



**Escuela de Graduados**

**Trabajo final para optar por el título de  
Maestría en Dirección Comercial**

**Business plan para instalar una Franquicia destinada  
al cuidado y desarrollo infantil. Caso GYMBOREE  
2014.**

**Presentado Por:**

**Cilky Dahiana Jerez Jiménez  
2013-1487**

**Asesor:**

**Lenin Pacheco**

**Santo Domingo, D.N  
Diciembre, 2014**

## INDICE

RESUMEN.....	II
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTOS .....	IV
INTRODUCCIÓN .....	1
<b>CAPITULO I</b>	
<b>ENFOQUE TEORICO SOBRE LOS CENTROS DE CUIDADO</b>	
<b>INFANTIL EN SANTO DOMINGO Y LA NECESIDAD DE LA</b>	
<b>ESTIMULACION TEMPRANA.</b>	
1.1 Historia de los programas de cuidado infantil .....	4
1.1.2 Centros de cuidado infantil Kaiser .....	4
1.1.3 Programas modernos de cuidado infantil.....	5
1.2 Historia de CONANI como precursor del cuidado infantil en	
República dominicana. ....	5
1.3 Inicio de las Estancias infantiles .....	8
1.3.1 Primero Conani.....	9
1.3.2 Los IDSS .....	10
1.4 Objetivos de la investigación .....	11
1.4.1 Objetivo General.....	11
1.4.2 Objetivos Específicos .....	12
1.5 Justificación de la investigación.....	12
1.5.1 Teórica .....	12
1.5.2 ¿Qué es la estimulación temprana? .....	13
1.5.3 ¿Por qué recibir estimulación temprana? .....	13
1.5.4 ¿qué áreas comprende la estimulación temprana? .....	14

1.5.5 ¿Cómo se desarrolla el cerebro de los niños en la edad temprana? .....	15
1.5.6 ¿Cómo es el cerebro del niño al nacer? .....	16
1.5.7 ¿Cuándo desarrollamos conexiones?.....	16
1.5.8 ¿Qué ocurre si estas conexiones no se desarrollan lo suficientemente?.....	17
1.5.9 El papel de la estimulación .....	18
1.6 Marco de referencia.....	19
1.6.1 El marco teórico.....	19
1.6.2 Seguridad y tecnología.....	19
1.6.3 Rentabilidad .....	20
1.7 El marco conceptual.....	20

## **CAPITULO II**

### **PLAN DE NEGOCIO Y APERTURA DE FRANQUICIA**

2.1. El plan de negocios .....	23
2.2 Aplicaciones para un plan de negocios .....	24
2.3 Propósito de los planes de negocio .....	25
2.4 Objetivos del plan de negocio.....	26
2.4.1 Factores de fracaso en las nuevas iniciativas.....	28
2.5 Contenido y alcance del plan de negocio .....	31
2.6 Fases de un plan de negocios.....	32
2.6.1 Determinar el plan de acción .....	32
2.6.2 Planeación del negocio.....	32
2.6.3 Preparación .....	32
2.6.4 Activación .....	33
2.7 Pasos para formular un plan de negocios.....	33

2.8 Las Franquicias .....	35
---------------------------	----

### **CAPITULO III**

## **PRESENTACION DE LA FRANQUICIA GYMBOREE Y BUSINESS PLAN PARA LA INTRODUCCION A SANTO DOMINGO ESTE.**

3.1 Presentación de la Empresa Gymboree (franquicia) .....	41
3.1.1 Antecedentes .....	41
3.1.2 Sistema de Franquicias .....	41
3.1.3 Misión, Visión y Valores.....	43
3.1.4 Programa Gymboree .....	44
3.2 Clases y servicios propuestos para la nueva Franquicia .....	44
3.2.1 Definición de clases.....	44
3.2.2 Servicios.....	55
3.3 ¿Por qué Gymboree? .....	59
3.3.1 Somos Líderes Mundiales en Clases para niños .....	59
3.3.2 Somos Expertos en el Desarrollo Infantil Temprano .....	60
3.3.3 Nuestras Sedes son Lugares Seguros para Jugar y Aprender .....	60
3.4 Mercado objetivo (META) .....	60
3.4.1 Necesidades a satisfacer.....	62
3.4.2 Ventajas Competitivas .....	62
3.5 Estudio de la Zona .....	65
3.5.1 Cuantificación del mercado .....	67
3.5.2 Mercado Real .....	69
3.5.3 Segmentación del mercado .....	69

3.5.4 Mercado potencial .....	69
3.6 Competencia Potencial.....	69
3.7 Análisis Foda.....	72
3.8 Marco Estratégico .....	73
3.8.1 Business Plan FRANQUICIA GYMBOREE.....	73
3.8.2 Organigrama .....	79
3.8.3 Presupuesto de apertura franquicia Gymboree para Santo Domingo Este .....	80
3.9 Estándares para centros de Cuidado Infantil .....	82
3.9.1 Ubicación del local.....	82
3.9.2 Área de Juego Exterior .....	83
3.9.3 Diseño Interior .....	83
3.9.4 Actividades Y Precauciones Diarias .....	84
3.9.5 Administración .....	85
3.9.6 Asuntos Financieros .....	89
3.9.7 Estimando Costos .....	93
3.9.8 ¿Debería usted comprar o alquilar?.....	95
3.9.9 Determinando Cuotas de Admisión / matrícula.....	97
3.9.10 Archivos.....	98
 <b>CONCLUSIONES</b> .....	 101
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	103
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	105
<b>ANEXOS</b> .....	107

## LISTA DE TABLAS

TABLA NO.1. Pasos para formular un plan de negocios.....	33
TABLA NO.2. Descripción y capacidad inicial de la franquicia Gymboree en Santo Domingo este.....	80
TABLA NO.3. Gastos iniciales de la franquicia Gymboree en Santo Domingo este.....	80
TABLA NO.4. Gastos mensuales estimados de la franquicia Gymboree en Santo Domingo este.....	81
TABLA NO.5. Ganancias mensuales estimadas de la franquicia Gymboree en Santo Domingo este.....	81

## LISTA DE GRAFICOS

GRÁFICO NO.1. Paquetes de Cumpleaños.....	56
GRÁFICO NO.2. Cuadro 1.1 Población del municipio de Santo Domingo este por sexo. Año 2010.....	65
GRÁFICO NO.3. Cuadro 1.2 Indicadores censales. Año 2010.....	66
GRÁFICO NO.4. Cuadro 1.3 Estadísticas vitales. Año 2010.....	66
GRÁFICO NO.5. Cuadro 2.1 Indicadores de condición de vida. Año 2010.	66
GRÁFICO NO.6. Cuadro 3.1 Indicadores de economía. Año 2010.....	66
GRÁFICO NO.7. Cuadro 3.2 Estructura del mercado laboral por sexo. Año 2010.....	67
GRÁFICO NO.8. Organigrama Empresarial Gymboree.....	79

## RESUMEN

El trabajo expuesto a continuación tiene como objetivo la introducción al mercado de Santo Domingo Este de la franquicia Gymboree, esta es la nueva generación en cuidado infantil unido a la estimulación temprana y desarrollo de los niños. La propuesta se sugiere para desarrollar dentro del mercado de la zona oriental, evocada al público clase media alta que vive en esta zona y carecen de un centro confiable y especializado que brinde este servicio. Este trabajo se realizó tomando como base la metodología de la investigación. En cuanto al producto se especificó ampliamente los aspectos del desarrollo en la estimulación temprana y el programa de la franquicia enfocado al crecimiento mental de cada niño. Se detalló todo lo concerniente a la necesidad que tienen los niños de recibir estos programas, la calidad visualizada en su crecimiento, la garantía de los padres sobre el desempeño de sus pequeños y estudios realizados sobre la franquicia y su metodología. Con la investigación realizada validamos que la zona oriental necesita una franquicia de este tipo, ya que el 40% de su población son nuevas parejas con hijos y ambos trabajan. Las estrategias planteadas se enfocarán en generar ideas y tácticas que permitan poder satisfacer al cliente de los centros de cuidado infantil de la zona, además de crear relaciones que permitan tener un apego emocional con la franquicia Gymboree propuesta, para que la misma pueda crecer y desarrollarse en el mercado de Santo Domingo Este.

## DEDICATORIA

Gracias por estar a mi lado desde el primer cuatrimestre que me encamine hacia esta maestría, porque fuiste un niño bueno y maduro desde la barriga, por no darme tormentos en nuestro proceso de gestación y mucho menos cuando llegaste al mundo. Por ser mi pedacito de cielo en un indefenso bebe, superando el que mami te dejara con una semana de nacido. Por aguantar mis noches de estudio y hacerte independiente. A ti te Dedico este trabajo, junto a mí desde el principio y hasta el final dándome la fuerza para continuar y no desmayar. Te Amo Noah

También dedico y doy gracias por este trabajo a Dios por todas las bendiciones que me muestra cada día por la fortaleza que me aportó para culminar con éxito esta jornada.

A mi esposo Eddy Hernandez por apoyarme y hacerse cargo sin reproches de nuestro Noah mientras yo estudiaba. Te Amo.

A mi familia que siempre me apoyo sin límites, en especial a mami mi compañera fiel. Las Anas que cuidaban su sobrino estando pendiente siempre, a mi Papi que nunca dudo de mí para desarrollar esta etapa. Gracias por juntos ser mi fortaleza.

A todos mis compañeros de la maestría, gracias le doy a Dios por conocerlos y llegar hasta el final, juntos. Los Adoro.

A mi Asesor Lenin, gracias por formar parte de este proceso y ayudarme a culminar este camino.

A mis compañeras de trabajo que aguantaron cada ocurrencia y cuento nuevo transportado desde el master, Diandra, Aimé, Elena, Miledys, Elaine, Yesenia, Madelin, Ruth, Ylia, Heidy, en especial a Grace, Erika y Nicky que me ayudaron hacer algunas tareas, keiry mi compañera de master.

A mi Jefa Marcia Rincon, gracias por apoyarme y ser parte de ese empuje que necesite para inscribirme.

Cilky Jerez

## **AGRADECIMIENTOS**

A ergotec y su presidente Doña Virginia, mi segunda familia. Gracias por apoyarme y regalarme los sábados de estos dos años para estudiar. Esto es creer en su gente y aportar para su crecimiento, estoy en deuda por tanto.

A GYMBOREE Naco, por aportarme sus conocimientos y brindarme apoyo para el estudio de esta franquicia, gracias Pamela y Luis.

A la Mescyt por la beca brindada, es una muestra de que el esfuerzo en República Dominicana se retribuye en justa medida.

A Conani, por desarrollar las estancias infantiles y hacer que nosotros los preocupados de los niños tengamos más claro el proceso en República Dominicana.

Cilky Jerez

## INTRODUCCIÓN

“Cuando un cliente se acerca, nuestro trabajo es satisfacer su necesidad”, esto con el objetivo de establecer lealtad con ellos y ayudarnos a fidelizarlos. Nuestra propuesta de franquicia busca esa unión con el cliente, estar abierto a resolver los problemas, evitar un no lo sé, anticiparse a las necesidades y dar la mejor impresión a cada cliente que nos visita. Ofreceríamos un servicio costoso, el cliente sabe el valor que tiene la marca y lo que representaría para ellos poder tener sus hijos bajo estas enseñanzas y cuidado.

Este siglo, se caracteriza por el cambio acelerado que estamos viviendo a nivel general, hemos pasado de la era de la información a la era de la conexión; donde los límites y la distancia, ya no son un obstáculo para los usuarios, esto implica que las empresas tienen que ser cada vez más competitivas, estratégicas e innovadoras para mantenerse en el mercado siendo rentables; ya que la función principal de las organizaciones es hacer negocios. Las madres hoy día deben trabajar en conjunto con el esposo para mantener el hogar, el costo de la vida se incrementa y tenemos más mujeres desarrollándose y aportándole en gran medida a la sociedad. Es el mismo trabajo que hace que las parejas necesiten un espacio confiable donde dejar sus hijos mientras ellos trabajan. Los gustos, preferencias, exigencias y necesidades de los consumidores están en continuo cambio ya que cada día es más fácil obtener todo de un determinado producto, es necesario diversificarnos y entender que mientras más confiados están los clientes mayores serán los beneficios obtenidos. La franquicia es una decisión valiente para crear un negocio, ya que tenemos el aval de renombre y la experiencia, más asesoría que necesitamos para comenzar.

Los centros de cuidado infantil en República Dominicana se caracterizan por ser tradicionales que no avanzan a la par con los centros

internacionales, es por esto que al considerar una franquicia como negocio propio se debe trabajar duro para obtener los resultados deseados, ya que al adquirirla, no se desarrolla de la noche a la mañana. Las utilidades por arte de magia, no existen, en el mundo actual los nuevos modelos de negocios han crecido de manera importante, junto con la competencia y la gran diversidad en el mercado. Por eso una buena opción de negocio sería la franquicia, ya que mediante la comercialización de bienes y servicios, se puede ampliar la expansión territorial de una marca, para tener mayor posicionamiento en el mercado e incluso esto ayuda a la marca para ser conocida en mayores territorios. Son más las ventajas que las desventajas que existen para obtener una franquicia y sin duda es una muy buena opción para comenzar un negocio.

Por lo tanto, surge la necesidad en Santo Domingo este de adquirir una franquicia de renombre, con experiencia y calidad como lo es Gymboree, donde los gustos y preferencias de la clase media alta de esta zona se verán saciados. Se realizó una investigación de campo que pudiera dar las respuestas a las necesidades educativas para menores de 6 años existentes en esta zona y sin lugar a dudas la fidelidad a una marca es importante en un 90% para los clientes de la zona oriental. Esta propuesta ha sido soportada en cuanto al estudio de mercado, cantidad de población más el producto y conocimiento necesitado en esta zona. La estructura de la franquicia y su itinerario están desglosados en el trabajo.

La propuesta está estructurada en secciones o capítulos, iniciando el capítulo I con el enfoque teórico sobre los centros de cuidado infantil en Santo Domingo y las necesidades de la estimulación temprana, el capítulo II trata lo concerniente al plan de negocios y las franquicias. El capítulo III se enfoca en la presentación de la empresa y el Business plan para la introducción a Santo Domingo este, zona oriental.

**CAPITULO I**

**ENFOQUE TEORICO SOBRE LOS CENTROS DE  
CUIDADO INFANTIL EN SANTO DOMINGO Y LA  
NECESIDAD DE LA ESTIMULACION TEMPRANA.**

## **1.1 Historia de los programas de cuidado infantil**

Los programas de cuidado infantil, a menudo llamados "guardería", comenzaron en los Estados Unidos en el siglo 19. El primer centro estadounidense de cuidado de niños estaba en Boston. Estos programas fueron patrocinados por el gobierno durante la Gran Depresión y la Segunda Guerra Mundial. Kaiser Corporation fue la primera empresa privada en patrocinar centros de cuidado infantil. El patrocinio privado de estos programas es común hoy en día.

Estos programas se originaron con los movimientos de bienestar y reforma del siglo 19. Los centros de cuidado diurnos de los tiempos modernos evolucionaron directamente de las "guarderías" que comenzaron en la década de 1840 en Boston. Estos primeros viveros se hicieron cargo de los hijos de las viudas y las esposas que trabajaban. La mayoría de las familias involucradas en las guarderías eran parte de un grupo económicamente desfavorecido de marinos mercantes.

Durante la Gran Depresión, la guardería fue patrocinada por el gobierno federal de los Estados Unidos. La razón de la participación federal fue para ayudar a los adultos desempleados a encontrar trabajo. Durante la Segunda Guerra Mundial, el gobierno federal patrocinó 400.000 niños en edad preescolar que asistieron a guarderías para que sus madres pudieran trabajar para producir materiales de guerra. Después de la guerra, el gobierno retiró su apoyo a los programas de cuidado diurno y aconsejó a las mujeres a volver a casa.

### **1.1.2 Centros de cuidado infantil Kaiser**

Además del patrocinio del gobierno del cuidado de niños durante la Segunda Guerra Mundial, comenzó un programa de cuidado infantil único en

1943 en Portland, Oregon. Henry Kaiser creó centros de cuidado infantil en las entradas de sus dos astilleros. Sus centros eran las guarderías más grandes del mundo durante ese tiempo. Construyó los centros con la intención de disminuir la tasa de absentismo entre las madres trabajadoras empleadas en sus astilleros. Los centros ofrecieron comida caliente a las madres para llevar a casa y tenían enfermeras en el lugar. El costo del cuidado de los niños fue compartido por la corporación Kaiser y los padres.

El centro Kaiser cerró después de la guerra. Sus centros han servido de inspiración para otras empresas que ofrecen en el lugar centros de cuidado infantil. Por ejemplo, Stride-Rite Corporation inició su centro de cuidado infantil en el año 1971. Stride-Rite ahora patrocina un "centro intergeneracional", que sirve tanto a niños como a ancianos.

### **1.1.3 Programas modernos de cuidado infantil**

Las empresas siguen ayudando a proporcionar programas de cuidado infantil y servicios. Por ejemplo, Levi Strauss subvenciona centros de cuidado infantil para familias de bajos ingresos y ofrece subvenciones para mejorar la calidad de los programas comunitarios de cuidado de niños. Los socios de American Business Collaboration con AT&T apoyan programas que mejoran los dos centros infantiles estatales y locales de atención. Grupos como el Fondo para la Defensa de los Niños, la Asociación Internacional para la Educación de la Niñez y la Asociación Nacional para la Educación de Niños Pequeños también apoyan programas para mejorar el cuidado de los niños. (ehowenespanol, 2010).

