiente período.

## **Propiedad**

La propiedad representa los derechos del propietario o del socio sobre el negocio. Se compone de cuentas como aporte de capital o capital social simple y los resultados de las operaciones de la empresa en diferentes períodos, incluido el último registrado. Notoriamente indica que el patrimonio ha aumentado del 96,35 % en el crecimiento de 2020 al 96,68 % en 2021, lo que supone un aumento del 4,44 % durante el último año en comparación con 2020.

## **Estado de resultados**

Tabla 17. Estado de resultados

CUENTAS	2020		2021		A. HORIZONTAL 2021-2020	
	MONTO	VERT. %	MONTO	VERT. %	VAR. ABSOLUTA	HORIZ. %
Ventas netas	745,480	100.00%	822,882	100.00%	77402	9.41%
Costo de ventas	479,023	64.26%	451,230	54.84%	-27793	-6.16%
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>266,457</b>	<b>35.74%</b>	<b>371,652</b>	<b>45.16%</b>	<b>105195</b>	<b>28.30%</b>
Gastos de ventas	15,730	2.11%	9,680	1.18%	-6050	-62.50%
Gastos de administración	12,223	1.64%	10,900	1.32%	-1323	-12.14%
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>238,504</b>	<b>31.99%</b>	<b>351,072</b>	<b>42.66%</b>	<b>112568</b>	<b>32.06%</b>
Gastos financieros	17,400	2.33%	5,660	0.69%	-11740	-207.42%
Otros gastos	14,600	1.96%	13,800	1.68%	-800	-5.80%
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>206,504</b>	<b>27.70%</b>	<b>331,612</b>	<b>40.30%</b>	<b>125108</b>	<b>37.73%</b>
Impuesto a la renta	7,455	1.00%	99,484	12.09%	92029	92.51%
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>199,049</b>	<b>26.70%</b>	<b>232,128</b>	<b>28.21%</b>	<b>33079</b>	<b>14.25%</b>

Un estado de resultados, también llamado estado de pérdidas y ganancias, muestra los resultados operativos acumulados de la empresa para cada período contable del 1 de enero al 31 de diciembre, que es diferente de un período contable en el que el balance general muestra solo el saldo al final del año. Aquí rápidamente existe un aumento de ventas del 9,41% o de 745.480 soles en 2020 a 82.882 soles en 2021. El costo de ventas, principalmente todos los costos relacionados con los servicios que el jardín brindaba a los estudiantes, disminuyeron de un período a otro, es decir, en el 2020 representó el 64.26% del total de las ventas del período, y en el 2021 este porcentaje disminuyó a 54,84%, lo que significa -6,16% de disminución de un período al siguiente; esto se puede explicar por el mejor uso de recursos y docentes para lograr los ingresos realizados en 2020. Margen de contribución o utilidad bruta 35,74% en 2020 y 45,15% en 2021, un aumento de 28,30% con respecto al período anterior,

este aumento está relacionado con el menor uso de recursos en 2021, es decir, calcular el porcentaje más bajo del costo de ventas en el período anterior.

El estado de resultados actual también muestra que los gastos de administración y comercialización representan un pequeño porcentaje de las ventas en cada período, lo que se debe principalmente a la estructura de costos actual del jardín, la mayor parte de los cuales se ubican en el costo de ventas. Recomendó una revisión de la estructura para distribuir mejor los gastos. Pero el resultado sigue siendo excelente, teniendo en cuenta que el margen o beneficio neto para todo 2020 es del 26,70 % de los ingresos netos y del 28,21 % en 2021, que es mejor que ese año. Esto significa que esta utilidad creció un 14,25% de un período a otro.

### **Principales indicadores de la economía**

También conocidos como indicadores financieros, son un conjunto de indicadores que describen la condición económica y financiera de la empresa y permiten una mejor visualización de los problemas generales que enfrenta la empresa durante el análisis

### **Liquidez**

Los índices de liquidez, que muestran la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones en el corto plazo, se miden en diferentes niveles para evaluar esta capacidad.

*Tabla 18. Ratio de liquidez*

<b>INDICADOR LIQUIDEZ</b>	<b>2020 Veces</b>	<b>2021 Veces</b>	<b>VAR. %</b>
General	11.2	12.28	9.66%
Prueba ácida	9.2	9.59	4.29%
Absoluta	1.5	2.14	42.79%
Capital de trabajo	229,537.00	241,166.00	5.07%

En todos los casos, los indicadores de liquidez son muy altos, incluso en la liquidez absoluta, que mide la capacidad de pago de las deudas con efectivo; para ello se debe tener en

cuenta la gran participación de los recursos en cuentas por cobrar, el análisis longitudinal muestra que en el año 2020 representaron el 25,56% y el 23,04% del activo total, al observar solo el activo circulante, refleja que 62 % de las cuentas por cobrar en 2020, 2021 La tasa anual es del 56 %, lo que significa que las cuentas por cobrar a corto plazo son bastante altas en cada período, lo que respalda el resultado de liquidez.

Sin embargo, si asumimos que existe la posibilidad de incumplimiento, la liquidez se reducirá a 4x en 2020 y 5x en 2021 como prueba de fuego si se reemplaza el inventario con cuentas por cobrar. Entonces, la liquidez general muestra que la empresa puede pagar 11 veces más que su deuda actual en 2020 y 2021, mientras que la liquidez absoluta muestra que usando solo efectivo, es posible pagar deuda a corto plazo con efectivo disponible.

### **Solvencia**

Garantiza que la empresa tenga respaldo económico, para poder asumir compromisos de deudas con los entes bancarios.

*Tabla 19. Ratios de solvencia*

<b>SOLVENCIA</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>VAR. %</b>
Grado de endeudamiento	3.65%	3.32%	-0.33%
Grado de propiedad	96.35%	96.68%	0.33%
Solvencia patrimonial	3.79%	3.44%	-0.35%

Según lo informado, los pasivos de la empresa frente a terceros son muy reducidos, menos del 4% del activo total en ambos periodos de análisis, y los derechos de propiedad superan el 96% en ambos años, por lo que la empresa ha comprado sus activos. Seguridad, por otro lado, también es observable, que la razón de deuda a patrimonio, o solvencia patrimonial, muestra que los pasivos representan solo el 3.79% y 3.44% del patrimonio total en 2020 y 2021, lo que solo muestra que, si la empresa tiene pasivos frente a terceros, todos ellos pueden constituir garantías de la deuda de la empresa.



## Rentabilidad

Los índices de rentabilidad muestran no solo lo que ha logrado la empresa, sino también el desempeño de los dueños que invierten en ella.

*Tabla 20. Ratios de rentabilidad*

RENTABILIDAD	2020	2021	VAR. %
Margen Bruto	35.74%	45.16%	9.42%
Margen Operativo	31.99%	42.66%	10.67%
Margen Neto	26.70%	28.21%	1.51%
Rentabilidad del Activo	32.29%	36.11%	3.82%
Rentabilidad Patrimonial	33.52%	37.35%	3.84%

Al observar los resultados de los cálculos, se observa que todos estos indicadores son bastante altos y la mayoría de ellos superan la rentabilidad en un 30%. No centrandose en tres de estos indicadores, el primero es el margen de utilidad neta, que es el resultado obtenido durante el período, expresado como porcentaje de los ingresos netos, el margen de utilidad neta en el 2020 es de 26,70% y llegará a 28,35%. Este aumento se debió principalmente a menores costos de ventas y menores costos operativos.

Por otro lado, el retorno sobre activos, que es el retorno de la inversión total de la empresa, también conocido como ROI, indica que en 2020 los activos lograron una tasa de retorno de 32.29%, es decir, la utilidad neta como porcentaje de los activos totales, mientras que en 2021 aumentó a 36,11%. Finalmente, hablando de rendimientos, la tasa de rendimiento para los socios o accionistas de la empresa es de 33,52% en 2020 y 37,35% en 2021, es decir, la utilidad neta como porcentaje del patrimonio total aportado por los propietarios del negocio.

## Punto de Equilibrio

Sirve como indicador para la toma de decisiones y planificación de utilidades, es el punto en

el cual no hay utilidad ni pérdida, la empresa muestra los siguientes resultados.

*Tabla 21. Punto de equilibrio*

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>VAR. %</b>
PE unidades	488.78	284.79	-41.73%
PE monetaria	78,205.50	45,566.58	-41.73%
Costos Fijos (operativos)	27,953.00	20,580.00	-26.38%
Costos Variables	479,023.00	451,230.00	-5.80%
Ingresos por ventas	745,480.00	822,882.00	10.38%
Precio unitario	160.00	160.00	

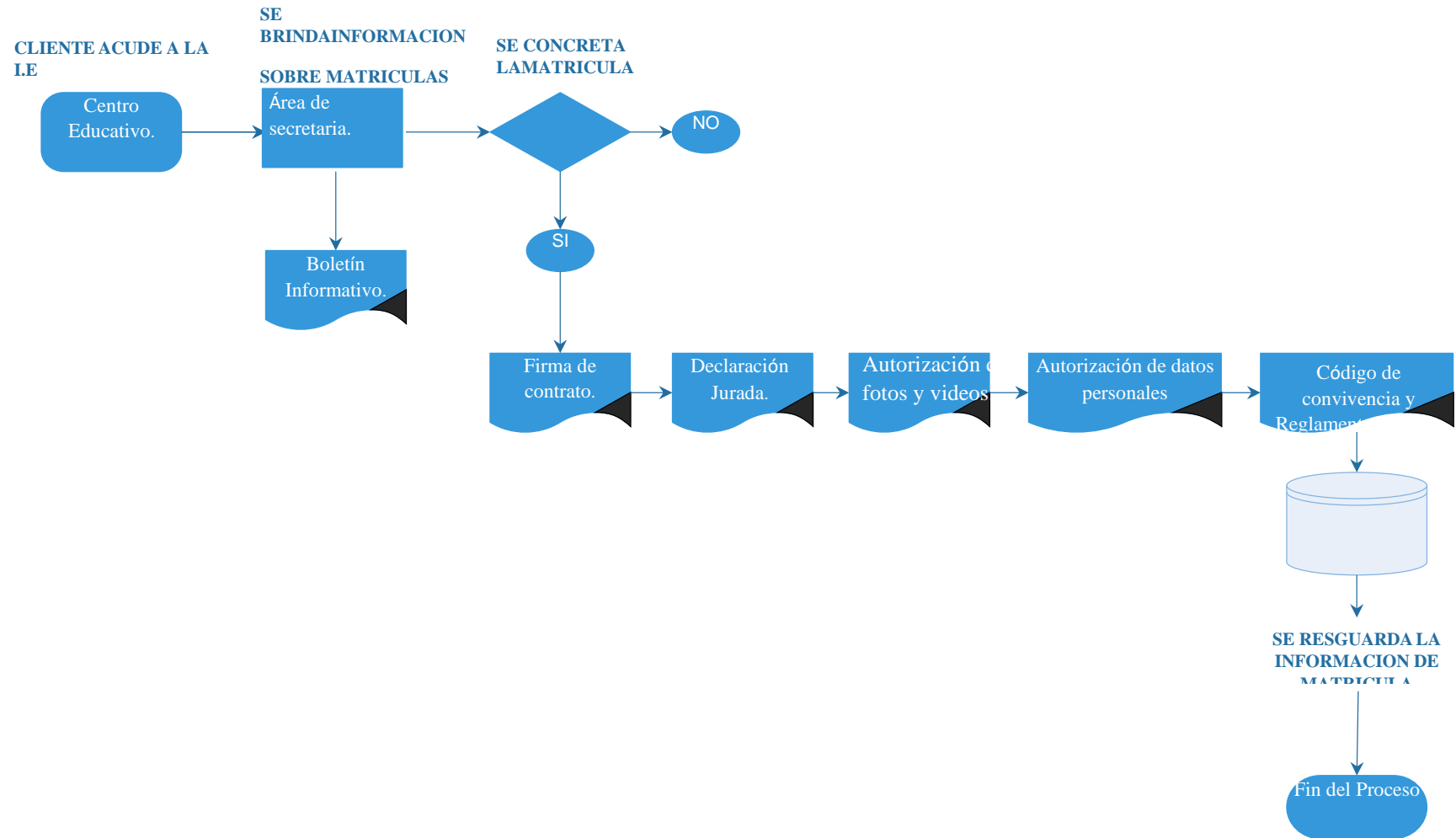
Del 2020 al 2021, el punto de equilibrio es menor, principalmente por los dos factores mencionados anteriormente, primero, la relación costo-ventas es menor, y los costos fijos o gastos operativos también son menores, lo que provoca que ambos sean más bajo . puntos de equilibrio de volumen y moneda. Esto es beneficioso para la empresa porque le facilita obtener ganancias.

### **Cientes**

Los clientes potenciales de cuna, guardería, jardín “Mi Lupita”, son para parejas casadas o madres solteras profesionales de 25 a 45 años de edad, que cuenten con un ingreso económico de 1500 a 3000 soles de un nivel socio económico Ay B, y que vivan en la ciudad de Iquitos Metropolitano, con un estilo de vida independiente, progresista, y los que se preocupan por la educación, seguridad y bienestar de sus menores hijos.

## Procesos Internos

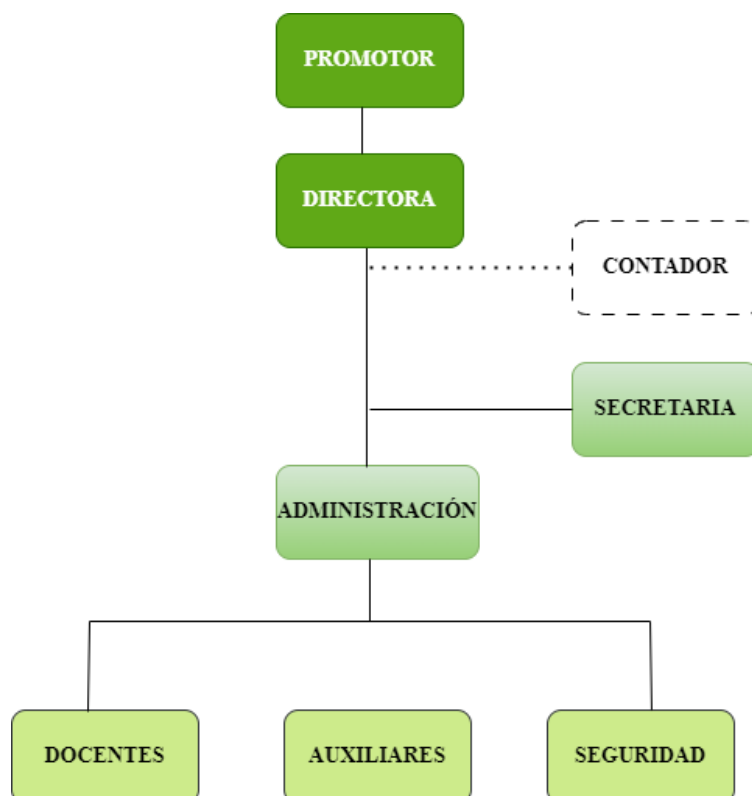
Figura 8 Flujoograma de la empresa



En la fase del proceso del cliente cuna, guardería, jardín “Mi Lupita” se inicia con la llegada del cliente y con un respectivo saludo de la Srta. secretaria, luego accede a entregarle el boletín informativo, donde podrá encontrar todos los requisitos que se requiere para la matricula, posteriormente sí, no se concreta la matricula se da por finalizado la reunión, si llega a concretarse la reunión, se firma el contrato con la declaración jurada, aceptando todos los reglamentos que la institución dispone, respectivamente se solicita la autorización del padre de familia para acceder a fotos, videos, datos personales de sus niños. Así mismo se firma el siguiente contrato de código de convivencia y reglamento interno, para ello se entrega una copia del documento al cliente para su conformidad. luego ser ingresa toda la información recaudada en una base de datos, se finaliza con un saludo de despedida.

### Capacidades del Personal y la Organización

*Figura 15. Organigrama*



**Promotor**

Es la persona encargada de velar por la empresa, tiene a cargo de todas las áreas, puesto que es la persona propietaria de cuna, guardería, jardín “Mi Lupita”, de ello depende las decisiones que se toma, es el que accede a otorgar que se realice actividades o inversiones.

**Directora:**

Se encarga de vigilar las diligencias de la institución, respetando las funciones de los docentes. Es la persona que impulsa la exploración, la práctica y la creación de los educandos. Asegurando que las leyes educativas se practiquen con cabalidad.

**Contador**

Lleva el registro de activos y pasivos de la institución y, en ocasiones, realiza todos los pagos de manera oportuna, como el de pagos al personal.

**Secretaria**

Es la encargada de organizar la documentación y mantenerla en orden para cuando sea oportuno su uso, registra los ingresos de documentos y coordina siempre con el área de dirección para agilizar algún tipo de documento.

**Administración**

La administración se encarga de vigilar que todos los procesos dentro de la institución fluyan de manera organizada, el trabajo de los docentes, los auxiliares, priorizando la gestión y compra de materiales para su uso en las aulas.

**Docentes**

Son los encargados de aplicar las enseñanzas basados en la curricular actual que rige el Ministerio de Educación, cuidan la integridad de sus alumnos durante sus horas de clases, monitorea a que cada niño aprenda y no se “estaque” en el proceso de enseñanza.

**Auxiliares**

Son las personas encargadas de brindar apoyo a las maestras dentro del aula, dan respaldo en el cuidado del infante y la organización de instrumentos educativos.

**Seguridad**

Este personal se encarga de velar la integridad de cada persona que permanece dentro de la institución, está atento a dar apoyo si sucede algún caso fortuito en el plantel.