En igual medida Conani en República Dominicana está desarrollando estancias de cuidado infantil, aperturando mas centros para este año 2014.

## **1.2 Historia de CONANI como precursor del cuidado infantil en República Dominicana.**

La decisión de crear un organismo gubernamental que proteja a los Niños y a las Niñas Dominicanos, emerge de la situación económica, social, educacional y de salud por la que atravesaba la Niñez en ese entonces. El Estado Dominicano sin evadir esta situación creó, por intervención del Poder Ejecutivo, mediante el decreto No. 426, el 23 de noviembre del 1978, el Consejo Nacional para la Niñez (CONANI), con el objetivo de asumir el diseño de una política de Estado coherente y que sus acciones concretas eludieran toda improvisación.

Inicialmente Conani asumió la función de promocionar el bienestar infantil, investigar sobre las diferentes temáticas que afectaban a la niñez, recomendar políticas de acción al Poder Ejecutivo y prestar servicios a los niños, niñas y adolescentes. Para lograr con eficiencia sus acciones el CONANI estableció una estructura organizativa que contaba con un directorio, el mismo estuvo integrado por una Presidenta, un Vicepresidente, un Secretario General y dos miembros, designados por el Presidente de la República. De la misma dependería la estructura general y administrativa para ofrecer soporte técnico al quehacer de los programas y departamentos. A nivel Operativo, la Dirección Ejecutiva asumió la responsabilidad de impulsar las acciones tendentes a cumplir la misión del CONANI. El CONANI desarrolló dos programas de atención directa, CIANI (Centro Infantil de Atención Integral) y PASN (Programa Ayúdame a ser Niño), y dos programas de apoyo, Salud - Nutrición, y Educación Masiva.

Las actividades educativas de los CIANI empezaron a apoyar el desarrollo intelectual, emocional y psico-motor de la población Infantil dirigida a niños y niñas de 3 a 6 años de edad, garantizando un personal

multidisciplinario ideal para la atención de la Niñez. Trabajando en el país desde la denominación educación pre-escolar, como complemento los CIANI fueron pioneros en el seguimiento de la situación de salud de la Niñez, originando la articulación con la Secretaría de Estado de Salud Pública y Asistencia Social (SESPAS). El “Programa Ayúdame a ser Niño” (PASN) dirigido a la población que comprende a niños y adolescentes de 7 a 16 años de edad, dentro de sus objetivos principales estuvo la de detectar a los niños, niñas y adolescentes que deambulaban en las calles, estos se llevaban a una unidad de servicios múltiples (salud, educación, psicología y trabajo social), al mismo tiempo concientizaban a los padres promoviendo la atención y el cuidado de los niños, niñas y adolescentes.

Toda esta visión de atención integral se realizó exitosamente siguiendo el compromiso inicial de su Fundadora Doña ReneeKlang Vda. Guzmán, y expresado en el Decreto 426 en el artículo 1 donde planteaba como objetivo principal “la promoción del bienestar de los niños, dentro de un plan general de desarrollo del país, mediante el estudio, la coordinación, la eventual ejecución y el apoyo a los proyectos y programa que beneficien a la niñez”. La iniciativa de los CIANI y PASN, fueron una respuesta a demandas sociales consideradas en ese entonces impostergables. En función de la rica experiencia institucional y como seguimiento a las acciones del Consejo Nacional para la Niñez se realizaron varios seminarios, uno de ellos sobre formulación de políticas para la niñez, el mismo surgió como consecuencia del aprendizaje que había proporcionado el trabajo directo con los niños. A raíz del mismo se elaboraron guías de trabajo y documentos de planificación para darle continuidad a la labor que habían emprendido un conjunto de instituciones que trabajaban por el bienestar de los niños y las niñas.

Más adelante fue aprobada La Convención sobre los Derechos del Niño, en 1989, por la Asamblea General de las Naciones Unidas. Dos años

después fue ratificada por el Estado Dominicano, esto facilitó la orientación de las políticas nacionales hacia la construcción de un Sistema de Protección y Garantía de los Derechos de los Niños, Niñas y Adolescentes. La ratificación de la Convención comprometió a los Estados partes a adoptar medidas educativas, administrativas, de movilización social y normativa encaminadas a la divulgación y aplicación de su contenido. Desde entonces se inició una nueva época en la historia de la infancia dominicana, cancelándose definitivamente la imagen del “menor” como sujeto de la “compasión – represión” y convirtiéndose en niños, niñas y adolescentes como sujeto de derechos. Dando continuidad a ese compromiso, en 1994, República Dominicana promulgó la Ley 14-94 que creó el Código para la protección del menor, con el cual se inició el proceso de adecuación del marco jurídico a los requerimientos de la convención. La Ley 14-94 entró en vigencia el mes de enero del 1995, introduciendo importantes cambios en las formas en que los individuos, las familias, las instituciones y el sistema de justicia debían de relacionar con la infancia y adolescencia.

En el artículo 320 de la referida Ley se creó el Organismo Rector del Sistema de Protección de Niños, Niñas y Adolescentes cuya función principal es: Formular y ejecutar las políticas nacionales de protección y asistencia a los niños, niñas y adolescentes. Aunque la Ley 14-94 fue un avance significativo en materia de niñez hubo aspectos que se dejaron de contemplar para su total y eficiente aplicación, esto trajo como consecuencia que, el 26 de abril del 2001, se realizara un Consejo de Gobierno a favor de la infancia y la adolescencia y se elaborara una propuesta de reforma a la ley 14-94 Código para la Protección del Menor. (conani, 2012).

### **1.3 Inicio de las Estancias infantiles**

Las estancias infantiles se han convertido en una alternativa económica, de salud y educación integral para las familias de escasos recursos de las zonas urbanas, suburbanas y rurales.

También son una oportunidad para las madres solteras y las jefas de hogares, quienes gracias a estos establecimientos han logrado salir de la vulnerabilidad. Y no es todo, para cientos de niños ha sido el brazo protector que los salvó de la muerte ayudándolos a superar el estado crónico de desnutrición.

Las estancias evitan que las madres dejen solos a sus hijos pequeños, con vecinos o algún hermano menor.

Así, como una mezcla de sentimientos y disciplina que redundan en calidad y calidez, es calificado el trabajo del personal que trabaja en las estancias infantiles. Los lugares son diseñados y adaptados para acoger a niños desde los 45 días de nacidos hasta cumplir cinco y seis años.

A los dos y tres años los infantes son capaces de demostrar que saben distinguir entre los símbolos patrios y los principales alimentos de la dieta diaria de los dominicanos, como lo hicieron los que alberga la estancia del IDSS ubicada en el sector de Invienda. Las madres no dejan de sorprenderse por el desarrollo educativo.

#### **1.3.1 Primero Conani**

Las primeras estancias formales fueron instaladas hace más de 25 años por el Consejo Nacional de la Niñez (Conani), organismo que cuenta con más de 50 de lo que bautizó como Centros Infantiles de Atención Integral (Ciani) y que están distribuidos en casi todo el país.

Luego, en 1990 el Instituto Dominicano del Seguro Social (IDSS) adopta este modelo como un plan piloto para facilitar la provisión de cuidado y atención infantil a las madres trabajadoras que cotizaban en el organismo.

Fue en 1996 cuando el modelo toma cuerpo y ya tienen 50 de estos centros distribuidos en varias provincias y la capital del país.

Sobre los Ciani, Olga Tejada de Libre, gerente del Programa de Atención Integral del Conani, explica que la labor de los centros no está limitada sólo a proporcionar un lugar a los pequeños para que las madres puedan trabajar, sino que se trata de todo un plan en los que el niño recibe cuidado infantil, alimentación y educación integral (salud, trabajo social, atención médica)

"Se trabaja con la familia y la comunidad, sobre todo las más pobres, donde se hace un estudio socioeconómico y se evalúa si realmente se necesita de un Ciani".

Entre los aspectos que se toman en cuenta están si los niños están en alto riesgo, pues a veces no sólo cuenta la parte económica, sino que las madres trabajan como domésticas y se ven en la obligación de dejarlo con un hermano o una vecina.

Los niños asisten de 8:00 de la mañana a 5:00 de la tarde. Antes de la admisión del pequeño, además de la evaluación socioeconómica, se hace un examen médico, nutricional y cuando se determina falta o sobrepeso, se les somete a un tratamiento personalizado que requiere de la colaboración de la madre para que pueda funcionar.

Cuando la madre no trabaja, el organismo las prepara y ayuda a que consigan un oficio y en ocasiones acaban de empleadas dentro de los Cianis. En el aspecto económico, asegura Tejada Libre, no tienen premuras porque van abarcando hasta donde puedan.

### 1.3.2 Los IDSS

Contrario a los del Conani, estos establecimientos requieren de recursos por lo que cada familia debe aportar una cuota mensual de RD\$500.

Liliam Rodríguez, administradora de las estancias del IDSS, muestra su orgullo por la asistencia integral que pueden dar a más de 5,000 niños que asisten a los 50 centros en que casi todo el país.

Aunque las familias paguen un aporte estos centros están faltando material gastable, mobiliario, sábanas, toallas, juegos didácticos y de patio, ventiladores de aire, estufas, closets, despensa e inversores y televisores en algunos centros.

En estos centros la hora de atención es entre 6:00 y 6:30 de la mañana hasta las 5:30 y 6:00 de la tarde. Un personal integrado por enfermeras, educadoras y de auxilio dividido en dos horarios se encarga del cuidado, la alimentación y salud de los pequeños. Los lugares varían de tamaño de acuerdo con la demanda de cada comunidad.

La intención del IDSS, de acuerdo con Rodríguez, es dar mayor beneficio a las madres trabajadoras, pero también al personal que labora en ellos y al funcionamiento del propio centro. Un ejemplo es la estancia que funciona en Guaricanos, en Santo Domingo Norte, donde se atienden a 50 niños con edades entre dos meses y cuatro años.

Allí tienen dos habitaciones con colchones en el piso, uno para que los bebés puedan dormir la siesta y otra para colocar a los mayorcitos. En uno de los murales hay un letrero en los que se informa que están en búsqueda de un local más amplio.

([http://www.diariolibre.com/noticias/2008/02/11/i4801\\_estancias-infantiles-una-opcin-integral-para-miles-nios.html](http://www.diariolibre.com/noticias/2008/02/11/i4801_estancias-infantiles-una-opcin-integral-para-miles-nios.html), 2008)

## **1.4 Objetivos de la investigación**

### **1.4.1 Objetivo General**

Proponer y Diseñar la apertura de una Franquicia Gymboree en Santo Domingo este para clientes comprometidos, que garantice la estimulación temprana a niños menores de 6 años.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Definir el plan de negocio para la propuesta Gymboree en el mercado meta de Santo Domingo este.
- Considerar estudio de mercado en la zona propuesta.
- Desarrollar la estrategia para la captación de clientes importantes con la finalidad de obtener mejores ganancias en beneficio de la empresa.

## **1.5 Justificación de la investigación**

(Innata, 2005 - 2014)

### **1.5.1 Teórica**

El desarrollo infantil consiste en una sucesión de etapas o fases en las que se dan una serie de cambios físicos y psicológicos, que van a implicar el crecimiento del niño. El desarrollo infantil va a tener una serie de pautas que podrían denominarse generales, para una cultura y momento socio histórico dado. Según la sociedad en la cual se sitúa un niño y su familia, habrá cierto desarrollo esperado para un niño de determinada edad.

El desarrollo infantil se puede describir por un lado como un crecimiento y desarrollo afectivo o emocional y por otro un desarrollo y crecimiento cognitivo - biológico. Ambos tipos de crecimiento van a influenciarse el uno con el otro y van a tener un desarrollo que no es lineal, sino que se basa en crisis, períodos de evolución y regresión.

Si bien cada niño va a tener un desarrollo particular pautado por: Su ambiente, su familia, la cultura en la cual se desarrolla y los aspectos biológicos. Desde el punto de vista afectivo, en general, se puede decir que la madurez del niño va a estar determinada por la cada vez mayor independencia de los padres. En relación al aspecto cognitivo, se puede decir que el niño va a tener un avance en relación a los niveles de abstracción, que vaya logrando en su desarrollo. Por ejemplo, desde el punto de vista lógico – matemático, e este sentido el niño va a partir desde niveles concretos hacia niveles de abstracción más avanzados.

Lo básico para un desarrollo normal del niño es que exista una base biológica normal y un ambiente favorecedor y estimulante de las capacidades potenciales a desarrollar. Sin embargo, las contingencias familiares, socio histórico y cultural van a determinar las características del desarrollo infantil.

### **1.5.2 ¿Qué es la estimulación temprana?**

La estimulación temprana es el conjunto de medios, técnicas, y actividades con base científica y aplicada en forma sistémica y secuencial que se emplea en niños desde su nacimiento hasta los seis años, con el objetivo de desarrollar al máximo sus capacidades cognitivas, físicas y psíquicas, permite también, evitar estados no deseados en el desarrollo y ayudar a los padres, con eficacia y autonomía, en el cuidado y desarrollo del infante. (Terré, 2002)

### **1.5.3 ¿Por qué recibir estimulación temprana?**

Durante esta etapa se perfecciona la actividad de todos los órganos de los sentidos, en especial, los relacionados con la percepción visual y auditiva del niño, esto le permitirá reconocer y diferenciar colores, formas y sonidos. Por otro lado, los procesos psíquicos y las actividades que se forman en el niño durante esta etapa constituyen habilidades que resultarán imprescindibles en su vida posterior.

La etapa de 0-3 años de vida del niño establece particularidades en el desarrollo:

- Se caracteriza por su ritmo acelerado del desarrollo del organismo.
- Interrelación entre el estado de salud, el desarrollo físico y psico-nervioso del niño.
- Alto grado de orientación con el medio.
- Desarrollo de estados emocionales.
- Papel rector del adulto en el proceso del desarrollo.

La estimulación temprana busca estimular al niño de manera oportuna, el objetivo no es desarrollar niños precoces, ni adelantarlos en su desarrollo natural, sino ofrecerle una gama de experiencias que le permitirán formar las bases para la adquisición de futuros aprendizajes.

### **1.5.4 ¿Qué Áreas Comprende La Estimulación Temprana?**

Para favorecer el óptimo desarrollo del niño, las actividades de estimulación se enfocan en cuatro áreas: área cognitiva, motriz, lenguaje y socioemocional.

### Área cognitiva:

Le permitirá al niño comprender, relacionar, adaptarse a nuevas situaciones, haciendo uso del pensamiento y la interacción directa con los objetos y el mundo que lo rodea. Para desarrollar esta área el niño necesita de experiencias, así el niño podrá desarrollar sus niveles de pensamiento, su capacidad de razonar, poner atención, seguir instrucciones y reaccionar de forma rápida ante diversas situaciones.

### Área Motriz:

Esta área está relacionada con la habilidad para moverse y desplazarse, permitiendo al niño tomar contacto con el mundo. También comprende la coordinación entre lo que se ve y lo que se toca, lo que lo hace capaz de tomar los objetos con los dedos, pintar, dibujar, hacer nudos, etc. Para desarrollar esta área es necesario dejar al niño tocar, manipular e incluso llevarse a la boca lo que ve, permitir que explore pero sin dejar de establecer límites frente a posibles riesgos.

### Área de lenguaje:

Está referida a las habilidades que le permitirán al niño comunicarse con su entorno y abarca tres aspectos: La capacidad comprensiva, expresiva y gestual.

### Área Socio-emocional:

Esta área incluye las experiencias afectivas y la socialización del niño, que le permitirá querido y seguro, capaz de relacionarse con otros de acuerdo a normas comunes. Para el adecuado desarrollo de esta área es primordial la participación de los padres o cuidadores como primeros generadores de vínculos afectivos, es importante brindarles seguridad, cuidado, atención y amor, además de servir de referencia o ejemplo pues

aprenderán cómo comportarse frente a otros, cómo relacionarse, en conclusión, cómo ser persona en una sociedad determinada.

### **1.5.5 ¿Cómo se desarrolla el cerebro de los niños en la edad temprana?**

Investigaciones afirman que el cerebro evoluciona de manera sorprendente en los primeros años de vida y es el momento en el que hace más eficaz el aprendizaje, esto porque el cerebro tiene mayor plasticidad, es decir que se establecen conexiones entre neuronas con mayor facilidad y eficacia, esto proceso se presenta aproximadamente hasta los seis años de edad, a partir de entonces, algunos circuitos neuronales se atrofian y otros se regeneran, por ello el objetivo de la estimulación temprana es conseguir el mayor número de conexiones neuronales haciendo que éstos circuitos se regenere y sigan funcionando.

Para desarrollar la inteligencia, el cerebro necesita de información. Los bebés reciben información de diversos estímulos a través de los sentidos, lo hacen día y noche; si estos estímulos son escasos o de pobre calidad, el cerebro tardará en desarrollar sus capacidades o lo hará de manera inadecuada, por el contrario al recibir una estimulación oportuna el infante podrá adquirir niveles cerebrales superiores y lograr un óptimo desarrollo intelectual. Así por ejemplo, al escuchar la voz de su madre, percibir el olor del biberón o recibir una caricia: se produce una catarsis eléctrica que recorre su cerebro, para despertar conexiones neuronales aún dormidas (desconocido, 2014)

### **1.5.6 ¿Cómo es el cerebro del niño al nacer?**

El proceso de desarrollo cerebral comienza a los pocos días de la concepción, es decir, las neuronas comienzan a proliferar mucho antes del

nacimiento. Así, en la etapa fetal se han establecido conexiones que permiten la regulación de procesos vitales como la respiración, la digestión, circulación, etc. Después de nacer existen unos 100.000 millones de células en el cerebro pero la mayor parte no están conectadas entre sí y no pueden funcionar por cuenta propia. Deben organizarse en forma de redes formadas por billones de conexiones y sinapsis que las unen.