## Descripción de Perfil de Puestos

### Director – Promotor:

*Tabla 22 Descripción del perfil de puesto - Director*

---

<b>DATOS GENERALES</b>	
------------------------	--

---

<b>Nombre de Cargo</b>	<b>Director</b>
<b>Puesto del jefe Inmediato</b>	Promotor
<b>Nº Personas Cargo</b>	18

**OBJETIVOS DEL PUESTO**

Encargo de representar legalmente la Institución Educativa  
 Gestiona todas las actividades que se requiere dentro de la Institución Educativa.

**RESPONSABILIDADES**

Es el encargado de supervisar, controlar y planificar todas las actividades que requiere la empresa, prestando diversos servicios a los clientes, así como responsable de la obtención del beneficio necesario, gestionando dentro del marco político y el logro de las metas establecidas.

<b>FORMACIÓN PROFESIONAL</b>	Estudio profesional en administración y/o en contabilidad
<b>EXPERIENCIA PROFESIONAL</b>	Experiencia Laboral mínimo de 3 años
<b>COMPETENCIAS</b>	Liderazgo, trabajo en equipo, capacidad de análisis, negociación, ser objetivo, responsable y buena estabilidad emocional.

---

**Secretaria:***Tabla 23 Descripción de perfil de puesto - Secretaria*

---

**DATOS GENERALES**

---

**Nombre de Cargo**                      **Secretaria****Puesto del jefe Inmediato**                      Director**Nº Personas Cargo**                      Ninguno**OBJETIVOS DEL PUESTO**

Se encarga de realizar todas las gestiones de la oficina.  
Atender a los clientes que acuden al centro Educativo.

**RESPONSABILIDADES**

Manejo de base de datos y archivos de los clientes, recepción de documentos, facturas, asesoramiento inscripciones, matrículas y de todos los servicios que brinda la institución.

**FORMACIÓN PROFESIONAL**                      técnica en secretariado ejecutivo y/o computación informática.**EXPERIENCIA PROFESIONAL**                      Experiencia Laboral mínimo de 2 años**COMPETENCIAS**                      Trabajo en equipo, creativa, ágil, que brinde respuestas en situaciones que se requiere que sea inmediata y a tiempo.

---



**Contador:***Tabla 24 Descripción del Perfil de puesto - Contador*


---

<b>DATOS GENERALES</b>	
<b>Nombre de Cargo</b>	<b>Contador</b>
<b>Puesto del jefe Inmediato</b>	Director
<b>Nº Personas Cargo</b>	Ninguno
<b>OBJETIVOS DEL PUESTO</b>	
<p>Se encarga de gestionar todas las operaciones contables. Administra y controla toda la información, dando soluciones a todos los imprevistos financieros.</p>	
<b>RESPONSABILIDADES</b>	
<p>Emite todas los ingresos y egresos, realiza pagos en línea y transferencias bancarias, efectúa todos los registros de los pasivos y activos, analiza y lleva un control de los presupuestos, analiza las cuentas y realiza las preparaciones de los balance mensuales y anuales.</p>	
<b>FORMACIÓN PROFESIONAL</b>	Profesional en contabilidad
<b>EXPERIENCIA PROFESIONAL</b>	Experiencia Laboral mínimo de 3 años
<b>COMPETENCIAS</b>	Liderazgo, trabajo en equipo, capacidad de negociación, comunicación y trabajar bajo presión.

---

**Personal de seguridad:***Tabla 25 Descripción del perfil de puesto – Personal de seguridad*

---

**DATOS GENERALES**

---

**Nombre de Cargo** Personal de seguridad**Puesto del jefe Inmediato** Administración**Nº Personas Cargo** Ninguno**OBJETIVOS DEL PUESTO**

Se encarga de brindar seguridad al patrimonio de la empresa.  
Vigila y monitorea constantemente.

**RESPONSABILIDADES**

verifica la entrada y salida del personal, y registra la conformidad de los objetos que se encuentran en el lugar de la institución.

**FORMACIÓN PROFESIONAL** secundaria completa, que tenga licencia de manejo de arma y/o carnet de alguna entidad militar.**EXPERIENCIA PROFESIONAL** Experiencia Laboral mínimo de 3 años**COMPETENCIAS** Agilidad, capacidad de persuadir, activo, dinámico, estabilidad emocional y capacidad de concentración.

---

**Docente:***Tabla 26 Descripción del Perfil de Puesto - Docente*

---

**DATOS GENERALES**

---

**Nombre de Cargo**                      **Docente****Puesto del jefe Inmediato**                      Director**Nº Personas Cargo**                      Ninguno**OBJETIVOS DEL PUESTO**

Se encarga de brindar servicio de enseñanza a los niños y niñas. Contribuye en las gestiones académicas y orientadas en brindar un buen servicio de calidad a los niños.

**RESPONSABILIDADES**

Elabora su tema académico, prepara todo el material que será utilizado en clases, participación en reuniones que convoca la institución, orienta y evalúa el desarrollo de aprendizaje de los niños en aula, habla con la parte directiva sobre las dificultades de cada niño, participa en capacitaciones y cumple los reglamentos y normas establecidas por la institución.

**FORMACIÓN PROFESIONAL**                      Profesional en educación y/o Bachiller**EXPERIENCIA PROFESIONAL**                      Experiencia Laboral mínimo de 2 años**COMPETENCIAS**                      Liderazgo, Amable, optimista, capacidad de adaptación, trabajar en equipo, paciente, responsable, organizada y capacidad de concentración.

---

**Auxiliar:***Tabla 27 Descripción del Perfil de Puesto – Auxiliar de Educación*

---

**DATOS GENERALES**

---

<b>Nombre de Cargo</b>	<b>Auxiliar de Educación</b>
<b>Puesto del jefe Inmediato</b>	Director
<b>Nº Personas Cargo</b>	Ninguno

**OBJETIVOS DEL PUESTO**

Se encarga de brindar el servicio de apoyo a las docentes.  
Colabora con el cuidado y bienestar de los niños y niñas.

**RESPONSABILIDADES**

Ayuda a monitorear el aprendizaje y la dificultad de cada niño, maneja la responsabilidad cuando la maestra se encuentra ausente, ayuda a realizar los cuestionarios académicos de las docentes.

<b>FORMACIÓN PROFESIONAL</b>	Título, certificado y/o constancia de estudios superiores de nivel educativa.
<b>EXPERIENCIA PROFESIONAL</b>	Experiencia Laboral mínimo de 1 años
<b>COMPETENCIAS</b>	Capacidad de comprensión, paciencia, tolerancia actitud observadora, dinámica, activa, creativa, solidaria, confiable, responsable y confiable.

---

## Capítulo V

### Oportunidad de mejora

#### Identificación del Área de Aplicación para el Plan de mejora Empresarial

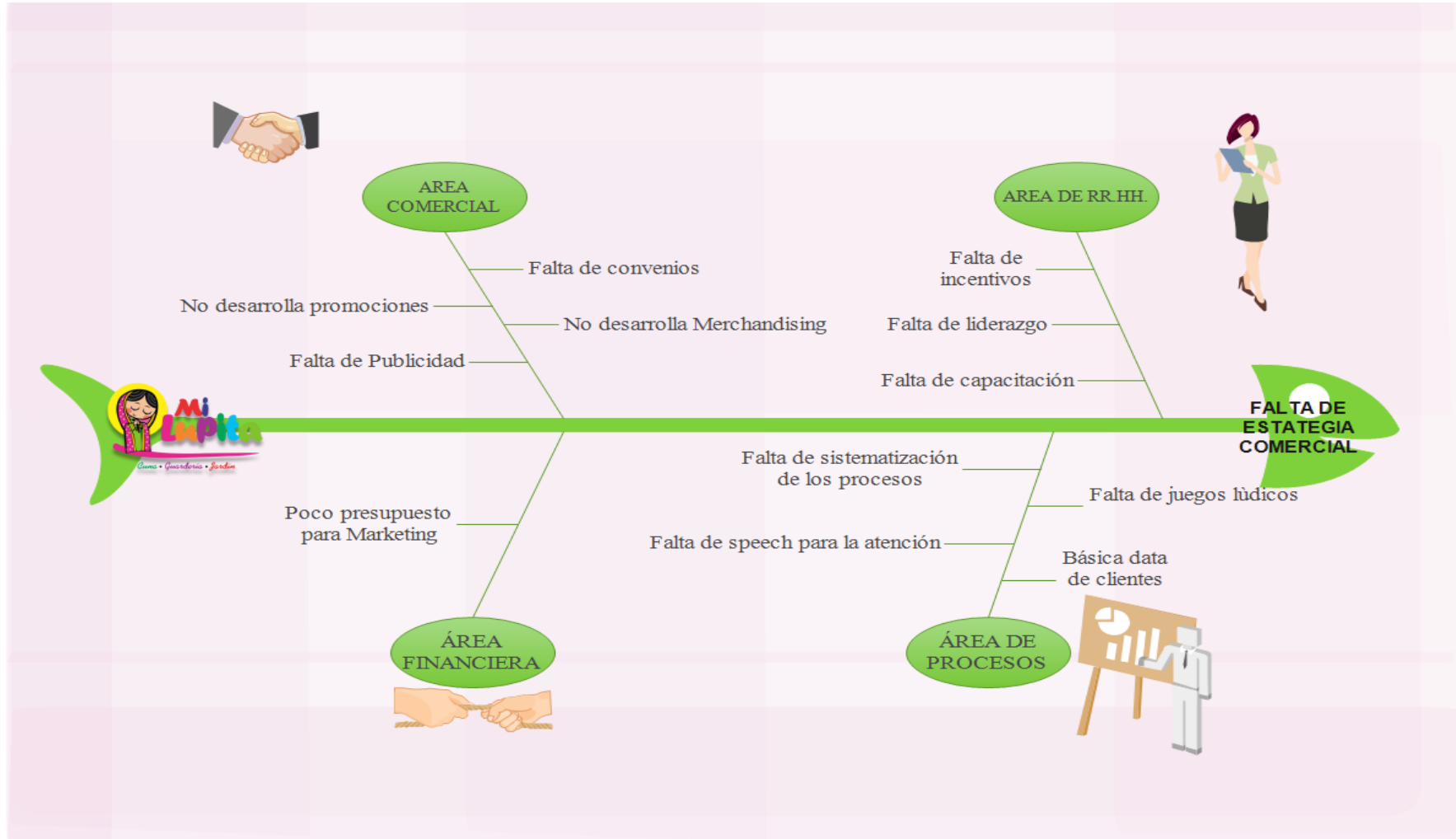
##### Problema

Para detectar y tener visible el factor que causa el problema que mantiene a la empresa en bajas inscripciones y matriculas, se ejecuta una inspección a la institución, en el cual se tuvo un extenso diálogo con la Gerente y Directora, así mismo conociendo y registrando como se dan las clases a diario y el uso de sus herramientas educativas se pudo constatar que todo lo hacen correctamente, pero sin embargo se evidenció que no existe personal para área de ventas o encargado capacitado, que busque la promoción de la institución o lasos comerciales que impulsen la marca, nos indican que solo se da a conocer por medio de una red social (Facebook) sin un plan alguno, para ello se llegó a la conclusión del problema principal que es la falta de estrategias comercial; si bien es cierto que no hay falencias en su forma de enseñanzas, todo estaba en orden y que están al nivel de otras IE iniciales, pero la forma como se dan a conocer es mediocre y deficiente.

##### Causas

Para concretizar el problema identificado, se emplea el Método de Ishikawa, de tal modo se aumenta e implementa acciones para mejorar el factor deficiente.

Figura 16. Diagrama de Ishikawa



## **Puntos Críticos**

### **Descripción de las Causas Raíces**

#### **Área Comercial**

Estar orgulloso de la marca nos da fe que mostrarla al exterior causará un impacto positivo. Sin embargo, esto no ha sido relevante al momento de ponerlo en práctica, el personal en su conjunto le hace falta más amor por esta. No es problema que no lo quieran hacer, si no que no conocen las estrategias adecuadas para ejecutarlo.

#### **Falta de publicidad**

No se ha hecho notoria publicidad en medios masivos o tradicionales, puesto que no sea implementado un plan de promoción, en todo caso es deficiente.

#### **No desarrolla Merchandising**

Los servicios que ofrece solo se muestran cuando el padre o madre de familia acude a la institución o rara vez lo ve en Facebook, las presentaciones de estos servicios no tienen un fondo o forma de presentación; la ausencia de gráficos, banners, afiches hace que se sepa menos de la marca o pase desapercibida.

#### **Falta de convenios**

Se ha constatado que la institución inicial no ha logrado estrechar lazos para conseguir convenios que favorezcan el fortaleciendo de aprendizaje de los estudiantes, como, por ejemplo, con entidades o colegios secundarios que permitan la continuidad de enseñanza de calidad. que se sepa menos de la marca o pase desapercibida.

#### **No desarrolla promociones**

Difícilmente se ha realizado una promoción o se ha implementado mal; estos son importantes, ya que son factores atractivos para captar clientes.

#### **Área RRHH**

#### **Falta de incentivos.**

El personal no recibe alguna remuneración por logros obtenidos, poca motivación y la falta de algún reconociendo son visibles.

### **Falta de liderazgo**

Este aspecto falta mejorar, para que las coordinaciones y acciones de mejora se puedan realizar. Las maestras tienen poca comunicación con la dirección.

### **Falta capacitación**

Existe capacitación cada inicio y finales del año, lo más factible sea que estas acciones se realicen de forma constante para mantener a la plana docente actualizada y a la vanguardia de nuevos avances educativos y tecnológicos.

### **Área financiera**

#### **Poco presupuesto para Marketing.**

El área administrativa no ha designado un presupuesto necesario para poner en marcha las estrategias de promoción y marketing, esto obstaculiza que la empresa no sea reconocida. No han coordinado en monto anual para llevarlo a cabo.

La posibilidad de hacerse conocido y generar ventas en el mercado dependen mucho de estas decisiones presupuestales, ya que es un factor clave para encontrar el material humano capaz de llevar estas estrategias a un verdadero nivel competitivo.

### **Área de procesos**

#### **Falta de sistematización de procesos**

No hay un protocolo implementado para seguir un proceso, actualmente utilizan un proceso desfasado que solo es recolectar los datos en hojas de cálculo básicas, esto causa un problema al momento de querer ingresar más datos.

#### **Falta de speech para la atención**

El guion usado es muy básico, no hay una línea específica a seguir, para dar apertura a un diálogo con el cliente.



### Falta de juegos lúdicos

La institución educativa no está implementada con juegos lúdicos, esto hace que el aprendizaje cognitivo se ve afectado en el transcurso de las enseñanzas educativas.

### Data Básica de clientes.

Los datos se resguardan en hojas de calcula, cuya información consta de aspectos básicos como nombres o números telefónicos.

### Priorización de puntos críticos.

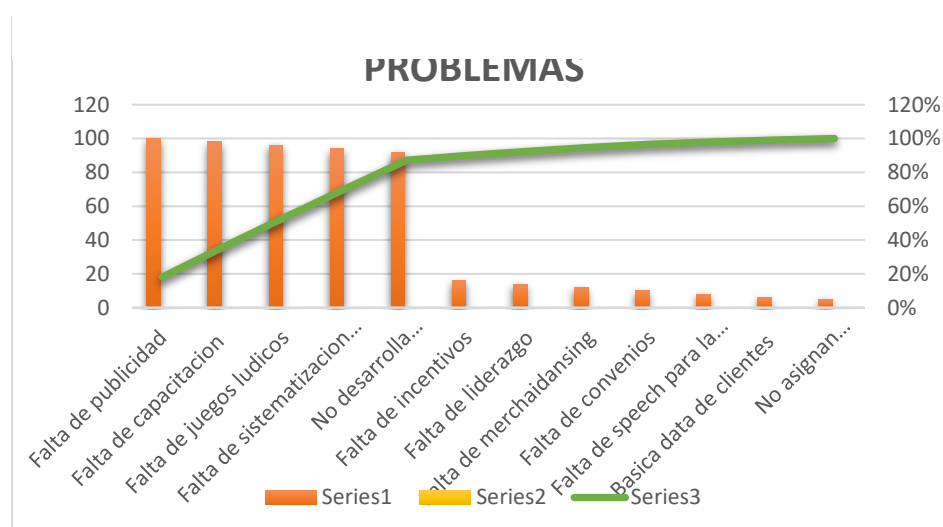
Para conocer las causas problemáticas y priorizarlas, se empleó el principio de Pareto en el cual, el 20% de los problemas es responsable del 80% de los resultados finales. Mencionándolo de otro modo, el 80% de las deficiencias proceden del 20% de las causas más relevantes; también conocido como la “regla 80/20.” Se refleja en la tabla la frecuencia acumulada de los factores críticos.

*Tabla 28 Diagrama de Pareto*

<b>Causas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Acumulado</b>
Falta de publicidad	100	18%	18%
Falta de capacitación	98	18%	36%
Falta de juegos lúdicos	96	17%	53%
Falta de sistematización de los procesos	94	17%	70%
No desarrolla promociones	92	17%	87%
Falta de incentivos	16	3%	90%
Falta de liderazgo	14	3%	93%
Falta de merchandising	12	2%	95%
Falta de convenios	10	2%	97%
Falta de speech para la atención	8	1%	98%
Básica data de clientes	6	1%	99%
No asignan presupuesto para marketing	5	1%	100%
	551	100%	

**Fuente: Excel**

Figura 17. Diagrama de Pareto



### Falta de publicidad

No se ha hecho notoria publicidad en medios masivos o tradicionales, puesto que no se ha implementado un plan de promoción, en todo caso es deficiente, y eso ha ocasionado que tenga poca acogida de clientela.