Este proceso está influido poderosamente por factores medio ambientales, incluyendo entre ellos la nutrición, el cuidado, el afecto y la estimulación individual y en general, todos los estímulos sensoriales.

### **1.5.7 ¿Cuándo desarrollamos conexiones?**

Cuando se toca, sostiene, mira, mece, habla, lee y canta al bebé o niño pequeño, se están desarrollando conexiones en el cerebro que formarán los cimientos básicos sobre cómo se siente acerca de sí mismo y cómo se relaciona con otros y con el mundo en su alrededor.

De 0 a 3 años de edad: una etapa clave para el futuro La etapa de 0 a 3 años, es considerada el periodo crítico o el periodo de oportunidades para toda persona, ya que el cerebro no sólo es especialmente receptivo de información, sino que además necesita de ella para lograr las apropiadas conexiones neuronales. Los estímulos emocionales, afectivos, verbales, visuales y auditivos orientan y conducen el complejo proceso de interconexión de neuronas, que posteriormente va a permitir un aprendizaje normal. Es un periodo en el cual se adquiere con mayor facilidad los distintos tipos de conocimientos y habilidades y por lo tanto la base de los diferentes tipos de competencias con que las personas podrán desarrollarse durante la vida. Así por ejemplo, el entrenamiento de la habilidad musical desarrollada durante los primeros períodos de la vida, que se traduce en una mayor

actividad en la región cortical somato sensorial, deja grabaciones cerebrales que van a facilitar perfeccionamientos posteriores. Durante este periodo se establece la mayor parte de las sinapsis y luego se mantienen más o menos estables hasta los 10 años de vida, para posteriormente decrecer. Así, durante los primeros años el cerebro aparece extraordinariamente denso, con dos veces más sinapsis que las que eventualmente podría necesitar más adelante.

Durante los primeros años de edad, se establecen dos veces más conexiones sinápticas que en la etapa adulta.

### **1.5.8 ¿Qué ocurre si estas conexiones no se desarrollan lo suficientemente?**

Si las sinapsis se utilizan repetidamente en la vida del niño, se refuerzan y forman parte del entramado permanente del cerebro. Si no son usadas repetida o suficientemente, estas son eliminadas en un proceso denominado "poda" cerebral.

Este proceso es en gran medida determinado por la cantidad y la calidad de los estímulos otorgados por la experiencia ambiental. Si el ambiente en que vive el niño no brinda las condiciones óptimas para su desarrollo (nutrición, estimulación sensorial, salud de la madre, apego madre/hijo, etc.) no se reforzarán ni la cantidad ni el tipo de vías neuronales adecuadas, y por ende, la poda neuronal será mayor y más perjudicial para el desarrollo saludable del niño. La carencia de estos estímulos, inhibe el desarrollo de dendritas de las neuronas, dejando secuelas que posteriormente dificultarán el proceso de aprendizaje. A mejor ambiente, mayor cantidad y calidad de las vías neuronales conservadas para el futuro, y menor número y calidad de neuronas eliminadas.

### **1.5.9 El papel de la estimulación**

La estimulación que se recibe del medio ambiente es la que condiciona el desarrollo general del cerebro, a partir de los o "circuitos o redes neuronales". Las funciones cerebrales, se basan fundamentalmente en el rápido y eficiente pasaje de señales de una parte del cerebro a otra, para lo que se necesita una muy bien organizada red neuronal de interconexión. El elemento básico son las células cerebrales (neuronas) y las interconexiones que se establezcan entre ellas (sinapsis). Las dendritas de las neuronas son vitales, no sólo para lograr las interconexiones apropiadas, sino también para la síntesis proteica involucrada en el aprendizaje y la memoria.

Estímulos tempranos para el incremento de conexiones neuronales múltiples: Se deben establecer entornos retadores, tales como impulsar las oportunidades de aprendizaje, las interacciones sociales y las actividades físicas, las cuales son claves para aumentar el crecimiento de conexiones neuronales múltiples.

## **1.6 Marco de Referencia**

### **1.6.1 El marco teórico**

Las franquicias infantiles se convierten cada día en modelos de alto éxito ya que El Negocio de los Niños es inagotable.

En los países Latinos e Hispanos y basado en la idiosincrasia que tenemos arraigada hace que resulte prácticamente imposible dejemos de festejar o entretener a nuestros hijos.

Franquicias Kids es un modelo negocios que reúne diferentes actividades todas relacionadas con el entretenimiento infantil como son un programa de estimulación temprana (por las mañanas lo que resulta de gran beneficio para la mujer moderna que trabaja); un salón de fiestas, un centro de entretenimiento infantil, club de tareas vespertino y un abanico de diversión que convierten a nuestras franquicias el lugar preferido de los niños para entretenerse.

### **1.6.2 Seguridad y tecnología**

Nuestra máxima prioridad es la seguridad de los niños, siguiéndoles la higiene en nuestros centros de entretenimiento y la excelencia en todos los servicios que ofrecemos.

Contamos siempre con la tecnología más avanzada tanto en el área de entretenimiento infantil como en lo que respecta a los sistemas (software) por medio de las computadoras de tal forma que nuestros franquiciatarios en tiempo real pueden conocer sus ingresos cuántos niños han entrado al centro de entretenimiento y a la estancia infantil o alguna fiesta e inclusive por medio del sistema de video por internet , los franquiciatarios pueden controlar y ver remotamente desde cualquier lugar su negocio lo que se traduce en que no se convierten en esclavas del mismo.

### **1.6.3 Rentabilidad**

Este tipo de negocios resulta muy rentables por la demanda tan grande de los servicios que ofrecen y que en promedio es de un 35% sobre la inversión (rentabilidad que difícilmente se encuentra en cualquier otro tipo de negocio) en resumen es un negocio de muy fácil manejo y de alta rentabilidad. (cosasdelainfancia, 2011).

## 1.7 El marco conceptual

“Todas las necesidades de los consumidores deben ser atendidas, no solo la entrega del producto. Debemos ir más lejos, llegar hasta sus deseos y emociones”. (KOTLER, 2012)

Philip Kotler considerado el padre del Marketing moderno nos propone en su libro Marketing 3.0 (KOTLER, 2012) un nuevo enfoque de llegar al consumidor, la disciplina de los valores. Para este autor el Marketing (moderno) surge como la necesidad de dar respuesta a varios factores que se venían presentando: la tecnología, los problemas generados por la globalización y el interés de las personas por expresar su creatividad, sus valores y su espiritualidad.

Con estas pinceladas de marketing doy apertura al marco conceptual, en este proyecto vemos la estrategia de venta como el arte de anticipar y gestionar los cambios con el propósito de crear ofertas y alianzas que permitan garantizar el futuro de las empresas. Pero no estamos viendo aplicada esta estrategia a la venta general. Los vendedores se constituyen como simples promotores y no validan las necesidades que tienen sus clientes antes de ofrecerles un producto o mobiliario de necesidad.

Las ventas de muebles en oficinas se están desarrollando en un sector que se ha dinamizado para poder competir y se manifiesta con la gran cantidad de competencia, y vemos que los clientes valoran sobre la empresa la capacidad de innovar y entenderlos, la apariencia de sus oficinas se ha convertido en parte muy importante de lo que hoy los usuarios quiere reflejar. Siempre me pregunto. ¿Cómo puedo hacerlo mejor?, tenemos tantas estrategias que se adaptan al mercado. Solo debemos encontrar esa que nos lleve al WAO y haga click con ese que nos mantendrá como suplidor “El Cliente”.

Desde que tenemos modernismo conocemos el Marketing y con él los cambios estructurales (estratégicos) de las empresas. Esta relación nos enfoca en un en el futuro con grandes investigaciones de la tecnología y como se adaptan estas compañías al cliente. (Medina, 2009)

Las estrategias de venta hoy día son el fenómeno que acogen todas las empresas que quieren mantenerse y crecer en el área que se desempeñan. Digo fenómeno porque yo por mi parte estudie Arquitectura y estoy tratando de mantenerme en el mercado aprendiendo de esta rama que entiendo todas las carreras deben manejar. El negocio alcanza ciclos históricos de crecimiento, madurez y decadencia, esto pasa cuando vemos los cambios y solo tratamos de sobrevivir con los milagros sin tener esfuerzos propios.

“El Marketing siempre será algo Dinámico”. (KOTLER, 2012)Explica con esta frase lo interconectado que vivimos y todo el efecto que provocan esas interconexiones en el marketing moderno. Como la tecnología nos da más confianza, ahora somos amigos de clientes que llegan nuevos y en poco tiempo somos compañeros de un mismo proyecto.

## **CAPITULO II**

### **PLAN DE NEGOCIO Y APERTURA DE FRANQUICIA**

## 2.1. El plan de negocios

(Delmar, 2003)

Un plan de negocio es una declaración formal de un conjunto de objetivos de una idea o iniciativa empresarial, que se constituye como una fase de proyección y evaluación. Se emplea internamente por la administración para la planificación de la empresa y complementariamente, es útil para convencer a terceros, tales como bancos o posibles inversores, para que aporten financiación al negocio.

El plan de negocio puede ser una representación comercial del modelo que se seguirá. Reúne la información verbal y gráfica de lo que el negocio es o tendrá que ser. También se lo considera una síntesis de cómo el dueño de un negocio, administrador, o empresario intentará organizar una labor empresarial y llevar a cabo las actividades necesarias y suficientes para que tenga éxito. El plan es una explicación escrita del modelo de negocio de la compañía a ser puesta en marcha.

Usualmente los planes de negocio quedan obsoletos, por lo que una práctica común es su constante renovación y actualización. Una creencia común dentro de los círculos de negocio es sobre el verdadero valor del plan, ya que lo desestiman demasiado, sin embargo se cree que lo más importante es el proceso de planificación, a través del cual el administrador adquiere un mejor entendimiento del negocio y de las opciones disponibles.

El prototipo del plan de negocio es:

1. Tener definido el modelo de negocio y sus acciones estratégicas.
2. Determinar la viabilidad económica - financiera del proyecto empresarial.
3. Definir la imagen general de la empresa ante terceras personas.

A diferencia de un Proyecto de Inversión, que ha sido un documento típico del análisis económico-financiero típico de la última parte del siglo XX,

el plan de negocios está menos centrado en los aspectos cuantitativos e ingenieriles, aunque los contiene, y está más focalizado en las cuestiones estratégicas del nuevo emprendimiento, como una forma de asegurar su consistencia.

*“Los planes de negocio son claves para convencer de las virtudes de un nuevo proyecto a inversores, entidades financieras y Administraciones Públicas”.*

## **2.2 Aplicaciones para un plan de negocios**

Las principales aplicaciones que presenta un plan de negocio son las siguientes:

- Constituye una herramienta de gran utilidad para el propio equipo de promotores ya que permite detectar errores y planificar adecuadamente la puesta en marcha del negocio con anterioridad al comienzo de la inversión.
- Facilita la obtención de la financiación bancaria, ya que contiene la previsión de estados económicos y financieros del negocio e informa adecuadamente sobre su viabilidad y solvencia.
- Facilita la negociación con proveedores.
- Captación de nuevos socios o colaboradores.
- Definir diversas etapas que faciliten la medición de sus resultados.
- Establecer metas a corto y mediano plazos.
- Definir con claridad los resultados finales esperados.
- Establecer criterios de medición para saber cuáles son sus logros.
- Identificar posibles oportunidades para aprovecharlas en su aplicación.
- Involucrar en su elaboración a los ejecutivos que vayan a participar en su aplicación.

- Nombrar un coordinador o responsable de su aplicación.
- Prever las dificultades que puedan presentarse y las posibles medidas correctivas.
- Tener programas para su realización.
- Ser claro, conciso e informativo.

## **2.3 Propósito de los planes de negocio**

(Consulting, 2006)

Los planes de negocio tienen tres finalidades. La primera es planificar las acciones ante una oportunidad y evaluar su viabilidad.

La segunda es justificar y comunicar el proyecto a personas u organizaciones que puedan aportar fondos. Y la tercera es establecer sus objetivos e hitos de desarrollo.

Elaborar un plan de negocio es un ejercicio valioso que da a su promotor la oportunidad de realizar una reflexión estratégica sobre el proyecto. Esto permite considerar aspectos relevantes para su éxito futuro como:

- Analizar la industria y el mercado.
- Definir las acciones, recursos y organización necesarios.
- Anticipar y prevenir los obstáculos y riesgos.
- Establecer objetivos para evaluar el progreso del proyecto.
- Simular el impacto financiero de las acciones y recursos utilizados para valorar la viabilidad de la empresa.

Asimismo, el plan de negocio es un elemento esencial para comunicar y conseguir fondos para dicho proyecto, ya se trate de capital que proceda

de inversores, de créditos de entidades financieras o de subvenciones, créditos blandos o inversiones por parte de entidades públicas de promoción económica.

Cuando el plan de negocio sirve para captar recursos, se convierte en un compromiso respecto al cual los inversores y acreedores del proyecto comprometerán los fondos y evaluarán al propio proyecto. Además, se convierte en un punto de referencia para las valoraciones de la empresa y las negociaciones para la entrada en el capital.

El plan de negocio no sólo comunica con detalle cómo el promotor piensa actuar para aprovechar la oportunidad. También refleja su nivel de comprensión del mercado, las operaciones, las necesidades de recursos y los retos, además de la calidad de su pensamiento y su creatividad.

## **2.4 Objetivos del plan de negocio**

(<http://pyme.lavoztx.com>, 2014)

**Mantenerlo:** Un plan de negocio contiene toda la información del producto, mano de obra y estimaciones financieras y tus planes para el futuro. Al querer hacer crecer tu negocio, debes consultar a tu plan de negocio, de acuerdo con la Administración de Pequeños Negocios. Cuando decides hacer cambios en tu negocio, estos cambios deben reflejarse en tu plan de negocio. Cuando haces cambios a tu plan de negocios, se llega a ver cómo los cambios propuestos afectarán a tu negocio. Tu plan de negocios te recuerda por qué comenzó tu negocio en el primer lugar, tus objetivos originales de negocio y cómo los cambios afectarán a tu visión original.

**Asegurar la financiación:** Cuando inicias tu negocio, e incluso cuando tu negocio se mueve con el tiempo, constantemente tendrás que preocuparte por la financiación de tu negocio. Las preocupaciones financieras comienzan

con los costos de puesta en marcha y continúan con la expansión del negocio y el desarrollo de nuevos productos. Al buscar financiación externa, una de las primeras cosas que el inversor quiere ver es tu plan de negocios, según Inc.com. Los inversores privados, bancos o cualquier otra institución prestamista querrá ver cómo va en tu negocio, lo que es tu gasto y las proyecciones de ingresos y si tus planes para el futuro son alcanzables con la empresa. Todo esto puede ser respondido por un plan de negocios bien escrito y completo.

**Alimentando ambiciones:** Comenzar tu propio negocio puede parecer una tarea desalentadora si nunca lo has hecho antes. Cuando analizas tu negocio en un plan de negocios, puede motivarte, ya que presenta el negocio de una manera organizada, de acuerdo con la Universidad de Colorado. Al pasar el tiempo para esbozar tu negocio en detalle, se empieza a entender lo que se necesita para conseguir tu sueño de la tierra. Seguir un plan de negocios puede ayudarte a trazar el crecimiento de tu empresa y te dará confianza a la hora que lo necesites.

**Iluminando ejecutivos:** A medida que tu negocio crece, tendrás que considerar la adición de los ejecutivos a tu equipo que puede ayudar a poner a tu empresa en la dirección correcta. Un plan de negocios te ayudará a ver tu talento ejecutivo en la visión de negocio y determinar si tu empresa es una inversión que vale la pena el tiempo y los recursos.

#### **2.4.1 Factores de fracaso en las nuevas iniciativas**

Numerosos estudios han analizado las causas del éxito y el fracaso de los nuevos proyectos empresariales. Las causas del fracaso más mencionadas son:

- Problemas organizativos y de negocio.

- Nivel de ventas insuficiente.
- Problemas financieros.

Los problemas organizativos y de negocio pueden lastrar el desarrollo del proyecto. Si no se establece una organización y unos procesos claros, será más difícil que la organización detecte y resuelva las cuestiones competitivas clave. Tampoco se podrán superar esos obstáculos si la empresa no obtiene unos recursos y personal con las capacidades idóneas, a nivel técnico y directivo, para llevar a cabo con éxito el proyecto. Unas ventas insuficientes provocarán que la empresa no pueda cubrir sus costes fijos, lo cual creará un problema en la cuenta de resultados que, antes o después, afectará a la tesorería.

Esas menores ventas pueden deberse a que el mercado crezca a unas tasas inferiores a las previstas. Pero también pueden derivarse de que la penetración efectiva del nuevo producto en el mercado sea menor. Esta menor adopción sería el resultado de sobrevalorar la proposición de valor del nuevo producto en relación a sus competidores y sustitutivos.