### Falta de capacitación

Las docentes de la I.E. no cuentan con recursos para poder capacitarse en algún curso en específico, muchas veces se deja a un lado este punto; para poder manejar las herramientas tecnológicas necesariamente tiene que seguir algún curso que lleve a comprender el manejo de estas aplicaciones, ya que con ellas se enseñara al niño o niña.

### Juegos lúdicos

Estos juegos son importantes para que el niño se familiarice con las enseñanzas que da el docente, que muchas veces tienden a ser lineales; por ende, el niño no toma mucha importancia o atención. Es por ello que estos juegos son importantes ya que se usaran como herramientas para llamar la atención de alumno, de este modo estimular su aprendizaje.

### **Sistematización de los procesos**

Es importante tener una secuencia sistematizada dentro de la institución, como por ejemplo el área de Dirección o secretaria, donde el padre de familia va a inscribir o consultar informaciones de menor hijo; en ese momento se requiere que los datos estén a la mano, para no tener obstrucción o demora al momento de darse una inscripción o matrícula. Para ello es necesario una base de datos que muestre la información incito, para acortar procesos y mejorar el flujo de trabajo.

## Capítulo V

### Propuesta de la mejora empresa

#### Justificación de la Mejora Empresarial

La empresa desde que empezó sus actividades obvió siempre la promoción de la institución, teniendo en cuenta que sus competencias directas ya ponían en práctica publicitar sus servicios educativos, por ende, se hacían más conocidas y atraían a nuevos clientes. Es por ello que en el año 2019 proponen iniciar con una pequeña campaña publicitaria para al menos tener un poco de visibilidad en el mercado local, sin embargo, no tubo relevancia ya que no lo hacían de manera profesional, tampoco implementaron un plan comercial que permita conocer las pautas para una buena promoción. Esto se vio reflejado en las pocas ventas por ende en los pocos ingresos económicos. Se propuso mejorar para el siguiente año y así fue, se procuró invertir un presupuesto considerable, dando como resultado ventas iguales al periodo anterior. Por razones de conocimiento en aspectos de mercadotecnia se empezó a gastar dinero, pero sin ningún resultado, reflejándose en sus pocos matriculados en sus diferentes servicios.

Es por esta deficiencia que se ha propuesto trabajar un plan de mejora en el área de Marketing, mejorarla y reforzarla para así recuperar sus clientes y atraer a nuevos.

De acuerdo a Philip Kotler nos habla que el marketing es una actividad, procesos que trabajan en conjunto destinados para las organizaciones que tienen como propósito crear, comunicar, entregando e intercambiando todos los ofrecimientos que tienen valor para los clientes y para toda la sociedad en común. (Tiempos de Negocios, 2017)

Se considera que los beneficios que se obtendrá mediante la ejecución de este plan de mejora, es el aumento de su situación financiera, acogida de nuevos clientes y fidelizándolos, mediante ello se lograra un mejor posicionamiento en el sector de educación inicial, como

también se reflejara una buena formación académica diferenciándose de otras instituciones, mediante la confianza de los padres de familia a la hora de matricular a su menor hijo. Así mismo cada docente perteneciente a la empresa conseguirá un mejor beneficio económico para motivar el desempeño laboral, de tal manera se restablecerá la enseñanza para fortalecer el aprendizaje de cada niño.

Por otro lado, se acondicionará con nuevas herramientas tecnológicas para el desempeño intelectual de los niños, creaciones de nuevos proyectos académicos de acuerdo a la malla curricular que solicita el estado. Respectivamente se generará una buena gestión de procesos en toda la área académica e institucional, por ende, el niño que culmine en esta institución educativa “Mi Lupita” obtendrá una mejor formación intelectual para afrontar el futuro en la sociedad.

El impacto que generaría a través de las estrategias comerciales es el aumento de alumnado, el mejoramiento de una buena imagen en el sector educativo mostrando a los clientes potenciales la confianza de la marca.

### **Objetivos de la mejora**

- Aumentar los ingresos por matrículas.
- Posicionar la empresa, publicitando los servicios y calidad educativa de I.E.I. cuna, guardería, jardín “Mi Lupita” e Implementar juegos educativos lúdicos.

**Factor Interno**

Tabla 29 Matriz Mefi

<b>MEFI</b>			
<b>FORTALEZAS</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PESO PONDERADO</b>
F1 Docentes Capacitadas en educación pre escolar	0.15	4	0.6
F2 Experiencia en el mercado de educación	0.10	3	0.3
F3 Enseñanza personalizada con niños con dificultad de aprendizaje	0.20	3	0.6
F4 Docentes comprometidos y participativos con actividades de la institución	0.15	4	0.6
<b>SUB TOTALES</b>	0.60		2.1
<b>DEBILIDADES</b>			
D1 Infraestructura limitada a expandirse.	0.10	2	0.2
D2 Salarios menores de los docentes a comparación de otras instituciones.	0.10	1	0.1
D3 Falta de posicionamiento de la empresa en el mercado.	0.10	2	0.2
D4 Poca promoción para lograr mayores ingresos.	0.10	1	0.1
<b>SUB TOTALES</b>	0.4		0.6
<b>TOTAL</b>	100%		2.7

## Escenarios Externos

Tabla 30 Matriz Mefe

<b>MEFE</b>			
<b>OPOTUNIDADES</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PESO PONDERADO</b>
F1 Proyectos educativos.	0.15	4	0.6
F2 Gobierno impulsa inversión privada.	0.05	3	0.15
F3 Uso de herramientas digitales.	0.20	3	0.6
F4 Plataformas de difícil acceso gratuitos.	0.10	3	0.3
F5 Reciclar los recursos para realizar juegos académicos.	0.10	4	0.4
<b>SUB TOTALES</b>	<b>0.60</b>		<b>2.05</b>
<b>AMENAZAS</b>			
D1 Desestabilización del gobierno central.	0.05	2	0.1
D2 Difícil acceso a una educación de calidad.	0.10	2	0.2
D3 Poco crecimiento económico.	0.10	1	0.1
D4 Programas y plataformas costosas.	0.10	2	0.2
D5 Material tóxico en la elaboración de juguetes.	0.05	1	0.05
<b>SUB TOTALES</b>	<b>0.40</b>	<b>1</b>	<b>0.65</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>2.7</b>

Tabla 31 Análisis del Foda

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>ANÁLISIS INTERNOS</b>	F1) Docentes capacitadas en educación pre escolar. F2) Experiencia en el mercado de educación. F3) Enseñanza personalizada con niños en dificultad de aprendizaje. F4) Docentes comprometidos y participativos con actividades de la institución.	D1) Infraestructura limitada. D2) Salarios menores de los docentes a comparación de otras instituciones. D3) Falta de posicionamiento de la empresa en el mercado. D4) Poca promoción para lograr mayores ingresos.
<b>ANÁLISIS EXTERNO</b>		
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>FO EXPLOTE</b>	<b>DO BUSQUE</b>
O1) Proyectos educativos O2) Gobierno impulsa inversión Privada. O3) Uso de herramientas digitales O4) Plataformas de difícil acceso gratuitos. O5) Reciclar los recursos para realizar juegos académicos.	Al contar con docentes capacitados, los padres de familia tienen más seguridad para matricular a sus hijos, además cuenta con gran experiencia en el rubro de educación inicial, que trabajan en base de proyectos educativos haciendo uso de algunas herramientas digitales, aprovechando de que algunas de estas son gratuitas.  Como estrategia a explotar se propone invertir en tecnología para potenciar las habilidades de estudiantes; además se debe aprovechar los	Cuna, guardería, jardín Mi Lupita al tener una infraestructura limitada, causa poca acogida de estudiantes, por tal motivo se debería implementar estrategias que permitan ampliar su infraestructura y poder generar valor aprovechando los diferentes proyectos que promueve el gobierno.  Como estrategia se debería alquilar un local más amplio, y con eso poder captar más alumnado y participar en proyectos que permitan crecer en la institución.



	beneficios que da el gobierno en tecnología e innovación.  (F1, F2, F3, O1, O3, O4)	D1, D3, O1, O2
<b>AMENAZAS</b>	<b>FA CONFRONTE</b>	<b>DA EVITE</b>
A1) Desestabilización del gobierno central. A2) Dificil acceso a una educación de calidad. A3) Poco crecimiento económico. A4) Programas y plataformas costosas A5) Materiales tóxico en la elaboración de juguetes.	La institución educativa cuenta con profesionales capacitados en el rubro preescolar con los cuales podrían cubrir la brecha de educación deficiente que actualmente existe en la región Loreto a causa de políticas educativas y de un débil crecimiento económico.  Como estrategia la empresa debería implementar plan de capacitación para contar con los mejores profesores y pueda brindar la mejor educación.  F1, F2, F3, A2, A3	No se debería ignorar las nuevas formas de llegar al cliente, que ofrece la mercadotecnia, y al mismo tiempo utilizar herramientas tecnológicas que permitan desarrollar una educación más lúdica, alternada con un aprendizaje de aprendiendo jugando, utilizando productos de calidad.  Como estrategia se propone implementar las herramientas digitales y tradicionales, mediante redes sociales, páginas, radio y periódicos.  D3, D4, A2, A5

## Evaluación de Alternativas Beneficio – Costo

### Estrategia 1: Elaborar campañas publicitarias

- **Facebook para captar a nuevos clientes con promociones atractivas.**

Para lanzar campañas en Facebook se definirá los costos que se invertirá en los días y meses que dure la promoción.