En cuanto a los problemas financieros pueden deberse a dos causas principales. La primera son las dificultades en la obtención de financiación del proyecto. Y la segunda son los problemas en la gestión del cash flow generado por el mismo. Estos problemas pueden derivarse de problemas en la cuenta de resultados. Aparte de proceder de unas ventas insuficientes, pueden haberse previsto los costes de una forma optimista. Así, se pueden haber estimado unos costes demasiado bajos, ya sean de desarrollo del producto, de esfuerzo comercial para introducirlo, o de haber sobre dimensionado la organización para la demanda efectivamente materializada.

Finalmente, los cobros y pagos pueden diferirse respecto a la prevista. Los retrasos en el proyecto aplazan el momento de arranque de la

comercialización, pero también se puede haber estimado un ciclo de venta más corto que el que realmente se acabe dando.

Una vez realizada la venta, los plazos de cobro efectivos pueden alargarse debido a un mayor poder de negociación del comprador, por retrasos en la entrega del producto o servicio, o por retrasos en el cobro del cliente.

Por el otro lado, los plazos de pago de la empresa pueden acabar siendo menores a los previstos si se sobreestima la capacidad de negociación ante los proveedores. Así pues, de no conseguirse unos niveles de ventas, de fondos y un ciclo de caja adecuados, la nueva empresa irá consumiendo poco a poco sus recursos financieros hasta su extenuación.

Criterios de evaluación de los planes de negocio Los criterios que buscan los inversores en los nuevos proyectos son aquellos que contrarrestan los riesgos anteriores. La lista de elementos valorados es muy amplia pero, a modo de resumen, los más importantes se refieren a la personalidad y experiencia del empresario, las características del producto y mercado, y los aspectos financieros.

Las empresas de capital riesgo valoran especialmente la personalidad, experiencia y capacidad del equipo emprendedor. Buscan un equipo compenetrado y que disponga de habilidades en las funciones empresariales necesarias para que el proyecto salga adelante: experiencia comercial y marketing, en administración y finanzas, y en operaciones e I+D. Este equipo debe tener una reputación por los resultados obtenidos en su trayectoria anterior y una experiencia relevante, a ser posible en el sector. La experiencia sectorial proporciona un buen conocimiento de los obstáculos y requisitos operativos y comerciales del negocio así como de las deficiencias y oportunidades en el mercado.

Los inversores valoran que el proyecto esté conectado con las necesidades de los clientes, especialmente que partan de sus problemas. Los proyectos basados en ofrecer soluciones sobredimensionadas a problemas poco importantes o con una diferenciación irrelevante están abocados al fracaso. Una alta rentabilidad en un mercado con un alto crecimiento resulta muy atractiva a los inversores, dado que es más fácil penetrar en un mercado en ampliación que en uno estable.

Finalmente los inversores valoran enormemente la claridad y el realismo. Se requiere que el plan de negocio sea sencillo y preciso explicando el proyecto. Un emprendedor que sea confuso explicando su proyecto, es posible que no tenga claro el modelo de negocio o la prioridad con la que hay que ir desarrollando sus diferentes posibilidades.

Por otro lado, los inversores buscan planes realistas. Nada genera más sospechas sobre la capacidad y motivaciones de los promotores que los planes de negocio con enormes necesidades de fondos que tienen previsiones de ventas y beneficios excepcionalmente altos.

Planes de negocio y éxito Diversos estudios han puesto de relieve la importancia de los planes de negocio para el éxito de los proyectos empresariales.

Del mar y Shane<sup>2</sup> han encontrado una correlación positiva entre disponer de planes formales y recibir capital externo. También hallaron que haber elaborado planes de negocio aumenta las probabilidades de supervivencia y facilita el desarrollo de productos y la organización de la compañía.

Sin embargo, tal y como esos autores advierten, no sólo cuenta tener un plan formal sino también la calidad de su contenido y de su implementación. En este sentido, Reid y Smith<sup>3</sup> no encontraron que tener un

plan de negocio tuviera efectos sobre el rendimiento de los nuevos proyectos empresariales. Pero que sí que hallaron que la planificación mejoraba dicho rendimiento, entendiendo a esta como el número de meses que los directivos proyectaban los efectos de sus decisiones para evaluar su impacto.

## **2.5 Contenido y alcance del plan de negocio**

El plan de negocio típico contiene una serie de secciones que describen los puntos básicos el funcionamiento planificado de la nueva iniciativa. El nivel de detalle de estas secciones puede variar según el propósito del plan, su receptor, los recursos requeridos y la novedad del proyecto. Algunas de las secciones más accesorias pueden, incluso, desaparecer.

Así, un plan que exija pocos recursos para su despliegue puede permitirse el lujo de ser más sintético que uno que requiera grandes inversiones. Asimismo, un documento dirigido a captar inversiones externas deberá ser más exhaustivo que uno que tan sólo desee ordenar el pensamiento sobre una oportunidad. Por otro lado, la familiaridad con el sector que tengan los receptores del plan también determina su amplitud. Un inversor conocedor del sector dará por sentados determinados aspectos que será necesario aclarar a inversores sin esa experiencia.

Finalmente, los proyectos que presenten productos o servicios totalmente nuevos para el mercado deberán realizar unas explicaciones más minuciosas, dado que se debe educar al receptor. Sobre las características del mercado y producto, el modelo de negocio, las operaciones y el modelo financiero que se deriva.

## **2.6 Fases de un plan de negocios**

(German Rivera . [www.merca20.com.](http://www.merca20.com.), 2012)

### **2.6.1 Determinar el plan de acción**

En esta fase debemos tomar en cuenta, cuál es la razón principal que obliga a nuestra organización a desarrollar un plan de negocios y definir la misión del plan de negocios, la cual debe constar de tres elementos básicos, qué vende, a quién le vende bienes o servicios y qué hace la diferencia de nuestra empresa con el resto del mercado.

### **2.6.2 Planeación del negocio**

Definir cuáles son los objetivos del plan de negocios e identificar cuáles son los hechos relevantes asociados con los objetivos del plan de negocios.

Debemos tener en cuenta si la estructura organizacional es la adecuada para poder ejecutar correctamente el plan de negocios, así que debemos revisar el organigrama, pues aquí están los cimientos que servirán de base para la correcta ejecución del plan de negocios y amalgamarlo en su totalidad, pues el recurso humano debe ser competitivo.

### **2.6.3 Preparación**

Necesitamos hacer un análisis de la industria para poder determinar el crecimiento futuro y el rumbo de la industria. Esto lo podemos hacer a través de internet, con un estudio de investigación de mercado, a través de cámaras de comercio o por medio del Gobierno.

Debemos también poder definir la estrategia de nicho de mercado que utilizaremos, la estrategia de precios, una estrategia de posición en el mercado y una estrategia de gestión.

## 2.6.4 Activación

Aquí es donde tiene mucha relevancia el departamento de finanzas, pues tendrá que validar el presupuesto contemplado para el plan de negocios, obtener estados de resultados de por lo menos tres años donde el resultado final obtenido sean únicamente utilidades, pues es el objetivo principal del plan de negocios.

Es muy importante que cada fase del plan de negocios sea documentada de manera adecuada, pues servirá para consolidar la historia de la organización, compartir sus valores, cómo deben ser tratados los clientes, que trato debe existir entre el personal y la gerencia y para identificar cada fase por la que atravesará la organización a medida que vaya logrando el objetivo final del plan de negocios.

## 2.7 Pasos para formular un plan de negocios

<b>1. Resumen.</b>	a. Resumen ejecutivo del proyecto.
<b>2. Datos de la compañía.</b>	a. Antecedentes y justificación del proyecto. b. Equipo promotor. c. Estado actual.
<b>3. Actividad de la compañía y producto.</b>	a. Descripción del producto / servicio. b. Modelo de negocio. c. Comparativas del producto. d. Cronograma.
<b>4. Análisis del sector y estrategia.</b>	a. Definición del mercado. Datos de interés. b. Competidores. c. Clientes. d. Análisis DAFO. e. Estrategia propuesta.

<b>5. Plan de marketing.</b>	a. Estrategia de marketing. b. Proposición de valor del producto o servicio. c. Política de precios. d. Previsión de ventas. e. Canales y distribución. f. Plan de comunicación. g. Plan comercial.
<b>6. Operaciones y tecnología.</b>	a. Estrategia de operaciones. b. Desarrollo de producto. (i) Funcionalidades y arquitectura. (ii) Mapa de desarrollo. (iii) Costes de desarrollo. c. Plan de operaciones. d. Mapa de procesos. e. Plan de producción. f. Recursos operativos. Descripción y previsiones. g. Recursos tecnológicos. h. Costes operativos. i. Proveedores y partners. L. Plan de calidad.
<b>7. Organización</b>	a. Organización. (i) Organigrama propuesto. (ii) Definición de funciones. (iii) Roles y asignación. (iv) Control de gestión. b. Recursos Humanos. (i) Política de recursos humanos. (ii) Plan de retribución. (iii) Plan de plantilla.
<b>8. Aspectos jurídicos y sociales.</b>	a. Forma jurídica. b. Patentes y marcas. c. Obligaciones fiscales, laborales y administrativas. d. Prevención de riesgos laborales y aspectos medioambientales. e. Responsabilidad social empresarial.
<b>9. Plan financiero.</b>	a. Estrategia financiera. b. Bases de cálculo. c. Cuenta de resultados previsional. d. Balances previsionales. e. Presupuesto de tesorería. f. Pla de inversiones. g. Necesidades financieras y uso de los fondos. h. Principales ratios y conclusiones.
<b>10. Inversión</b>	a. Fondos propios actuales. b. Inversión solicitada y condiciones propuestas. c. Órganos de gobierno societario. d. Pactos societarios. e. Estrategia de salida.
<b>11. Próximos pasos.</b>	a. Objetivos, fases, actividades e hitos para el despliegue. b. Riesgos.
	12. Anexos. Según necesidades.

## 2.8 Las Franquicias

Los antecedentes históricos de los modelos de las franquicias remontan al periodo de las cruzadas, cuando a los caballeros se les otorgaba el derecho de conquistar territorios e imponer contraprestaciones a quienes los habitaran. Sin embargo, la mayoría de los estudios coinciden en que el formato de negocios por franquicias surgió a mediados del siglo XIX, cuando Singer, la fábrica de coser, encontró una manera de posicionar su producto modificando los hábitos del consumo del mercado.

A finales del siglo pasado y principios de éste, el modelo comercial de las franquicias se ha expandido en casi todo el mundo. Datos confiables indican que ya son contados los países en donde no hay al menos un establecimiento franquiciado o una empresa franquiciante. Por las enormes ventajas que ofrece, la franquicia es un modelo comercial que llegó para quedarse.

Como parte del proceso de crecimiento que han experimentado las franquicias en los últimos años, algunas asociaciones nacionales de franquicias como la International Franchising Association, la Asociación Mexicana de Franquicias, la Asociación Brasileña de Franquicias, la Asociación Española de Franquicias, etc., se han esforzado en impartir cursos, seminarios, conferencias, diplomados y han promovido estudios sobre el tema.

La franquicia es, ante todo, un formato de negocios dirigido a la comercialización de bienes y servicios. Lo que distingue a este formato de otros es que en él una persona física o moral (el franquiciante) concede a otra (el franquiciatario) el derecho a usar por un tiempo determinado una marca o nombre comercial y se obliga, por una parte, a transmitirle tanto los conocimientos técnicos necesarios para comercializar los bienes y servicios que el ofrece, como los métodos comerciales para su buen funcionamiento y,

por la otra, a verificar que los métodos administrativos que use sean los empleados por la franquicia. En resumen, el franquiciante es el titular de la marca y la tecnología; el franquiciatario, en cambio, es el usuario de ellas.

Fred DeLuca, quien a los 17 años pidió un préstamo para pagarse sus estudios, y, con los 1000 dólares que obtuvo, se le ocurrió la idea de abrir un negocio de sándwiches que le permitiera pagar sus colegiaturas. En la actualidad, unos 20 años más tarde, esa pequeña inversión se ha multiplicado para convertirse en Subway Sándwiches& Salads, una importante franquicia de comidas rápidas con ventas estimadas de \$150 millones de dólares en 1986.

Y Joan Barnes, quien fuera consejera sobre esparcimiento en un centro comunitario judío en el sur de California. En 1976 empezó a dar clases de educación física a niños y a sus mamás, En la actualidad su compañía de ejercicios físicos para niños, **Gymboree**, cuenta con 200 franquicias en el país y tiene planes para ampliarse a Francia, Japón y Australia.

Los ejemplos mencionados anteriormente nos demuestran lo mucho que puede lograr una persona realmente decidida, con ganas de superarse y sobre todo con mucho esfuerzo y dedicación. Todo tiene que ver con el interés que nosotros mismos demostremos a lo que nos gusta, buscar nuevos mercados y una vez que los tengamos lograr llevarlos hasta los escalones más altos. Que mejor que en vez de ser franquiciatarios seamos franquiciantes. Todo lleva mucho esfuerzo, altas y bajas,lograremos un mayor porcentaje de éxito si tenemos el conocimiento, las habilidades, la responsabilidad, los recursos y las ganas de crear un nuevo negocio.

De acuerdo con el departamento de Comercio, las ventas de productos y servicios de las compañías de franquicias han crecido a razón de

un 10% anual durante los últimos 12 años. “Las franquicias son la ola del futuro”, dice Andrew Kostecka.

Aunque suene muy convincente el hecho de invertir en un sistema de franquicias, como cualquier otro negocio, presenta riesgos para el inversionista que adquiere una franquicia. Como pueden ser:

- Reducción de la posibilidad de innovar y actuar por parte del franquiciatario.
- Incomodidad que produce operar con apego total a los manuales.
- Creación, por parte de los franquiciatarios, de un mecanismo de rechazo a los monitoreos de supervisión.
- Que el franquiciatario no seleccione el concepto de negocio que se apegue más a sus pretensiones personales.
- Toparse con un franquiciante incompetente o sin ética profesional.

Esos, entre otros son algunos de los riesgos que se pueden presentar, por eso siempre antes de invertir dinero o realizar cualquier operación económica tenemos que evaluar nuestras opciones, revisando los pros y los contras, para conocer perfectamente bien lo que estamos por adquirir.

Un negocio franquiciado se considera más seguro que un negocio independiente porque en una franquicia el franquiciatario recibe la experiencia del franquiciante a través de instrucciones, métodos y procedimientos probados. En cambio, si empezamos desde cero, debemos investigar y determinar los sistemas, métodos y procedimientos más efectivos, lo cual resulta más riesgoso y complicado.

Aunque puede ser que al momento de iniciar nuestro negocio, lo podamos sacar adelante y que mejor que convertirlo en una franquicia, pero

esto lleva mucho trabajo y puede resultar una perdida grande de dinero. Sin embargo al comprar una franquicia tampoco estamos asegurando que vamos a ser millonarios, ya que al igual que cualquier otro negocio, necesita trabajo y cuidados especiales todos los días, no porque se lleve una franquicia, se tiene asegurado el éxito.

Ningún trabajo lícito puede hacer millonaria a una persona de la noche a la mañana, siempre van a existir riesgos. Las franquicias exitosas destacan entre otras cosas porque el dueño se responsabiliza y se encarga del negocio, está al pendiente de su equipo de trabajo, de los clientes, preocupándose por la interacción del personal con el cliente, lo que ayuda a que el negocio este bien atendido y genere utilidades.

El fracaso de alguna franquicia se puede ocasionar por varios factores, como por ejemplo la mala ubicación, los cambios del entorno, la falta de capacitación, los descuidos del franquiciatario, que no siga cuidadosamente las reglas del franquiciante y cambios culturales. A pesar de que en las franquicias se maneja la misma marca y la misma manera de operar el negocio, no en todos los países podemos hacerlo de la misma manera, ya que debido a la cultura o las creencias de algunas personas, se deben de cambiar algunas cosas por otras, con el fin de satisfacer a los clientes, pero nunca perder el objetivo de la empresa. A esto se le llama 'Traje a la medida', no existe ningún negocio totalmente igual a otro.

No cualquier persona puede invertir en una franquicia, existe un perfil al que se deben de ajustar los candidatos. Cualquier inversionista interesado en adquirir una franquicia deberá evaluar las siguientes preguntas para poder tomar la mejor decisión.

- ¿Está dispuesto a seguir ciertas reglas aunque crea que tiene una mejor idea de cómo realizar las cosas?

- ¿Cree que podría cambiar la forma de pensar o de actuar del franquiciante si se involucra en su sistema?
- ¿Considera que el mercado local donde trabajara es distinto al de los demás y, por ello, debería el franquiciante adaptar todo el sistema a sus necesidades?
- ¿Podría confiar en las decisiones del franquiciante, pese a que éstas no tengan una relación directa con su forma de pensar?
- ¿Tiene la disposición total de compartir la información financiera producida por su franquicia?
- ¿Está preparado para ser supervisado de manera continua?
- Respecto a todo lo anterior, entre otras cosas nos damos cuenta de que a pesar de que invertir en una franquicia es un buen negocio, antes de hacerlo debemos estar muy bien informados del tema, para cumplir al cien por ciento y tratar de que haya los menores errores posibles.
- El futuro de las franquicias no son solo las ventajas que éste formato de negocios ha ofrecido, sino también comprobar el efecto que éstas han tenido en la macroeconomía (generación de empleos e incremento del producto interno bruto, etc.) Las franquicias tienen un gran futuro en todo el mundo.(González, 1993)(P, 1995)(Tocatli, 2001)

## **CAPITULO III**

### **PRESENTACION DE LA FRANQUICIA GYMBOREE Y BUSINESS PLAN PARA LA INTRODUCCION A SANTO DOMINGO ESTE**

## **3.1 Presentación de la Empresa Gymboree (franquicia)**

(gymboreeclases, 2014)

### **3.1.1 Antecedentes**

Gymboree comenzó en 1976 cuando Joan Barnes, una madre del condado de Marín, California, intentó encontrar un lugar seguro y divertido con actividades apropiadas según la edad para que los padres y los niños pudiesen jugar juntos. Sin poder lograrlo, realizó lo que cualquier empresario haría; ¡comenzó su propio programa! Desde ese entonces, nos hemos encargado con orgullo de inspirar a padres y niños.