En estas campañas se difundirá ofertas de matrícula, servicios adicionales como pagadita y guardería nocturna, entre otros. Donde se da a conocer las siguientes segmentaciones al momento de publicitar el servicio que requiere la institución educativa en ello se refleja:

Lugar- Viviendo en Perú: Iquitos (+40km) Loreto Región

Edad: de 20 a 42 años

Personas que coinciden con: educación, universidades, centros de estudios.

Gustos y preferencias.

El presupuesto asignado para los gastos de publicidad en Facebook es de s/3050.00 que se distribuye de la siguiente manera:

Teniendo en cuenta que se promocionara por 30 días los precios de Facebook son los siguientes:

*Tabla 32 Presupuestos del Costo Publicitario*

COSTO	DURACION	ALCANCE ESTIMADO
S/500.00	30 días	45000 - 132000
S/200.00	30 días	18750 - 54000
S/150.00	30 días	14250 - 42000
S/50.00	30 días	5280 - 15270

## Costos y gasto publicitario

Figura 18. Gasto en publicidad

<b>GASTOS PUBLICITARIOS EN FACEBOOK</b>			
<b>Publicidad</b>	<b>DSC. De Nuevos Alumnos</b>	<b>Guardería Nocturna</b>	<b>Pagadita</b>
Enero	S/250.00	S/250.00	S/500.00
Febrero	S/250.00	S/250.00	S/500.00
Marzo	S/150.00	S/50.00	S/200.00
Abril	S/150.00	S/50.00	S/200.00
Mayo	S/150.00	S/50.00	S/200.00
Junio	S/150.00	S/50.00	S/200.00
Julio	S/150.00	S/50.00	S/200.00
Agosto	S/150.00	S/50.00	S/200.00
Septiembre	S/150.00		S/150.00
Octubre	S/150.00		S/150.00
Noviembre			S/150.00 S/150.00
Diciembre		S/250.00	S/150.00 S/400.00
			<b>TOTAL S/3,050.00</b>

- **Publicidad Radial:**

Para tener acogida de clientes se estará realizando campañas radiales, difundiendo los servicios, ofertas de matrículas y promociones que brinda la institución educativa, de acuerdo al tiempo pactado con la empresa. Los spots serán difundidos diariamente en horarios rotativos.

Figura 19. Gastos de publicidad radial

<b>GASTOS DE PUBLICIDAD RADIAL RADIO LORETO</b>			
	<b>Difusión de spots de servicios de la I. E CGJ Mi Lupita.</b>	<b>Difusión de spot sobre inscripciones</b>	<b>Difusión de spot Pagadita</b>
Enero			
Febrero		S/400.00	S/400.00
Marzo			
Abril			
Mayo			
Junio			
Julio	S/400.00		
Agosto			
Septiembre			
Octubre			S/400.00
Noviembre			S/400.00
Diciembre			
<b>TOTAL</b>			<b>S/1,200.00</b>

**Estrategia 2:**

- **Implementación de material tecnológico, como tablets.**

Luego de cotizar con diferentes proveedores se llegó a la decisión de elegir a la empresa Compunet.data, empresa ubicada en Ricardo Palma 313, Iquitos quienes nos brindara una garantía de un año.

Modelo: Media Pad d3

Marca: Huawei

Características: 1gb de almacenamiento.

Tamaño: alto 16 cm, ancho 18 cm cámara frontal 2mp cámara principal 2mp

Procesador: Qualcomm

velocidad de procesador: 2.3

Tabla 33 Descripción del Producto Tablets

Ítem	Descripción	Costo unitario	Costo Total
30	tablets	S/300.00	S/9,000.00

**Estrategia 3:**

- **Crear aplicaciones con juegos gratuitas educativas para los niños.**

Desarrollar juegos lúdicos en la que los niños puedan aprender diferentes actividades que les permita tener un crecimiento psicomotriz, un aprendizaje sostenible y sobre todo poner en práctica los valores.

Tabla 34. Descripción de las aplicaciones a implementar

Ítem	Juego	Descripción	Funcionalidades	Costo
1	Mate Fácil	Juegos interactivos con números	Juego aplicativo Suma con elementos. Con este juego el alumno aprenderá	S/2,000.00
1	Ordena Fácil	Ordenando las cosas de casa	a ser ordenado. Juego interactivo, en que el alumno desarrollara sus actividades diarias de manera responsable en lo que respecta el medio ambiente.	S/2,500.00
1	Cuida y recicla	Cuidad el medio ambiente utilizando y reciclando	que respecta el medio ambiente.	S/3,000.00
			TOTAL	S/7,500.00

**Estrategia 4:****Plan de Capacitación**

Las docentes se capacitarán en cursos y especializaciones virtuales de acuerdo a la nueva ley de la reforma institucional. Se capacitará para la mejor enseñanza, para brindar un mejor aprendizaje para el niño, haciendo uso de las herramientas digitales.

Tabla 35 Gasto total de capacitación del docente

<b>GASTO DE CAPACITACION AL DOCENTE</b>						
<b>Curso/Taller</b>	<b>Dirigido a</b>	<b>Área (s)</b>	<b>Participantes</b>	<b>Mes/Duración de horas</b>	<b>Proveedor</b>	<b>Presupuesto</b>
Estrategia de enseñanzas de lectura - escritura	Profesoras / Auxiliares	Administración	18	Mes de Enero/ 12 horas por 4 días	EPP (Escuela de profesores del Perú)	S/. 2700
Estrategia para prevenir el manejo del Bullying	Profesoras/ Auxiliares	Administración	18	Mes de Febrero/12 horas por 4 días	EPP (Escuela de profesores del Perú)	S/. 2700
La actividad lúdica en el en el proceso de enseñanza - Aprendizaje	Profesoras /	Administración	18	Mes de Junio/ 12 horas por 4días	EPP (Escuela de profesores del Perú)	S/. 2700
<b>Total</b>						<b>S/. 8,100.00</b>

Tabla 36. Inversión total

<b>Costos totales</b>	
Publicidad Radial	S/. 3,050
Publicidad Facebook	S/. 1,200
Tablets	S/. 9,000
Juegos Gratuitos	S/. 7,500
Capacitación al docente	S/. 8,100
<b>Total</b>	<b>S/. 28,850</b>

**Beneficio**

Tabla 37 Descripción costo y beneficio

1.1						
Ventas	822,882	905170.2	995687.22	1095255.942	1204781.536	1325259.69
Costos	-	451,230	-496353	-545988.3	-600587.13	-660645.843
Ventas Adicionales		82,288	172,805	272,374	381,900	502,378
Costos Asociados		-45,123	-94,758	-149,357	-209,416	-275,480
Beneficio		37,165	78,047	123,017	172,484	226,897
FCA	-28850	33786.55	64501.59	92424.35	117808.68	140885.35
		<b>COK</b>	20%			
		<b>TIR</b>	172%			
		<b>VAN</b>	S/211,016.80			
		<b>BC</b>	15.58			

## Capítulo VI.

### Implementación de la propuesta de mejora

#### Cronograma de Implementación

Tabla 38 Cronograma de implementación de las actividades

Actividades	Meses											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Reunión General</b>												
Reunión para tomar decisiones		■										
<b>Elaborar campañas Publicitarias por Facebook</b>												
Creación de Flyer	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Creación de Videos promocionales	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Aplicación de encuestas			■					■				
<b>Presupuesto del Minedu para adquirir computadores y tablets</b>												
Búsqueda de proveedores		■	■									
Solicitud de cotización		■	■									
Compra		■	■									
Instalación y uso		■	■									
<b>Crear aplicaciones Educativas Gratuitas para niños</b>												
Solicitud de cotización a especialistas Programadores							■					
Diseño							■	■				
Elaboración								■	■			



## Plan de Acción

Tabla 39 Plan de acción de las actividades a realizar

PLAN DE ACCIÓN	ACCIONES INMEDIATAS	RECURSOS NECESARIO	PLAZO	RESPONSABLE
Reunión con el personal de ventas y Dirección.	Junta para tomar decisiones	-Auditorio	1 mes	Administrador
Capacitaciones a los docentes	<p><b>Objetivo:</b> Fortalecer las capacidades de los docentes de la I.E.</p> <p><b>Modalidad:</b> virtual</p> <p><b>Ejecutora:</b> Escuela de profesores del Perú EPP</p> <p><b>Temas:</b> - Estrategia de enseñanza de lectura - escritura. -Estrategia para prevenir y manejar el bullying. -La actividad lúdica en el proceso de enseñanza – Aprendizaje.</p> <p><b>Objetivo:</b> Difundir las promociones en descuentos de matrículas y servicios adicionales de la I.E.</p>	<p>-Computadora con acceso a internet.</p> <p>-Zoom</p>	4 meses	Gerente
Publicidad Radial	<p><b>Medio:</b> Radial</p> <p><b>Empresa Difusora:</b> Radio Loreto</p> <p><b>Contenido:</b> Spot de 45 segundos, donde se promociona los servicios de la I.E.</p> <p><b>Objetivo:</b> Familias que tengas niños en edad preescolar</p>	-Spot en audio	2 meses	Área de Marketing
Publicitar en Facebook	<p><b>Medio:</b> Redes Sociales- Facebook</p> <p><b>Contenido:</b> Flyer, Videos spots</p>	<p>-Diseñador Grafico</p> <p>-FreeLancer</p>	1 año	Área de Marketing

Tabla 40 Plan de acción de las actividades a realizar

PLAN DE ACCIÓN	ACCIONES INMEDIATAS	RECURSOS NECESARIO	PLAZO	RESPONSABLE
Implementación de material tecnológico, como tablets.	<p><b>Objetivo:</b> Enseñanza de uso de aplicaciones a los niños</p> <p><b>Modalidad:</b> Presencial</p>	Capital	1mes	Directora
Crear aplicaciones con juegos gratuitas educativas para los niños.	<p><b>Objetivo:</b> Mejorar la capacidad intelectual del niño.</p> <p><b>Modalidad:</b> Presencial</p>	Especialistas en programación	6 meses	Área de Marketing

## Sistema de Monitoreo

Para el sistema de monitoreo existen instrumentos de evaluación por cada estrategia planteada:

### Estrategia 01:

#### Publicidad en Facebook

**Monitoreo:** Se realizará a través de evaluaciones mensuales de las métricas de Analytyc para poder medir la efectividad.

Figura 20. Monitoreo en redes sociales

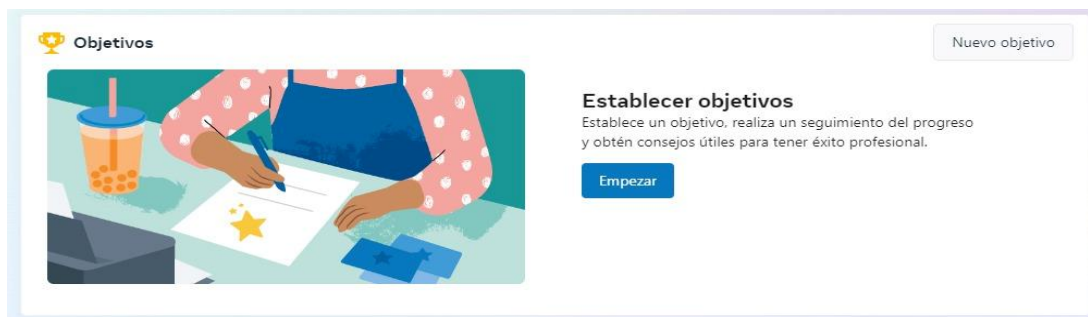
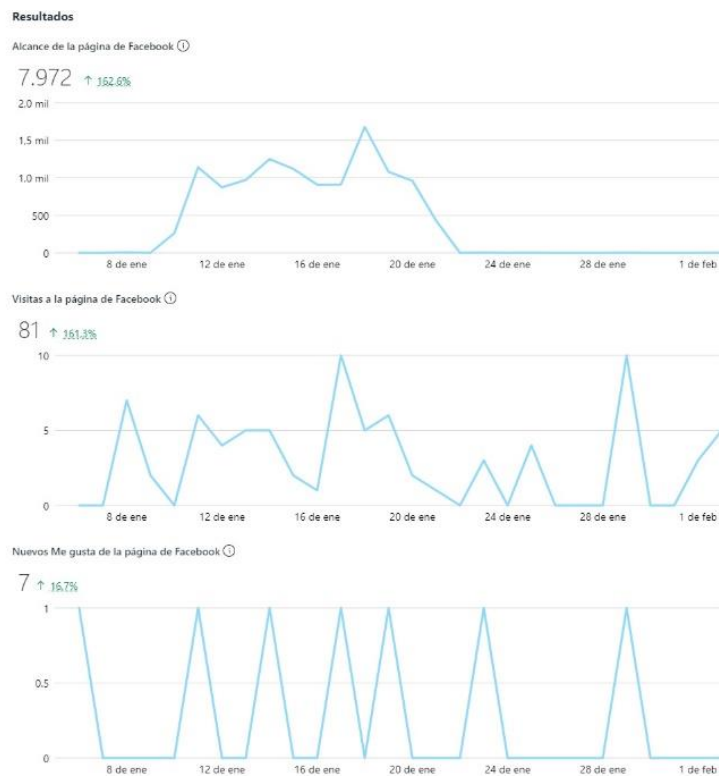


Figura 21. Métricas



## Estrategia 02: Implementación de Materiales Educativos

El instrumento de monitoreo será a través de la usabilidad de las tablets

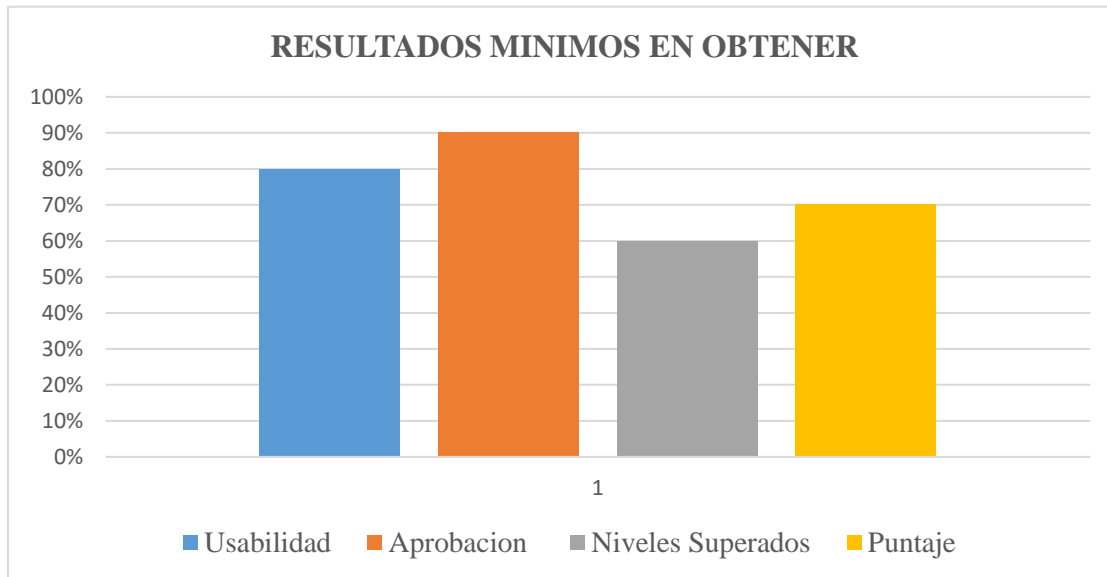
Tabla 41 Monitoreo de la utilización de las tablets

Nombre de los ambientes <sup>(4)</sup>	Área del ambiente (m <sup>2</sup> ) <sup>(5)</sup>	Capacidad <sup>(6)</sup>	Horas operativas semanales <sup>(7)</sup>	Programas de estudios que hacen uso del ambiente <sup>(8)</sup>
Aula 1	50.05	20	20	cuida tu medio ambiente(app) ordenando mi espacio(app)
Aula 2	50.05	20	20	Ordenando mi espacio(app) Cuido mi medio ambiente(aap)
Aula 3	50.77	20	20	Ordenando mi espacio(app) Cuidando mi medio ambiente(app)
Aula 4	52.19	20	20	Aprendiendo a leer (app) Jugando con la matemática(app) Cuido mi medio ambiente(app) Ordenando mi espacio Aprendiendo a leer(app)
Aula 5	54.19	20	20	Jugando con la matemática(app) cuido mi medio ambiente(app) Ordenando mi espacio(app) Aprendiendo a leer (app)
Aula 6	54.19	20	20	Jugando con la matemática(app) Cuido mi medio ambiente(app) Aprendiendo a leer(app) Jugando con la matemática(app)
Aula 7	54.19	20	20	Aprendiendo a leer Cuido mi medio ambiente(app) Ordenando mi espacio(app)

### Estrategia 03: Implementación de Aplicaciones Educativas

**Monitoreo:** Se realizará a través de evaluaciones trimestrales para poder medir la efectividad.

Figura 22. Medición de los resultados mínimos en obtener en Aplicaciones educativas



### Estrategia 04: Plan de capacitación

**Monitoreo:** Para monitorear los resultados obtenidos en el proceso de capacitación la propuesta es un sistema de evaluación que permita visualizar los resultados, en base a ello realizar las medidas correctivas.