Gymboree Play & Music ofrece a niños desde recién nacidos hasta los 6 años la oportunidad de explorar, aprender y jugar en un programa innovador que involucra la participación de los padres. Gymboree Play & Music ofrece una selección de clases desarrolladas por expertos en desarrollo infantil, así como fiestas de cumpleaños, juegos educativos, libros y música. Las clases de Gymboree Play & Music están disponibles a través de más de 712 franquicias en más de 40 países.

### **3.1.2 Sistema de Franquicias**

Gymboree es una emocionante experiencia de negocios para personas emprendedoras, que están buscando un compromiso profesional que permita flexibilidad e independencia. Para iniciar el proceso de convertirse en franquiciatario. La rápida devolución de la solicitud ayudará a hacer más expedito el proceso y a asegurar la viabilidad del territorio solicitado. Podríamos abrir una nueva franquicia Gymboree, desde los tres

meses siguientes de haber tomado el curso inicial de entrenamiento Gymboree.

El programa de franquicias ofrece:

- Territorios protegidos
- Derecho al uso de nuestra marca y secretos comerciales
- Uso de nuestro curriculum exclusivos.
- Entrenamiento y soporte constante.

Le brindamos diversión, creatividad y amistad a nuestro clientes, y a nuestros franquiciados también, a lo largo de 35 años de experiencia hemos evolucionado para estar a la par de las cambiantes necesidades de los padres y de los niños de hoy. Pero lo más importante es que hemos trabajado muy duro para mantener nuestra creencia principal y nuestro espíritu: los niños necesitan desarrollarse a su propio ritmo a través de actividades físicas, intelectuales y creativas con la participación de sus padres en un ambiente de diversión y juegos.

### **Soportes**

La preparación de nuestros franquiciados y sus gerentes para operación exitosa de su operación.

- Diseño del centro: Le ofrecemos el soporte con todo lo relacionado al diseño y adecuación de su localidad.
- Uso de intranet: Acceso a la intranet de acceso exclusivo a franquiciados.
- Materiales de mercadeo: Ofrecemos acceso a la producción de nuestros materiales promocionales.
- Reunión Anual de franquiciado: Usualmente de 2 días donde se tratan las últimas tendencias de los segmentos de negocios.

- Manuales: Acceso a nuestra extensiva biblioteca de videos y manuales.
- Soporte Recursos Humanos: Apoyo al momento de contratar su primer equipo de trabajo.

### **3.1.3 Misión, Visión y Valores**

#### **Misión:**

En Gymboree preparamos tu hijo para la vida. Nuestros innovadores programas promueven el aprendizaje y la creatividad respetando los tiempos de cada niño, apoyados por la participación de los padres y comprometidos en dar el mayor beneficio posible a la comunidad.

#### **Visión:**

Nos comprometemos a convertir a Gymboree en el líder en clases y cuidado para niños en Santo Domingo Este. Nuestros clientes son el corazón de nuestro negocio.

#### **Valores:**

1. Hacemos la Diferencia: nos comprometemos a superar objetivos imposibles fuera y dentro de la Compañía.
2. Somos Creativos en todo lo que tocamos. Creemos que las ideas y la creatividad pueden venir de todas las áreas de la Compañía. Nos desafiamos a pensar de manera diferente y abrazamos el cambio.
3. Somos Apasionados: amamos lo que hacemos. Buscamos la calidad en todo lo que tocamos. Valoramos nuestra pasión, intensidad y el lazo emocional que tenemos por nuestra gente y nuestro servicio.
4. Somos Auténticos: creemos en lo que hacemos. Creemos que nuestras

relaciones deben ser genuinas. Queremos que cada uno de nuestros clientes y miembros del equipo se sientan valorados.

5. Somos Familia: nos preocupamos los unos por los otros. Nos tenemos un sincero respeto y promovemos confianza y camaradería. Creemos en ser amables.

6. Somos Diversión: nos gusta pasarla bien y celebrar el éxito. Tenemos sentido del humor y hacemos feliz a nuestros usuarios.

#### **3.1.4 Programa Gymboree**

Fundador de programas de juego y movimiento para niños menores de 6 años y sus padres. Gymboree ha creado una conciencia y aceptación internacional acerca de la importancia que tiene el juego, el movimiento y la exploración durante los primeros años de vida. Esto ha generado un nuevo concepto en el estilo de vida de los niños, el cual respeta y motiva la actividad natural y necesaria para un buen desarrollo, salud y aprendizaje. Este concepto se ha extendido más allá del programa con productos y tiendas comerciales.

Gymboree está basado en principios aprobados sobre estimulación temprana, psicológica educativa, terapia física, recreación y acondicionamiento físico. Ha trasladado estos principios en actividades que adquieren un significado especial durante los primeros años de vida, lo ha mezclado todo, llamándolo: "Juego Integral".

## 3.2 Clases y Servicios Propuestos Para La Nueva Franquicia

### 3.2.1 Definición de clases

En Gymboree Play & Music, usted y su niño desarrollarán confianza, creatividad y relaciones para toda la vida. Los programas están diseñados especialmente para ayudar a sus niños a aprender y desarrollarse mientras juegan. Nuestras clases también ayudan a que usted aprenda acerca de su niño, como participar juntos y alentar su desarrollo mientras disfruta del simple placer de jugar. Tipos de clases:

#### 1. PLAY & LEARN

¡Nuestra clase más popular! Alienta el desarrollo a través del juego y el aprendizaje con nuestro programa de siete niveles diseñado para alentar el crecimiento del niño a su propio ritmo individual. Desde el estímulo sensorial hasta juegos de resolución de problemas y relatos de cuentos, nuestras clases utilizan actividades basadas en el juego para exigir el cuerpo y la mente.



#### Gymboree Play & Learn 1

##### 0-6 meses

Explore los sentidos y nutra el desarrollo auditivo y visual jugando boca abajo, con linternas, primeras canciones y más. Incluye charlas con los padres para ayudar a comprender el desarrollo de los niños.

## **Gymboree Play & Learn 2**

### **6-10 meses**

Aprenda acerca de la causa y efecto y estimule la fuerza a través del juego con rampas, toboganes y trepadoras. Incluye charlas con los padres para ayudar a comprender el desarrollo de los niños.

## **Gymboree Play & Learn 3**

### **10-16 meses**

Explore la comunicación de ida y vuelta. Juego que incita el descubrimiento del ambiente, balance y coordinación mientras los padres aprenden al mismo tiempo como interactuar con los niños y como comunicarse con ellos y el mundo.

## **Gymboree Play & Learn 4**

### **16-22 meses**

Descubrir cómo trabaja el mundo y convertirse en una persona competente para resolver problemas a través de los juegos que muestran estilos y frecuencias.

## **Gymboree Play & Learn 5**

### **22-28 meses**

Despliegue la imaginación a través del juego creativo para apoyar el pensamiento simbólico, el desarrollo del lenguaje y la interacción social.

## **Gymboree Play & Learn 6**

### **28-36 meses**

Juegue de manera independiente y con compañeros para conectar las ideas en cooperación y comunicación.

## **Gymboree Play & Learn 7**

### **3-5 años**

En Gymboree, tu hijo encontrará un espacio divertido donde podrá satisfacer su necesidad de exploración y de interacción con otros niños, al mismo tiempo que desarrolla habilidades sociales para la integración en la escuela.

## **2. Family Gymboree Play & Learn multi-edad**

Explore el ambiente de juego, actividades de movimiento y el ritual del paracaídas en esta clase para todas las edades diseñada para alentar el desarrollo físico, social y del lenguaje del niño.

## **3. SCHOLL SKILLS 3-5 años**

Fomenta la curiosidad y auto confianza a través del arte, la ciencia y el juego, entre otras propuestas. Las maestras leen libros infantiles para reforzar el desarrollo social mientras comienzan a involucrarlos en la lecto-escritura activamente desde el juego. A la vez los motiva para involucrarse en actividades que incluyen la cooperación y la comunicación entre pares. Se incluyen tanto actividades individuales como grupales que promueven el desarrollo de las habilidades personales y sociales que facilitan la inserción escolar.

## **4. ART**

Inspire la imaginación de sus niños y la expresión con un mundo de actividades artísticas manuales. A través de la pintura, escultura, dibujo, collage, actuación dramática y más, nuestra clase fomenta la confianza y el potencial apoyo artístico.



### **Art I**

#### **18-24 meses**

Descubra el arte manual a través de la escultura, la pintura, relato de cuentos, mesa táctil y más.

### **Art II**

#### **24-36 meses**

Pintura, canto, escultura, collage e imaginación en un único espacio creativo.

### **Art III**

#### **3-5 años**

Gane confianza en la expresión del cuerpo y la exploración artística a través de las manualidades, experiencia multimedia. Participación de los padres opcional.

### **Family Art**

#### **multi-edad**

Inspírense juntos y vivan experiencias coloridas en el Estudio de Arte Gymboree. Esculturas con bloques gigantes de arcilla, diseño del árbol familiar, pinte un mural o realice su propia creación.

## 5. MUSIC

Acrescentar el desarrollo de su hijo y el amor por la música a través de canciones, juegos de movimiento e instrumentos. Con un despliegue de estilos musicales, nuestras clases ayudan a explorar la fuerza del ritmo, la melodía, tonalidad y el compás al cultivar el desarrollo físico, social e intelectual.



### Music I

#### 6-16 meses

Descubrir la melodía y ritmo, construyendo un repertorio de alegres canciones.

### Music II

#### 16-28 meses

La danza y el canto en un nuevo estilo musical cada mes incluyendo el ritmo latino, Rock 'n' Roll, Clásico y más.

### Music III

#### 28 meses - 5 años

Expresa su voz de cantante y conocimiento musical emergente a través del ritmo, el tiempo y las formas musicales. La participación de los padres es opcional.

## Family Music

### multi-edad

Póngase musical con la familia entera a través de los instrumentos, canciones, la danza, juegos y más, construyendo una sólida base de características musicales para cada uno.

## 6. DEPORTES

Alentar los hábitos saludables y una actitud positiva hacia el ejercicio a través de la diversión y los deportes. Las actividades son diseñadas para que los niños se involucren en juegos interactivos no-competitivos y enfatizan la flexibilidad, confianza y el bienestar emocional para construir cuerpos y mentes fuertes.



### Sports 3-5 años

Fomenta hábitos saludables y una actitud positiva a través de la actividad física. Las actividades son diseñadas para que los niños se involucren en juegos interactivos no-competitivos y desarrollen la flexibilidad, confianza y bienestar emocional. Las clases se concentran en los fundamentos de deportes como el fútbol, basket, baseball, jockey, juegos de raqueta, atletismo y golf.

## **7. PRE-MATERNAL**

Construye las habilidades claves sociales e intelectuales necesarias para la escuela y la vida, desarrollando el lenguaje, el arte, la exploración científica, el juego en grupo y más.



### **Infant**

#### **1 - 2 años**

Es el programa de adaptación al pre-maternal de Gymboree. Refuerza la curiosidad y la seguridad en su niño(a) por medio del arte, la exploración científica, el juego y más. Incluye tanto el juego independiente como grupal para promover la confianza personal y el don necesario para una transición acertada en la escuela.

### **Toddler**

#### **2-3 años**

Refuerza la curiosidad y la seguridad en sí mismo por medio del arte, la exploración científica, el juego y más. Los profesores utilizan libros que exploran y nutren habilidades claves sociales y emocionales, se centran en actividades que requieren la cooperación y la conciencia de sí mismo, y animan la comunicación con pares. Incluye tanto el juego independiente como grupal para promover la confianza personal y el don necesario para una transición acertada en la escuela.

## **Pre-K**

### **3-4 años**

Refuerza la curiosidad y la seguridad en sí mismo por medio del arte, la exploración científica, el juego y más. Los profesores utilizan libros que exploran y nutren habilidades claves sociales y emocionales, se centran en actividades que requieren la cooperación y la conciencia de sí mismo, y animan la comunicación con pares. Incluye tanto el juego independiente como grupal para promover la confianza personal y el don necesario para una transición acertada en la escuela.

## **8. SUMMER CAMP**

Cada año entre Junio y Agosto realizamos el más divertido campamento de verano dividido en 3 grupos. Cada grupo participa en actividades apropiadas a su edad, estas actividades van desde, arte, música, gym, deportes, juegos inflables y muchas actividades más. El campamento puede ser de 2, 4, 6 u 8 semanas.

## **Infant**

### **Edad: 12-24 meses**

Descubrir la melodía y ritmo, construyendo un repertorio de alegres canciones.

## **Toddler**

### **Edad: 2 a 3 años**

La danza y el canto en un nuevo estilo musical cada mes incluyendo el ritmo latino, Rock 'n' Roll, Clásico y más.

## **Pre-K**

### **Edad: 3 a 6 años**

Expresar su voz de cantante y conocimiento musical emergente a través del ritmo, el tiempo y las formas musicales. La participación de los padres es opcional.

## **9. PROGRAMAS OPCIONALES**

Esta clase está dirigida a los hablantes no nativos de inglés. Nos centramos en la importancia del uso de inglés como herramienta de comunicación. Los niños aprenden saludos y vocabulario diario necesario para compartir sus deseos y experiencias y hacer amistad con personas de habla inglesa. Las actividades están basadas en el juego, incluyen danza, canto y la lectura de libros ilustrados. También tenemos clases opcionales para el desarrollo de cada niño.

### **English**

#### **Ages: 3-5 yearsold**

La clase se compone de una variedad de actividades de 5-10 minutos para fomentar la capacidad de concentración de su hijo, puesto que la clase les da la oportunidad de ganar su independencia y aprender a trabajar con sus compañeros. Aunque el plan de estudios es el mismo en todas las clases, debido a las diferencias en los niveles de comunicación, el programa se divide en una clase de 3 años de edad, una clase de 4 años y una clase mixta para niños de 3-4 años.

### **Yoga Fun**

Un movimiento basado en el yoga con música que explora la concentración y el enfoque, la fuerza física, flexibilidad y confianza en sí mismo. Es una introducción creativa interactiva para el yoga y la importancia de crear un hábito de por vida de bienestar físico y mental.

### **Dance Magic Fun**

Ballet y técnicas de danza moderna y rutinas de cada semana. Diseñado para aumentar la confianza y dar rienda suelta a ese bailarín creativo dentro.

### **Kids Karate**

Se especializa en la enseñanza de karate.

### **FitnessFun**

#### **Ages: 3-5 yearsold**

A través de los 5 componentes relacionados con la salud de la aptitud física - cardio, fuerza, resistencia, flexibilidad y la aptitud exploramos nuevas actividades divertidas de acondicionamiento físico para niños. Este programa ayuda a los niños a sentirse saludable y fuerte, con una sensación de bienestar. Los niños también tienen la oportunidad de interactuar y divertirse en grupo.

### **BabySigns**

#### **Ages: 6-18 months**

Los bebés entienden el lenguaje de adultos y quieren comunicar sus necesidades, deseos e intereses mucho antes de que puedan hablar. Aprender signos de bebés alienta esta comunicación.

## **10. THE BENEFITS OF BABY SINGS**

Reduce lágrimas, rabieta y la frustración, permite a los bebés para compartir sus mundos. Aumenta la autoestima y la confianza en sí mismo, estimula el desarrollo intelectual, enseña a los bebés el poder de las palabras que les ayuda a hablar más pronto.

El Programa de Signos Gymboree Bebé fue desarrollado por los Dres. Acrodolo y Goodwyn, dos investigadores de desarrollo infantil conocidos. Durante nuestras clases, usamos las canciones y juguetes para que él bebe este divertido mientras aprende. También ofrecemos muchas herramientas divertidas para usted y su familia que las puede usar en casa, como una guía para los padres, CD, DVD y libros ilustrados. Actualmente ofrecemos las dos clases siguientes:

### **Baby Signs I**

Este programa abarca 6 temas, tales como, la hora de comer, baño, vestirse y animales domésticos.

### **Baby Signs II**

Este programa cubre signos importantes para la comunicación, tales como, los sentimientos y la seguridad.

## **11. NOCHE DE PADRES**

¿Necesitas una noche sin los niños? Los padres 'Night Out da a nuestros padres la oportunidad de tomar un descanso bien merecido. Ir fuera por una noche en la ciudad y que se sientan seguros de que sus niños están seguros y en el mejor momento de sus vidas con sus maestros favoritos. Esta noche increíble para sus hijos está lleno de una gran variedad de juegos, diversión y actividades. No querrán que la noche termine.

## **3.2.2 Servicios**

### **1. Celebración de Cumpleaños**

¡Fiestas de Cumpleaños en Gymboree Play & Music!

Elija el tema favorito de su niño y crearemos una fiesta privada, personalizada que garantizamos será 100% divertida con cero trabajo para

mamá. Las fiestas de Gymboree Play & Music se encuentran disponibles para miembros y no miembros del club.



#### Paquetes

Paquete Básico RD\$13,900	Paquete Premium RD\$29,000	Paquete Deluxe RD\$60,000
<ul style="list-style-type: none"> <li>15 niños.</li> <li>15 acompañantes.</li> <li>Tema de su preferencia.</li> <li>Uso exclusivo de las facilidades por 1.5 horas.</li> <li>Uso de las 40 piezas de equipos en el playfloor.</li> <li>Animación, Diversión, Música y Juegos durante la actividad.</li> <li>1 anfitriona para dirigir las actividades con los niños.</li> <li>1 anfitriona para ayudar con el montaje y la limpieza y durante el evento.</li> </ul>	<p>Todo lo del paquete simple más:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>10 niñ@s adicionales.</li> <li>1/2 hora adicional.</li> <li>Decoración básica en globos.</li> <li>Estante para los dulces.</li> <li>Caja para Regalos.</li> <li>3 mesas redondas para los adultos.</li> <li>3 manteles redondos.</li> <li>Decoración básica 3 mesas de los invitados.</li> <li>20 sillas para los adultos.</li> <li>1 mesa rectangular para los niños.</li> <li>1 mantel rectangular.</li> <li>20 sillas para los niños.</li> <li>1 mesa rectangular para el bizcocho.</li> <li>1 mesa auxiliar para las bebidas.</li> </ul>	<p>Todo lo del paquete Premium más:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>10 Niños adicionales</li> <li>Decoración Deluxe en Globos</li> <li>Montaje 1 Mesa de postres</li> <li>1 fondo de madera</li> <li>Set de Desechables</li> <li>3 Bandejas para la picadera</li> <li>2 termos para jugos</li> <li>1 neverita + hielo.</li> <li>Maquina de Pop Corn</li> <li>Maquina de Algodón</li> <li>Maquina de Yum Yum</li> <li>Maquian de Hot Dog</li> </ul>
reserva hoy >	reserva hoy >	reserva hoy >

Informacion de paquetes de servicios y clases, copiadas de la página de Gymboree RD.  
<http://www.gymboreeclases.com.do/pages/play--learn>(gymboreerd, 2014)

## 2. Equipos de Estimulación Gymboree

### MÁS DE 40 PIEZAS DE EQUIPO DE JUEGO

Pleno de colorido, diseñado o seleccionado especialmente por profesionales de la educación con el fin de ofrecer la máxima capacidad de estimulación del aprendizaje sensorio-motriz a través del juego creativo. El equipo Gymboree ha sido seleccionado para estimular los sistemas

vestibular, propioceptivo y táctil haciendo énfasis en los sistemas visuales y auditivos. Estos sistemas son la base que permite al niño desenvolverse mejor en la escuela, los deportes y a desarrollar confianza en sí mismo. Un ambiente interactivo y de aceptación con otros niños de la misma edad constituye un paso importante hacia la socialización.





C.

### 3. Sistema de Membresía

Tenemos tanto para ofrecerles a ustedes y a sus niños en Gymboree. Al convertirse en miembro, no solo disfrutará de nuestras clases cada semana, sino que también recibirá descuentos en la compra de prendas de Gymboree, clases gratuitas, folletos para los padres y más.

#### **¡Disfruta los beneficios de ser parte de la familia Gymboree!**

Tenemos tantas cosas que ofrecerte a ti y a tu hijo en Gymboree. Cuando inscribes a tu hijo te conviertes en miembro de la familia Gymboree y no sólo disfrutarás de las clases, sino que también recibirás descuentos, fichas para padres y más.



Tu membresía incluye grandes beneficios, tales como:

- Cupón de 20% de Descuento en las tiendas Gymboree, Janie and Jack, Crazy 8 y Shade.
- Cupón de 10% de Descuento en la celebración de fiestas de cumpleaños.
- Cupón de 10% de Descuento en la compra de productos Play & Music.
- Cupón de 15% de Descuento para acceso a nuestras fabulosas fiestas temáticas.
- Dos Clases Gratis en cualquier sucursal del mundo.

Otros beneficios incluyen:

- Parent Handouts Fichas de apoyo para padres en nuestras clases de Play & Learn, Art, Music y Sports diseñadas con una descripción de la etapa de desarrollo de tu hijo, información sobre la clase e ideas para actividades que puedes realizar en casa.
- Eventos especiales a lo largo del año incluyendo Día de la Madre, Día de los Abuelitos, Navidad.
- Horarios ilimitados de Play Gym.(Miembros Activos)
- Descuentos en programas adicionales eventuales como talleres, charlas sobre Emergencias Pediátricas, Lactancia Materna, cursos profilácticos y más.

Hacerte miembro es muy fácil:

- Comunícate con la franquicia correspondiente a tu zona y pregunta qué programa está diseñado para ti y tu hijo.
- ¿Quieres probar una clase gratis? Agenda una clase de muestra hoy mismo.

### **3.3 ¿Por qué Gymboree?**

#### **3.3.1 Somos Líderes Mundiales en Clases para niños**

Gymboree Play & Music ha fomentado la creatividad y confianza en niños de 0-5 años por más de 30 años. En la actualidad contamos con más de 650 sedes en 35 países, que nos convierten en líderes mundiales en los programas de desarrollo infantil temprana. Diseñadas por expertos, nuestras actividades adecuadas a las edades ayudan a desarrollar las destrezas sociales, físicas y cognitivas de los niños mientras juegan. Nuestros programas son además reconocidos por su enfoque único en la participación de los padres lo que alienta la participación y la comprensión del desarrollo de cada niño.

#### **3.3.2 Somos Expertos en el Desarrollo Infantil Temprano**

Nuestro currículum de clase ha sido desarrollado por nuestro programa de directores en colaboración con el experto internacional en desarrollo infantil, Zero to Three, para asegurarse de que nuestro programa suministre el mejor apoyo y enriquecimiento temprano para la educación de los niños y sus padres.

#### **3.3.3 Nuestras Sedes son Lugares Seguros para Jugar y Aprender**

Suministramos un ambiente en donde los niños poseen libertad para moverse, jugar y explorar en un modo seguro. Nuestro equipo fue diseñado por Jay Beckwith, un reconocido diseñador internacional de recreación, que creó cada estructura teniendo en cuenta la necesidad de los niños. Nuestro ambiente de recreación ha sido diseñado para suministrar los estándares de alta calidad que esperan los padres para sus niños.

“Gymboree es un grandioso programa interactivo. Los padres y niños estarán encantados de pasar tiempo juntos construyendo fuertes lazos que durarán por siempre.” Estudiado por Harvey Karp, MD, FAAP, Profesor de Pediatría de la Escuela de Medicina de UCLA, autor: The Happiest Baby on the Block. (Harvey Karp M. F., 2006)

### **3.4 Mercado objetivo (META)**

En una primera etapa del proyecto se han elegido como clientes potenciales todas aquellas personas y familias de clase media - media, media – Alta de la República Dominicana específicamente santo domingo este, los cuales serán divididos en 3 segmentos principales atendiendo a las siguientes características:

#### **Segmento de clientes Primarios:**

- Personas de clase media – media/ media – Alta.
- Acceso a la vía principal de San isidro.
- Edad: Entre 20 – 40 años de edad.
- Ambos sexos trabajan.
- Solo el padre trabaja.
- Tendencia continua al uso de centros para el cuidado de sus hijos.
- Profesional con múltiples ocupaciones laborales.
- Poca disponibilidad de tiempo.

#### **Segmento de clientes secundario:**

- Personas de clase media – media/ media – baja

- Ambos sexos
- Edad: Entre 25 – 50 años de edad
- Tendencia moderada al uso de centros para el cuidado de sus hijos.
- Profesional con múltiples ocupaciones laborales y familiares
- Poca disponibilidad de tiempo
- Pocos expertos en el cuidado de los niños.

**Segmento de clientes terciarios:**

- Parejas donde la madre no trabaje.
- Poca solvencia económica.

**3.4.1 Necesidades a satisfacer**

Independientemente del tipo de negocio, todos tienen la necesidad de un cuidado para sus hijos que les aporte algo positivo para mejorar la calidad de vida de ellos y con esto las propias. Esta garantía se traduce en beneficios al final de todo el proceso. Nuestro mayor objetivo es agregar valor a nuestros clientes al ofrecerles nuestros diferentes servicios para el cuidado de su mayor tesoro. Siempre los padres vemos los hijos con tanto amor que no pensamos que son la mayor inversión que hacemos, es por esto que debemos hacerlo con la mejor garantía de que ese capital está bien invertido.

Con este proyecto se pretende dar respuesta a que muchas dominicanas y dominicanos de la zona oriental puedan quedar en confianza mientras trabajan, sin necesidad de pensar en el cuidado de sus hijos y

sabiendo que recibirán la estimulación, clases y motivación adecuada de cada etapa.

### **3.4.2 Ventajas Competitivas**

La apertura de esta franquicia contara con la dicha de ser pionero en la zona oriental de República Dominicana, lo cual constituye ya un punto a nuestro favor, al ser una empresa pionera en abrir la franquicia Gymboree en esta zona ya es nuestra ventaja competitiva. Algunos beneficios brindados por la franquicia, los cuales listaremos a continuación mediante preguntas:

#### **a. ¿Qué clases ofrece Gymboree?**

Cuando un padre y sus hijos asisten a un programa de Gymboree Play lo harán participar en el "nivel" que representa no sólo la edad del niño, sino también la tareas de desarrollo está trabajando en. Como ciertos pasos se consiguen al niño se moverá hasta el siguiente nivel.

Además de nuestros programas de juego básicas que tenemos Gymboree adicional diseñado clases que se basan el desarrollo y ofrecen todo el año. esto incluye Música, Arte y Escuela de Habilidades para aquellos niños de mayor edad (que en la mayoría de los sitios, es un dejar a la clase).

#### **b. ¿Qué tipo de capacitación se imparte por Gymboree Play & Music?**

Además de la formación inicial de la franquicia obligatoria de 8 días también ofrecemos capacitaciones regionales (como opcional y en función de las necesidades), la capacitación en el lugar con el Consultor Regional de Campo (sobre una base dispuesta), así como nuestra Franquiciado Reunión Anual (Todos los franquiciados son necesarias para asistir).

#### **c. ¿Cuánto tiempo ha estado Gymboree en el negocio?**

Gymboree Play & Music se iniciaron en 1976, nuestro fundador, Joan Barnes, reconoció la falta de clases o grupos para los niños y sus padres y

comenzó una "prueba" Clase Gymboree. Fue un éxito inmediato. Dos años más tarde, comenzó a Gymboree franquiciar su programa único y hemos ido creciendo desde entonces.

**d. ¿Qué apoyo reciben las franquicias?**

Nuestro equipo de profesionales experimentados y entusiastas apoyará sus necesidades en programas, operaciones, marketing, producto de reventa, la formación de docentes, personal y más a nivel nacional, regional y local. Nuestros franquiciados se puede decir que ofrecemos apoyo total, en todas las áreas de negocio, y es continua.

**e. ¿Gymboree Play & Music busca expandirse?**

Sí, Gymboree Play & Music está operando actualmente en los Estados Unidos y 30 otros países alrededor del mundo. Estamos trabajando agresivamente en nuestra franquicia expansión. Tenemos muchos multi-sitio y los mercados individuales disponibles dentro de los Estados Unidos. A nivel internacional hemos otorgado los derechos para operar nuestros programas como Gymboree Play & Music. Estos representantes internacionales son nuestro Maestro Dueños de Franquicia que a su vez se están expandiendo en su país de operación y ofrecer oportunidades de franquicia así como lo hacemos aquí en los EE.UU. y Canadá.

**f. ¿Quiénes son franquicias Gymboree?**

Franquicias Gymboree provienen de todas las clases sociales pero comparten una pasión por el funcionamiento de su propio negocio y para ayudar a las mentes que jóvenes desarrollan. Naturalmente, usted tendrá que trabajar con los niños. Las habilidades en servicio al cliente, marketing, gestión de personas y una comprensión financiera le ayudarán. Nuestra franquiciados provienen de orígenes diversos - maestros, las ventas minoristas, los clientes servicio, la gestión, el desarrollo del niño y las carreras corporativas. La ejecución de una Franquicia Gymboree requiere

muchas cosas y vamos a entrenar en las necesarias disciplinas para ayudarlo a tener éxito. Ser propietario de una franquicia Gymboree es a la vez desafiante y personalmente gratificante. Si quieres un negocio que ayude a futuras generaciones de niños a desarrollar social, mental y física-mental, esta es la mejor opción.

#### **g. ¿Ventaja directa para la zona oriental?**

No existe ningún centro con las facilidades, capacidad y experiencia de esta franquicia en la zona. Se detectó la necesidad que tiene esta población de tener sus niños en un centro confiable.

### **3.5 Estudio de la Zona**

(Dominicana, 2012)

Santo Domingo Este, conocida popularmente como La Zona Oriental es un municipio y capital de la provincia Santo Domingo en la República Dominicana. El municipio cuenta con San Luis como distrito municipal. Esta zona es más residencial y menos desarrollada comercialmente, pero en los últimos años ha experimentado un cambio, aunque no al mismo ritmo que su ciudad vecina Santo Domingo de Guzmán.

Pero De igual manera cuando se habla de La capital Dominicana incluimos a: Distrito Nacional, Santo Domingo Oriental, Santo Domingo Norte y Santo Domingo Oeste. Y todas forman lo que se conoce como: "El gran Santo Domingo". El estudio más completo lo tenemos del año 2010:

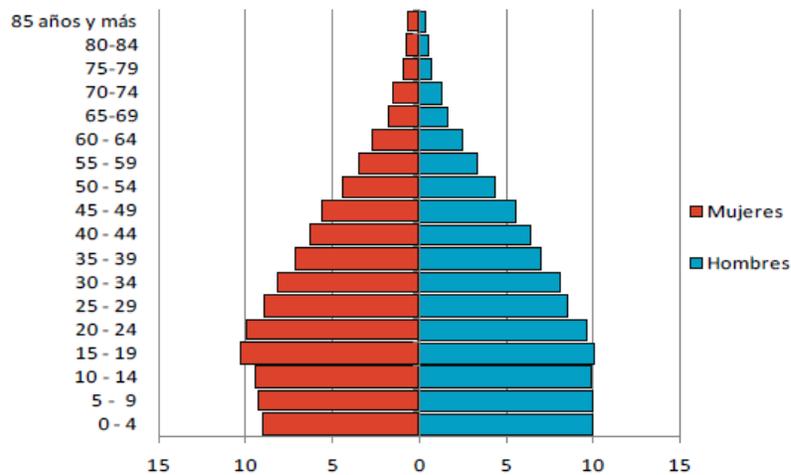
## 1. POBLACIÓN

**Cuadro 1.1**  
Población del municipio por sexo, según distrito municipal, año 2010

Municipio y distrito municipal	Sexo		Total
	Hombres	Mujeres	
Santo Domingo Este	429,853	462,099	891,952
San Luis (D. M.)	28,150	28,783	56,933
<b>Total</b>	<b>458,003</b>	<b>490,882</b>	<b>948,885</b>

Fuente: IX Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

Pirámide de la población del municipio, año 2010



**Cuadro 1.2**  
Indicadores censales, año 2010

Índice de envejecimiento: mayores de 65 años por cada 100 menores de 15 años	17.5
Menores de 5 años por cada 100 mujeres en edad fértil	32.6
Población residente nacida en el extranjero	33,530
Población residente nacida en otro municipio (inmigrantes internos)	374,586
Crecimiento intercensal de la población 2002 -2010 (%)	20.6

Fuente: IX Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

**Cuadro 1.3**  
Estadísticas vitales, año 2010

Matrimonios registrados	5,228
Divorcios registrados	613
Defunciones registradas de residentes en el municipio	3,404
Nacimientos registrados de madres residentes en el municipio	28,543

## 2. CALIDAD Y CONDICIONES DE VIDA

**Cuadro 2.1**  
Indicadores de condiciones de vida, año 2010

Porcentaje de viviendas con techo de asbesto, cemento, yagua, cana y otros	1.5
Porcentaje de viviendas con piso de tierra u otros	1.4
Porcentaje de viviendas con las paredes de tabla de palma, yagua y tejamanil	0.1
Porcentaje de hogares con automóvil de uso privado	29.5
Porcentaje de hogares con provisión de energía eléctrica (tendido eléctrico o planta propia)	99.6

Fuente: IX Censo Nacional de Población y Vivienda 2010

## 3. ECONOMÍA Y EMPLEO

**Cuadro 3.1**  
Indicadores de economía, año 2010

Cantidad de parceleros de los asentamientos campesinos, 2009	391
Superficie (en tareas) de las parcelas de asentamientos campesinos, 2009	37,698
Cantidad de concesiones de explotación minera , 2010	0
Cantidad de empleados de empresas de Zonas Francas y Zonas Francas Especiales , 2009	23,000
Índice de feminización de plantillas Z.F.*	141.7
Cantidad de hoteles, 2008	5
Cantidad de camas en hoteles, 2008	270
Cantidad de colmados y colmadones identificados por el PSD**	3,019

**Cuadro 3.2**  
Estructura del mercado laboral por sexo, año 2010

Indicadores	Hombres	Mujeres	Total
Población en edad de trabajar (PET)	366,520	401,467	767,987
Población económicamente activa (PEA)	197,105	144,516	341,621
Población ocupada	185,631	131,983	317,614
Población desocupada	11,474	12,533	24,007
Población inactiva	160,811	247,752	408,563
Tasa global de participación	53.8	36.0	44.5
Tasa de ocupación	50.6	32.9	41.4
Tasa de desempleo	5.8	8.7	7.0

El estudio del mercado nos indica que un 40% de las mujeres trabaja. Tenemos unos 32% niños menores de 5 años y un crecimiento de un 20%. Lo cual nos ayuda para el desarrollo de la franquicia.