Tabla 42 Evaluación de desempeño de la capacitación al docente

<b>EVALUACION DE DESEMPEÑO</b>					
Empresa encargada de la capacitación: Escuela de profesores del Perú APP					
Desempeño en función: durante y después de la capacitación					
	Optimo	Bueno	Regular	Tolerable	Malo
<b>Producto</b>					
Planifica y desarrolla sus clases de manera eficiente	X				
<b>calidad</b>					
Que el desarrollo de las clases cumpla con los estándares de la empresa.		X			
<b>conocimiento del trabajo</b>					
El docente maneja adecuadamente los materiales y sesiones de clases.	X				
<b>cooperación</b>					
El docente trabaja de manera coordinada con sus colegas del mismo eje temático.		X			
<b>características individuales</b>					
El docente es eficiente en el uso de los recursos educativos y pone empeño en el desarrollo de sus clases.			X		
<b>comprensión de las situaciones</b>					
entiende las situaciones complicadas y los toma con cautela, buscando soluciones inmediatas	X				
<b>creatividad</b>					
Idea e innova situaciones de mejora en cada clase, para captar el interés del alumno		X			
<b>capacidad de realización</b>					
Sus ideas son innovadoras y aporta conocimientos para el desarrollo de otros proyectos.		X			

## Definición de los indicadores de desempeños

Tabla 43 Sistema de Monitoreo e indicador de desempeño

Indicador	Estrategia	Definición	Formula	Línea Base	No Logrado	En proceso	Logrado
Efectividad	Capacitación del docente	Permite que los profesores tengan la capacidad de brindar la enseñanza necesaria para el aprendizaje del alumno.	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de profesores capacitados}}{\text{N}^\circ \text{ Total profesores}}$	<b>0.85</b>	<b>50</b>	<b>51 - 85</b>	<b>86 - 100</b>
Captación	Publicidad Radial	Para difundir los spots, promocionando la apertura de matrículas y otros servicios que ofrece.	$\frac{\text{N}^\circ \text{ Clientes nuevos}}{\text{Total de clientes}}$	<b>0.7</b>	<b>50</b>	<b>51 - 70</b>	<b>71 - 100</b>
Posicionamiento	Publicidad por Facebook	Define el nivel de aceptación del público con la marca, logrando interacciones, aumentando el nivel de confianza, empatizando y finalmente lograr aumentar las ventas.	$\frac{(\text{N}^\circ \text{ de likes}) + \text{N}^\circ \text{ de comentarios}}{\text{Seguidores}} * 100$	<b>0.76</b>	<b>50</b>	<b>51 - 70</b>	<b>77 - 100</b>

Tabla 44 Sistema de monitoreo e indicador de desempeño

Indicador	Estrategia	Definición	Formula	Línea Base	No Logrado	En proceso	Logrado
				60	50	50 - 70	71 - 100
Rentabilidad	Publicidad	Esta ratio permite identificar la rentabilidad del negocio en un determinado periodo.	utilidad neta/ ventas	0.05	0.04	0.08	0.10
Retención	Capacitación del docente	La retención consiste en mantener hasta el cierre de un periodo a los alumnos matriculados.	Alumnos que terminan el año escolar / total de alumnos matriculados	0.60	0.50	0.80	1
Recomendación	Capacitación / publicidad	Lograr que los actuales padres de familia de la cuna recomienden matricular a otros niños en la IE	Alumnos recomendados / alumnos nuevos	0.10	0.05	0.20	0.30



## **Conclusiones**

### **Conclusión 1**

La empresa cuna, guardería, jardín “Mi Lupita” está dedicada a la enseñanza educativa, en nivel preescolar; durante sus actividades se constató que no utiliza estrategias publicitarias para mostrar sus servicios al público, impidiendo que la marca resalte en el mercado local.

### **Conclusión 2**

La empresa cuna, guardería, jardín “Mi Lupita” no designa un presupuesto para contratar personal capacitado en marketing digital, que permita a la marca ser reconocida por los clientes, y por aquellos padres de familia que busca un lugar para matricular a sus niños.

### **Conclusión 3**

De acuerdo a las indagaciones realizadas dentro de la institución se observó que no cuentan con aparatos tecnológicos, que permitan a los alumnos desarrollarse en el campo virtual al no contar con el uso de tablets con aplicaciones educativas.

### **Conclusión 4**

La empresa no está desarrollando sistemas o metodologías lúdicas que permitan a los niños a desarrollar habilidades cognitivas para poder aprender y mejorar su aprendizaje.

### **Conclusión 5**

Finalmente, el poco presupuesto asignado en promocionar la marca no permite que desarrolle merchandising, esto genera que no tenga reconocimiento entre los clientes y el público.

## **Recomendaciones**

### **Recomendación 1**

Realizar publicidad en medios digitales a través de la red social de Facebook y página web, que permita al público objetivo a conocer la marca, los servicios y los beneficios que brinda la empresa.

### **Recomendación 2**

El Gerente debe tercerizar el servicio de publicidad, para reducir sus costos y generar beneficios para la empresa, con el fin de poder tener mayor alcance con los padres de familia que cuentan con niños 2 a 5 años de edad y poder ser una alternativa para que se matriculen en la institución.

### **Recomendación 3**

El Gerente debe implementar con materiales tecnológicos para la mejora de la enseñanza, de esta manera diferenciarse y generar marketing de boca a boca, recomendando a otras personas sobre la enseñanza única que se brinda en la cuna, guardería, jardín “Mi Lupita”

### **Recomendación 4**

El Gerente debe de implementar antes del año escolar promociones y descuentos atractivos de pre venta con el fin de captar para nuevos padres de familia que opten por matricular a sus niños.

### **Recomendación 5**

Se debe implementar planes de capacitación para los docentes y administrativos que permitan mejorar las condiciones del servicio educativo y poder crear valor para la empresa y los usuarios.

## Referencias Bibliográficas

- Andina*. (15 de Marzo de 2022). Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-presupuesto-para-educacion-del-2022-se-incremento-8-884869.aspx>
- BCRP*. (15 de Julio de 2022). Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Iquitos/2022/sintesis-loreto-07-2022.pdf>
- Copera Infancia*. (20 de noviembre de 2022). Obtenido de <https://coperainfanciaperu.com/2022/07/20/educacion-inicial-una-oportunidad-para-mejorar-el-desarrollo-infantil/>
- Incore*. (20 de julio de 2022). Obtenido de [https://incoreperu.pe/portal/images/financepress/ediciones/INCORE\\_2022.pdf](https://incoreperu.pe/portal/images/financepress/ediciones/INCORE_2022.pdf)
- Infobae*. (3 de diciembre de 2022). Obtenido de <https://www.infobae.com/america/peru/2022/07/28/educacion-en-el-peru-pandemia-clases-presenciales-y-la-inaccion-de-un-ministerio-ante-una-crisis-grave-en-el-sector/>
- Informe Gerencial SIEN - HIS*. (14 de OCTUBRE de 2021). Obtenido de <https://web.ins.gob.pe/sites/default/files/Archivos/cenan/van/informes/2020/Informe%20Gerencial%20SIEN-HIS%202020%20FINAL.pdf>
- Investing.com*. (6 de septiembre de 2022). Obtenido de <https://es.investing.com/academy/trading/que-es-la-inflacion-tipos/#:~:text=Atendiendo%20a%20la%20intensidad%20de,el%201.000%25%20en%20un%20a%C3%B1o>
- La Vanguardia*. (4 de enero de 2022). Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/vivo/mamas-y-papas/20220104/7965427/peligros-sustancias-toxicas-juguetes-nbs.html>

*Ministerio de Economía y Finanzas.* (18 de Agosto de 2019). Obtenido de

[https://www.gob.pe/institucion/mef/buscador?term=INFORME+MACROECONOMICO+MULTIANUAL&institucion=mef&topic\\_id=&contenido=&sort\\_by=none](https://www.gob.pe/institucion/mef/buscador?term=INFORME+MACROECONOMICO+MULTIANUAL&institucion=mef&topic_id=&contenido=&sort_by=none)

*Ministerio del Ambiente.* (2 de junio de 2022). Obtenido de

<https://www.gob.pe/institucion/minam/noticias/20021-minam-promueve-actividades-de-educacion-ambiental-en-las-escuelas>

*Revista Horizonte.* (8 de Abril de 2022). Obtenido de

<https://revistahorizontes.org/index.php/revistahorizontes/article/view/505/1004>

*Sistema Peruano de Información jurídica.* (28 de febrero de 2021). Obtenido de

[file:///C:/Users/DIANA/Downloads/DECRETO\\_SUPREMO\\_005-2021-MINEDU.pdf](file:///C:/Users/DIANA/Downloads/DECRETO_SUPREMO_005-2021-MINEDU.pdf)

*Tiempos de Negocios.* (15 de Noviembre de 2017). Obtenido de

<https://tiempodenegocios.com/philip-kotler-marketing/>

## ANEXOS

Infraestructura de la institución



Interacción de los niños los padres de



Plana Docente



Visita a la institución educativa