### 3.5.1 Cuantificación del mercado

De acuerdo a los datos del IX Censo Nacional de Población y Vivienda de 2012, la República Dominicana cuenta con una población aproximada de 10.0 millones de habitantes, de los cuales el 49.83% son mujeres y el 50.17% restante son hombres.

A los fines de cuantificar nuestro mercado meta es necesario conocer la cantidad de personas que componen cada estrato social de la República Dominicana, partiendo de esta información poder estimar la demanda y el potencial de ingresos posibles que estaríamos recibiendo:

- Clase alta: 6% de la población (156,000 personas / 39,000 hogares).
- Clase media-alta: 17% de la población (1.6 millones de personas / 400,000 hogares).
- Clase media: 20% de la población (1.9 millones de personas / 475,000 hogares).
- Clase baja: 47% de la población (4.5 millones de personas / 1,125,000 hogares).
- Indigencia: 10% de la población (960,000 personas / 240,000 hogares).

La clase alta tiene un nivel de ingreso alto suficiente para hacer accesible cualquier servicio o producto, y por lo general son consumidores conspicuos. La clase media-alta o profesional, tiene ingresos relativamente altos para poder hacer accesible un estilo de vida bien acomodado. Los ingresos de la clase media, al ser moderados, requiere una constante vigilancia a sus asuntos financieros para así poder mantener un estilo de vida confortable, y

a la vez, poder ahorrar. La clase baja vive en la subsistencia y los de la indigencia viven en pésimas condiciones. Estos últimos casi siempre están afectados por el desempleo y/o empleos de muy baja remuneración.

Nuestro mercado objetivo de la zona oriental comprende un total de 891,952 personas entre hombres y mujeres compuesto básicamente por los integrantes de la clase media, alta económicamente activos (PEA) en un 40% con un total de 341,621 personas empleadas con edades comprendidas entre los 25 y 60 años. Esta cantidad representa un gran impacto para nuestra propuesta, ya que si hablamos solo de mujeres activas serían 144,516. Si a esta cantidad solo le sacamos el 6% que refleja la clase alta del área estaríamos hablando de 8,671 mujeres activas que necesitan cuidado adecuado para sus hijos y sobre todo pagarían por este.

Tenemos un total de 67 escuelas y centros infantiles en el área de la zona oriental. 30 de estos centros se dedican al cuidado infantil, pero no todos están certificados o tiene la experiencia adecuada para el desarrollo de los niños. Si dividimos estos 30 centros entre la cantidad de mujeres dispuestas a pagar, estaríamos hablando de 289 niños por centro. Lo cual nos ofrece una buena cifra para el mantenimiento de la franquicia en la zona.

### **3.5.2 Mercado Real**

Nuestro mercado está compuesto por todo ente social y productivo, de clase media, media alta que necesita un centro confiable para el cuidado de sus niños. Personas dedicadas al desarrollo y la estimulación de los bebés con el objetivo de despertar su crecimiento.

### 3.5.3 Segmentación del mercado

Empleados públicos y privados, en especial aquellos que no tienen facilidad para cuidar sus bebés ni facilidad de transporte, pero que sin embargo manejan su economía.

### 3.5.4 Mercado potencial

- Personas carentes de tiempo.
- Nuevos empleados, para evitar que afecten su crédito a temprana edad.
- Nuevas Parejas de casados
- Jóvenes empresarios, que no poseen tiempo.

## 3.6 Competencia Potencial

Gymboree no tiene una competencia directa, pero si existen dos centros infantiles que cubren algunas necesidades parecidas, como son la estimulación temprana mediante la música y el cuidado de niños hasta los 5 años.



Son un centro de servicios que cubre todas las necesidades de los niños, niñas y adolescentes no importando su condición.

Apoyándolos con programas específicos para el desarrollo en las diferentes etapas de su vida desde los 2 meses de nacidos hasta los 16 años de edad, impactando sus capacidades físicas y cognitivas, mediante actividades lúdicas y físicas que potencian su desarrollo, autoestima e inteligencia.

Trabajan desde los primeros meses de nacidos preparándolos para vivir en mundo competitivo, con amor a la vida saludable y la actividad física, pero sobre todo seres humanos capaces, equilibrados y felices.

Misión: Educar a través del movimiento en un ambiente no competitivo, con objetivos orientados hacia el desarrollo de habilidades, en una atmósfera retadora para los niños, estimulando la creatividad y la curiosidad natural.

Visión: Ser parte íntegra del crecimiento y desarrollo psicomotor de niños y niñas de temprana edad, y que sus padres nos perciban como parte importante de su núcleo familiar, confiándonos la educación temprana de sus hijos.

Valores: Honestidad, Trabajo en equipo, Respeto, Ética.

En República Dominicana la franquicia se encuentra en dos establecimientos del distrito nacional: 1. Evaristo Morales Av. Paseo de Locutores #58, 1er. Nivel Edificio Centre. 2. La Castellana Calle Lorenzo Despradel #27.



CENTRO PIONERO EN ESTIMULACIÓN MUSICAL A TEMPRANA EDAD.

Utilizan la música como herramienta idónea para estimular y potenciar todas las destrezas de los niños, aprovechando los años más importantes en su desarrollo. Trabajando en todas las áreas de manera integral (vocabulario, lógica matemática, estructura del pensamiento, inteligencia visual espacial, capacidad de relacionarse con otros, concepto de compartir, desarrollo motor, sensibilidad artística, autoestima, estableciendo una conexión

emocional de calidad entre padres e hijos por medio de música, bailes, canciones, cuentos cantados, exploración de instrumentos musicales.

LA MISION fundamental en Crescendo Musical es desarrollar y potenciar las funciones cerebrales de los niños tanto en el plano intelectual, como en el físico y afectivo, mediante juegos y ejercicios musicales repetitivos, desde la etapa prenatal hasta los 6 años de edad.

Productos ofrecidos:

Clases de Estimulación Musical desde 3 meses de nacidos hasta 4 años de edad.

Clases de Estimulación prenatal: 2do trimestre de embarazo.

Clases de prekinder y kínder musical: 4-8 años de edad.

Clases de instrumentos: violín, guitarra, flauta, piano, percusión.

Ubicados en Acrópolis Center, AVE. Winston Churchill.

### **3.7 ANALISIS FODA**

#### **Fortalezas**

- Novedoso concepto
- Franquicia de Nombre conocido y popular
- Garantía en el cuidado de los niños.
- Acreditación en estimulación temprana.
- Calidad en las instalaciones.
- Seguridad al usuario.
- Programa formal de actividades.

### **Oportunidades**

- Alianza estratégica con Gymboree Santo Domingo.
- Crecimiento rápido del mercado.
- Crecimiento de la clase media y alta en la zona oriental con nuevos proyectos de edificios.
- Ampliación de negocios.

### **Debilidades**

- Confianza en el usuario.
- Dependencia de la casa primaria.
- Poca inversión publicitaria.
- Modelo enfocado en clientes de clase alta.
- Concentración en santo domingo este.
- Precio enfocándonos en el publico meta.
- Modelo de franquicia en la zona oriental poco implementado.

### **Amenazas**

- Nuevos competidores de colegios que tienen presencia a nivel de básico y nuevos oferentes del negocio.
- Entrada de nuevos competidores.
- Entrada o ampliación del portafolio de servicio.
- Regulación restringida por parte de la franquicia principal.

## **3.8 Marco Estratégico**

Gymboree Play & Music REPUBLICA DOMINICANA esta manejado por LMH CONSULTORES S.R.L.

Atreves de ellos y con el aval, experiencia y seguimiento se realizaría la apertura de la nueva franquicia que estaría ubicada en Santo Domingo este. Aquí tenemos la INFORMACIÓN PARA EL FRANQUICIADO UNIDAD DE PROSPECTIVA POR TERRITORIO: Paraíso, Santo Domingo (el "Territorio") Av. Rómulo Betancourt No.1362 Bella Vista, Santo Domingo, 21708 Rep. Dom. Fecha de emisión: 30 de junio 2011.

### **3.8.1 Business Plan FRANQUICIA GYMBOREE**

Cargo de Franquicia Inicial: \$ 25,000 (incluyendo el depósito inicial de \$ 2,500). Sucesor Franchise Fee: \$ 2,500 cada uno, como se describe a continuación esta información se proporciona al franquiciado unidad de prospectiva en el Territorio.

#### **I. FRANQUICIADOR DETALLES**

##### **1. El Franquiciador y Partes Especialmente Relacionadas**

El franquiciador es LMH CONSULTORES SRL ("Gymboree"). Gymboree se constituye en el Estado de California, EE.UU., el 6 de julio de 1994, Gymboree hace negocios y tiene la intención de hacer negocios bajo el nombre GYMBOREE, Gymboree Play & Music, Gymboree Growing Young Minds, así como su denominación social. Dirección principal del negocio de Gymboree es 500 Howard Street, San Francisco, California 94105 EE.UU.

Gymboree es una subsidiaria de propiedad absoluta de The Gymboree Corporation, Delaware Corporation (el "Padre"). Dirección principal del negocio de la Sociedad Dominante es 500 Howard Street, San Francisco, California 94105 U.S.A

## **2. Experiencia de negocios del franquiciador y sus Afiliados**

Desde sus inicios, se ha vendido franquicias Gymboree para la operación de un negocio "ludoteca" que implica no terapéutico sensorio-motor, programas de juego entre padres e hijos, las fiestas de cumpleaños, tema partes y partes de línea historia para lactantes y niños en Gymboree rangos de edad específicos, utilizando equipos y programas tales que ayudan especialmente al desarrollo de la estimulación temprana. El Gymboree Programa actualmente incluye programas para bebés y niños desde el nacimiento hasta los cuatro años.

La participación de los padres de los niños es obligatoria en todos menos uno de los programas de juego. El objetivo es proporcionar la interacción social, actividades motoras y sensoriales de la música en un juego positivo medio ambiente.

Al 31 de enero del 2009, Gymboree operaba un total de seis propiedad de la empresa Gymboree Centros de juegos, dos en California EE.UU. y cuatro en la Florida. Además, Gymboree operaba una propiedad de la empresa Metro Center Gymboree. A partir de esa fecha, Gymboree también contaba con una red total de 244 franquiciados que operan en EE.UU. y sus territorios y posesiones. Gymboree también tiene 15 franquiciados que operan en Canadá.

Gymboree ha ofrecido franquicias de unidad para desarrollar y franquiciar el Sistema de Gymboree en países fuera de Estados Unidos desde 1989, cuando la primera franquicia de unidad fue vendida en Australia. Actualmente cuenta con franquiciados de unidades en Argentina, Australia, Chile, China, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Francia, Grecia, Hong Kong, India, Indonesia, Irlanda, Japón, Malasia, México, Panamá, Perú, Filipinas, Portugal, Singapur, Sudáfrica, Corea del Sur, España, Suiza,

Taiwán, Tailandia, Turquía y el Reino Unido. Al 31 de enero, 2009, estos franquiciados internacionales tienen 365 franquiciados.

### **3. Los costos unitarios del franquiciado**

#### **a. Gastos de establecimiento**

Los pagos de puesta en marcha que se hará por Franquiciado Unidad deberá hacer un depósito inicial de Gymboree en una cantidad descrita anteriormente tras la ejecución del contrato de franquicia Unidad, Unidad Franquiciado pagará al Gymboree una Comisión Franquiciado inicial no reembolsable como se describe anteriormente.

#### **b. Requisitos de Capital e Inversión de la Unidad Licenciario**

Gymboree no tiene ningún requisito de capital para el Franquiciado Unidad, aunque el Franquiciado unidad debe estar adecuadamente capitalizado con el fin de poder cumplir con sus obligaciones de Gymboree.

#### **Proyectada inversión inicial del Franquiciado Unidades en dólares estadounidenses:**

\* Alta - Baja \*

Cuota de franquicia \$ 25,000 \$ 25,000

Depósito de Bienes Raíces \$ 3,000 \$ 15,000

Construcción, Honorarios de arquitectura, Gastos relacionados \$ 0 \$ 75,000

Muebles, Accesorios, Equipos & Décor 31,200 dólares 40,000 dólares

Inventario de apertura, Clase Ayudas y reventa del producto \$ 5.000 \$ 15.500

Señalización \$ 2.500 \$ 9.000

Pre-Apertura sueldos y la capacitación (Travel & Living gastos) \$ 250 \$ 4,000

Materiales y equipos de oficina \$ 1,800 \$ 7,900

Capital de Trabajo \$ 25.000 \$ 60.000  
Seguros \$ 1,000 \$ 3,000  
Depósitos de Utilidad \$ 0 \$ 250  
Honorarios profesionales \$ 1,000 \$ 5,000  
**TOTAL DE \$ 95.750 \$ 268 750**

Las cifras reales de los que se dan estimaciones de la tabla pueden ser más altas o más bajas en el Territorio. Los costos reales variarán para cada Franquiciado dependiendo de un número de factores, incluyendo el tamaño y la ubicación de los centros de juego, equipos gastos, primas de seguros, equipos de principiantes, y la existencia de instalaciones adecuadas para la obra.

**Requisitos generales de Gymboree Play & Music Centros apropiados:**

La lista que sigue establece criterios específicos para utilizar en la evaluación de las diversas posibilidades que considere el nuevo gerente de franquicia.

Tamaño: Gymboree Play & Music Centers deben tener un mínimo de 2.200 metros cuadrados de espacio utilizable y dos habitaciones cerradas (por lo menos uno de los cuales debe tener un mínimo de 300 a 400 metros cuadrados y la otra un mínimo de 1.500 metros cuadrados de superficie útil para acomodar disposición de los equipos); los metros cuadrados óptimos es de 2,500 a 3,500 pies cuadrados. Estas cifras son tomadas de los materiales de selección del sitio de Gymboree y están sujetas a cambio en cualquier momento y por cualquier razón a sola discreción de Gymboree. Este debemos ubicarlo en una plaza o casa céntrica de la Av. Propuesta.

Ubicación: la accesibilidad es una consideración importante. Además de ser situado cerca de los principales centros de población, lo mejor es que

los sitios están ubicados cerca de las principales arterias o vías y son fáciles de encontrar. Por ejemplo en Santo Domingo este una de las vías principales en la Av. San Isidro.

Estacionamiento: Debe haber suficiente estacionamiento para las familias que asisten a Gymboree Play Y Centros de Música. Esta consideración es especialmente importante para el público meta que queremos conseguir.

Diseño del espacio: El espacio no debe ser demasiado estrecho (por lo menos 20 a 25 pies de ancho) y debe no tener un montón de obstáculos en el área de espera del centro. El espacio debe tener techos altos (aproximadamente 12 "o superior) y ventanas para proporcionar luz natural y ventilación.

Apariencia general: Los padres y los niños disfrutan el venir a clases en lugares que sean atractivos y con fácil acceso. Por lo tanto, es importante tener en cuenta la limpieza general y estado de conservación de los centros comerciales o lugares comerciales, así como el aspecto interior del local seleccionado. Todos los Gymboree Play & Music deben cumplir con los requisitos específicos de Gymboree de Manuales de operación. Sólo tener en cuenta los espacios que, o bien cumpla con las ordenanzas locales, las leyes estatales y de gobierno o pueden ser renovadas para cumplir con dichas leyes.

#### **4. Costos de franquicia activa**

a. Para cada espacio nuevo cubierto por cualquier contrato de franquicia Unidad, pagará Gymboree una continua cuota de franquicia del 8% de los ingresos brutos del franquiciado de cada trimestre calendario, sujeto a un pago mínimo trimestral de EE.UU. \$ 1.000.

b. Retención de Impuestos: Las retribuciones devengadas por Gymboree son netos, y Franquiciado serán responsables del pago de los impuestos de retención en el territorio.

c. Para los empleados

SFS: Se le retiene al empleado un 3.04% de su sueldo y el empleador paga por cada empleado 7.09

SVDS: Se le retiene al empleado un 2.87% y el empleador paga por cada empleado 7.1.

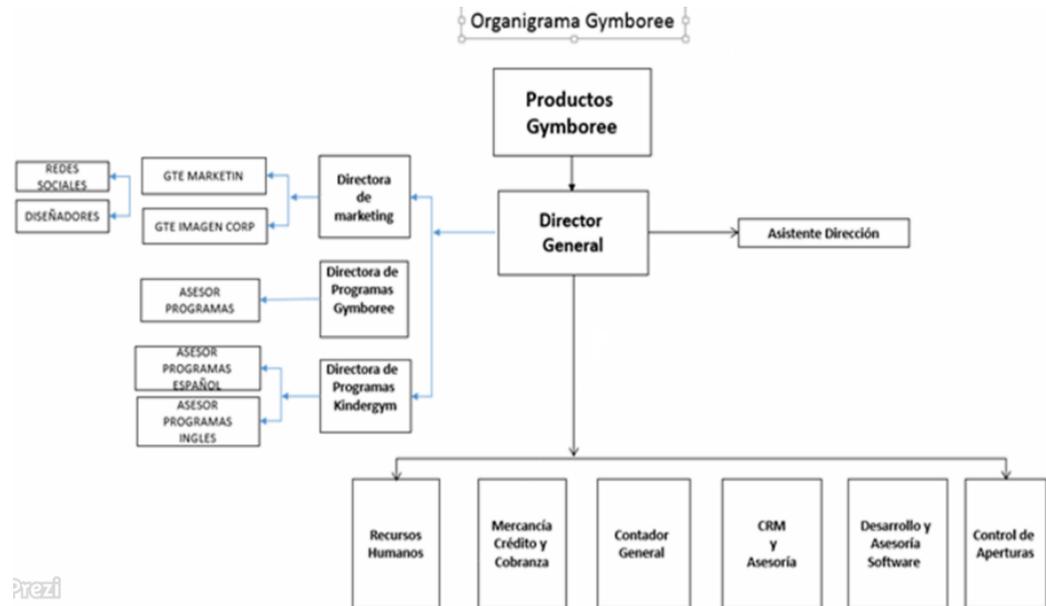
## **5. Información importante**

Candidatos de franquicia deben demostrar su experiencia en los negocios, la capacidad y la energía para seguir con éxito las directrices de Gymboree previstas para desarrollar la franquicia. Marketing y habilidades de reclutamiento son muy relevantes. El primer objetivo para un nuevo franquiciado será el establecimiento de un Gymboree Play Center. A partir de entonces, Gymboree hará proporcionar apoyo a la gestión, la formación continua y asesoramiento al franquiciado como se describe en el contrato de franquicia, para lograr los más altos niveles de estándares de operación y rentabilidad. Anexos

A - ACUERDO DE FRANQUICIA UNIDAD

B - ESTADOS FINANCIEROS

### 3.8.2 Organigrama



Nota: a este organigrama no se le incluyen las niñeras y ayudantes a que estas entran al programa según la cantidad de infantes inscritos en el centro y las necesidades del momento.

### 3.8.3 Presupuesto de apertura franquicia Gymboree para Santo Domingo Este

1. Descripción de la capacidad inicial de Gymboree propuesta para Santo Domingo este.

DESCRIPCION	CAPACIDAD	Tamaño
<b>Nerseri</b>	1 hab de 15 niños	20mts2
<b>Aulas de clases</b>	4 Aulas de 20 niños	40mts 2 cada una. 80mts2
<b>Crecimiento estipulado para el segundo año de un 20%</b>	1 sala de estar capacidad para 30 niños. Podria volverse aula	50mts2
<b>Area de Juegos para</b>	50 niños	70mts2
capacidad maxima en Aulas	130 niños	
Local con una capacidad de	220 niños ocupado al 100%	
cada aula puede crecer en un 50%. Segun el espacio.		

Descripción	Gastos iniciales uS\$
Franquicia	18,200.00
juegos tipo GYMB. Usados	8,333.33
Accesorios Adicionales. Señalizaciones	3,333.33
productos de apertura. Inventario	4,000.00
acondicionamiento del local. Arquitectura (imitacion grama patio, jardineria, techos en sheerock, luces, alfombras pisos)	5,000.00
Alquiler Local 570 al mes. Pago deposito 3 + 1	1,710.00
<b>TOTAL:</b>	<b>40,576.67</b>

Estos Gastos de apertura se estiman con un local de valor medio en la zona oriental.

### Gastos Mensuales RD\$

Descripcion	Sub gerente	Cantidad de Nanas	Descuentos TCS	Profesores especiales para clases
Cantidad	1	3	7.09%	3
Gastos mensuales	11,500.00	8,000.00	1,365.00	12,000.00
<b>TOTAL Mensual</b>	<b>11,500.00</b>	<b>24,000.00</b>	<b>2,485.00</b>	<b>36,000.00</b>

Local	Luz, Telefono internet cable	Gatos Adicionales (brindis, cocina..)	Impuesto Annual DGII	% uso de franquicia	
1	1	2%	18%	6% cada 3 meses.	
22,000.00	7,000.00	5,000.00	3,240.00	19,112.58	<b>GRAN TOTAL</b>
22,000.00	7,000.00	5,000.00	3,240.00	19,112.58	<b>130,337.58</b>

Las Ayudantes no se consideraron dentro de los gastos mensuales, ya que esta cantidad puede participar mensualmente o no, todo dependerá del crecimiento y la necesidad del centro.

### Ganancias Mensuales RD\$

Descripcion	Cantidad de niños	1 Clase semanal	1 Gym Mensual	
Cantidad	30	5 niños * 2,950.00	20 niños * 950.00	
Ganacia ind. mensual	6,000.00	14,750	19,000.00	<b>Gran total</b>
<b>TOTAL Mensual</b>	<b>180,000.00</b>	<b>59,000</b>	<b>19,000.00</b>	<b>258,000.00</b>

Estas ganancias se estudiaron con la capacidad máxima de inicio enfocada solo para 30 estudiantes, pero no con el total que pudiera manejarse. Los inicios son difíciles y no trabajamos al 50%, es por esto que se estima solo el 12% de capacidad.

### **3.9 Estándares para centros de Cuidado Infantil**

(Infantil, 2012)

Para mantener un buen programa, la meta de su negocio deberá ser la de inscribir Aproximadamente de un 85 a 90 por ciento del cupo total. Por lo tanto es importante verificar que el área dónde usted ubique su negocio tenga suficientes niños para llenar su nuevo centro.

#### **3.9.1 Ubicación del local**

Al evaluar la ubicación del nuevo centro infantil (guardería) se presentarán muchos factores. Es preferible estar ubicado en un lugar fácil de encontrar, con buen acceso y visibilidad.

Desafortunadamente las ubicaciones de este tipo tienden a estar en áreas de mucho tráfico, las cuales son menos deseables para la seguridad de los niños. Algunas opciones pueden satisfacer ambos ideales. Una entrada circular para los carros les dará mayor facilidad a los padres al dejar y recoger a sus niños, al mismo tiempo proporcionará acceso fácil al edificio. Esta disposición también aumentará la seguridad de los niños, porque el edificio estará situado en una parte más adentro de la calle. Instalar una cerca alrededor de la propiedad es también importante. La posibilidad de usar un edificio vacante, como una tienda de comestibles o un almacén es factible.

Debido a su diseño, cuando se quita la estantería, estos edificios son fáciles de remodelar. También, es bueno tener los espacios separados de la oficina, manteniendo ésta fuera de la vista de los niños para trabajar mejor fuera del bullicio. Lo malo de obtener esta clase de edificios, es obviamente la falta de área de juego al aire libre, haciendo necesario tener más creatividad para el diseño interior.

### **3.9.2 Área de Juego Exterior**

Si el edificio donde está localizado el cuidado infantil (guardería) tiene suficiente espacio abierto, o si hay un parque en la comunidad, juegos al aire libre deberán incluirse en las actividades diarias, siempre que el clima lo permita. En el caso de un parque en la comunidad, poco se puede hacer para cambiar la disposición y seguridad para los niños. Sin embargo, teniendo un buen plan para su propio local, puede hacer el equipo de juego más seguro y más agradable para todos los niños. También es necesario proporcionar un área de juego de concreto o pavimento, para que los niños puedan utilizar este espacio para montar los juguetes como triciclos, jugar con las pelotas, y otras actividades.

### **3.9.3 Diseño Interior**

El diseño interior del centro será definido o determinado por la variedad de edades de los niños y también por los servicios especiales que se ofrecen. El diseño requiere dos cosas, hacerlo a prueba de niños y utilizar el espacio disponible. Estos dos criterios se deben evaluar para usar el espacio apropiadamente. Los diseños deben incluir que los enchufes eléctricos estén cubiertos y fuera del alcance de niños pequeños. Muchos recursos, incluyendo los diseñadores pueden proporcionar buenas ideas para que el centro esté a prueba de niños y así poder ayudarle a evitar dificultades. Un diseño bien organizado no solamente hará funcionar el cuidado infantil más eficientemente, sino también será una experiencia más agradable para los niños. Al diseñar el local es una buena idea tener dos áreas, una tranquila y pacífica para la siesta y otra donde se pueda hacer más ruido, para que los niños jueguen.

### **3.9.4 ACTIVIDADES Y PRECAUCIONES DIARIAS**

#### **1. Horarios**

Las actividades de un centro deberán ser programadas diariamente y podrán tener cambios, pero el horario deberá mantenerse consistente. De ésta manera, los niños estarán acostumbrados a ciertas actividades en ciertas horas del día. Estos incluyen las comidas, los bocadillos y las siestas para los niños más pequeños. Después de cierto tiempo, éstas actividades se convertirán en parte de la rutina diaria de los niños y comenzarán a esperar por sus actividades preferidas.

#### **2. Alimentación**

Los centros de cuidado infantil (Guardería) proporcionan por lo menos una comida caliente y dos bocadillos por día por niño. Por lo tanto, será necesario emplear a un cocinero o ayudante para preparar los alimentos. Dependiendo del tamaño del centro, el cocinero puede también ser el que prepare los bocadillos durante el día, y el desayuno si el centro lo ofrece. Los menús deben estar preparados con anticipación y aprobados por un dietista.

También será necesario tener suficientes servicios de mesa y asientos para que todos los niños puedan comer. Al principio esto será parte de los gastos, y variará dependiendo de los niños a los cuales usted les proporcionará el alimento. La mayoría de los niños comerán en las mismas mesas y sillas en las cuales juegan y hacen actividades. Algunas excepciones serían niños pequeños que requieren sillas altas y bebés que requieren rutinas de alimentación especiales.

Programa de Nutrición Infantil y para Adultos: Distinto a los hogares del cuidado infantil (Guardería), en los centros no hay sistemas de reembolso, a cambio, cada niño es asignado un valor de reembolso por la comida, basada en los ingresos de su hogar. Este programa puede servir

para bajar el costo de los alimentos para los niños a su cuidado, así como asegurarse de que las comidas que sirven sean de alimentos balanceadas.

### 3. Invitados Especiales y Días de Excursiones

De vez en cuando se pueden traer invitados para enseñar y entretener a los niños. Estos deberán ser divertidos y educacionales. Los invitados más populares incluyen a oficiales de policía, el cuerpo de bomberos, y otros individuos que puedan enseñar y divertir a los niños.

Las excursiones pueden ser limitadas a niños grandes, debido a que los niños pequeños toman la siesta y quizás tengan otros programas. Los lugares más populares incluyen parques, museos, áreas de naturaleza, y otros lugares especiales. Como estas excursiones con frecuencia incurren algunos gastos, tales como el transporte, es necesario notificar a los padres con anterioridad para que sus niños puedan participar. Debido a la responsabilidad de seguridad para los niños, los padres deberán dar el permiso por escrito, y el transporte para estas excursiones deberá limitarse al uso de los autobuses escolares.

### 4. Servicios Especiales.

Ingresos por ofrecer servicios adicionales en el centro pueden ser una fuente valiosa de fondos. Estos servicios pueden incluir, cuidado de tiempo extra, comidas adicionales y clases de baile y gimnasia. Las limitaciones y restricciones de la licencia, del seguro, y los contratos con el personal, determinarán las actividades que usted pueda ofrecer en su centro.

#### **3.9.5 ADMINISTRACIÓN**

Servicios de Gerente / Director tienen estrictos requisitos para los directores del cuidado infantil y el personal. Los antecedentes de educación determinarán quién puede asumir el control de funcionamiento del centro, o

si es necesario emplear a un gerente o a un director. Esta persona deberá trabajar bien y gozar de la compañía de niños, comunicarse bien con adultos, tener empatía y tener un buen sentido de talento para atraer a nuevos clientes.

### 1. Quién Entrega y Recoge a los Niños

El procedimiento para recoger al niño puede parecer fácil, pero cuando el niño debe ser recogido por alguien con excepción de los padres o tutores, la situación se convierte en un asunto de importancia. Para la seguridad de los niños, es necesario tener pólizas y procedimientos a seguir, o un permiso por escrito y firmado por los padres dando una lista de personas autorizadas para recogerlos. Si la persona que debe recoger al niño no está en la lista, el director del centro o el encargado deberán tener por escrito instrucciones específicas firmadas por los padres. Es demasiado simple que alguna persona llame por teléfono pretendiendo ser el padre, la madre o el tutor.

Los padres comprenderán tales reglas, como también entenderán que esto es para el bienestar y protección de su niño. Mientras que es improbable que estos problemas ocurran, lo mejor es prevenir. Obviamente, el procedimiento llega a ser más complicado entre más niños tiene el centro.

### 2. Publicidad

Para el éxito de un centro, una buena campaña publicitaria es crucial. Algunas de las áreas que estarán dentro del presupuesto de publicidad incluyen un letrero visible y atractivo, anuncios en el periódico y la radio, y publicidad en los negocios locales.

El letrero debe ser informativo y estar a la vista del público. Debe incluir el nombre, número de teléfono, dirección, horas de servicio, y programas especiales que usted ofrezca. En algunos casos los reglamentos de la ciudad restringirán el tamaño del letrero, así que trate de utilizar

eficientemente el espacio permitido. Un diseñador gráfico le indicará la manera más eficiente de delinear el letrero.

Las tarjetas de negocio (business card) también identificarán y reflejarán detalladamente el contenido del letrero. Aunque esto parece algo simple y sencillo, puede ser una manera económica de asegurarse que el público considere su negocio como una buena opción. Estas tarjetas también pueden ser impresas para su personal, lo cual puede ampliar la publicidad.

Comience el proceso publicitario de su centro con anticipación, mucho antes de la inauguración, para asegurarse que un buen número de niños estén inscritos el primer día de clase. La publicidad en los periódicos y la radio puede ser una forma efectiva y económica para alcanzar esta meta. También inscribese en las páginas amarillas del directorio telefónico. Recuerde que esto se debe hacer antes del período de publicación del mismo.

Después de la gran abertura, continúe anunciando y promoviendo su negocio seguido, hasta que alcance las metas de inscripción que desea. Una vez que esto ocurra sigue siendo importante continuar con la promoción de su negocio, pues es necesario substituir a los niños que se van graduando del cuidado infantil. El tiempo apropiado para aumentar el nivel de publicidad, está alrededor del principio del año escolar cuando usted perderá un buen número de niños quienes entrarán a la escuela.

### 3. Folleto o Brochure

Una forma muy especializada de promoción que la mayoría de los centros de cuidado infantil encuentran particularmente útil, es un folleto bien reproducido acerca del centro. Este debe ser un folleto completo y debe planearse muy bien antes de imprimirlo. Esta será la primera oportunidad de permitir a los clientes ver por escrito todos los servicios que usted

proporciona, así mismo ver las razones por las cuales ellos elegirán su centro y no el de su competencia. Una inversión en un folleto de alta calidad podría asegurar un gran éxito en el futuro de su negocio. Una posibilidad de reducir los costos del folleto, es buscando la forma de trabajar y cooperar con los alumnos de publicidad de la universidad local. El contacto con el instructor determinará inmediatamente si estaría interesado en esta clase de experiencia para sus estudiantes.

Otra opción económica sería emplear un redactor de textos de publicidad independiente. Estas ideas pertenecen solamente a la porción del diseño del folleto, pues usted deseará contratar una compañía profesional y de calidad para imprimirlo.

Los folletos se deberán distribuir en una forma diferente a las tarjetas de negocio, pues estas son las publicaciones más informativas de su negocio y deberán ser dadas a posibles clientes, empleados, cámaras de comercio, en conferencias y otras juntas de negocios.

#### 4. Seguros

Para un centro de cuidado infantil (guardería), hay necesidad de tener diferentes clases de seguro, los más importantes son los de responsabilidad. En segundo lugar está el seguro del local donde el centro está ubicado. El tercero es el seguro para los empleados y los dueños del centro.

Finalmente, el seguro del vehículo es necesario para cualquier uso o servicio del centro.

El seguro de responsabilidad, distinto al de cuidado infantil en el hogar, estará solamente disponible como póliza comercial. Dependiendo de las pólizas disponibles, su agente de seguros podrá ayudarle a tomar el mejor plan para su centro. También es necesario tener seguro para continuar recibiendo ingresos en caso de accidente o incapacidad para que el negocio

continúe funcionando. El seguro de incapacidad podría ser una inversión prudente, y puede ser otorgada por la misma agencia que se encarga de su seguro de salud o de vida.

### **3.9.6 ASUNTOS FINANCIEROS**

#### **1. Comenzado su Negocio**

Aunque ésta información está dirigida principalmente a los dueños de centros de cuidado infantil (guardería), se recomienda que los dueños de negocios de cuidado infantil en el hogar también lean y analicen ésta información.

Cuando se tiene un negocio, uno de los principales aspectos es el de tener un presupuesto. El presupuesto es un instrumento de planeación, el cual proporciona una dirección más sólida y segura. Este instrumento se puede utilizar para corto y largo plazo. Para determinar el progreso del negocio, es una buena idea revisarlo con frecuencia y comparar los presupuestos de años anteriores con los más recientes. Si usted está empezando, será útil proyectar sus costos incluyendo los gastos de pre-abertura, primer año de operación, e inscripción / matrícula completa del segundo y tercer año.

#### **2. El Presupuesto**

Un presupuesto le ayudará a implementar los servicios y actividades que usted ofrece y en última instancia la misión de su programa. Preparar un presupuesto es un gran esfuerzo e implica mucho trabajo. Por lo mínimo, usted deberá:

- Identificar quién preparará el presupuesto y cómo colectará la información.

- Establecer el término de preparación, revisión y aprobación del presupuesto.

- Desarrollar un procedimiento de revisiones periódicas.

### 3. Documentando Ingresos y Otros Recursos

Los ingresos son la base principal de cualquier negocio o empresa. Las ganancias netas son el resultado de los ingresos menos los gastos. A menudo, los negocios de cuidado infantil (guardería) tienen dificultad al tratar de conseguir financiamiento a largo plazo. Generalmente, esto ocurre porque los ingresos provienen de una variedad de fuentes, por ejemplo: honorarios de la inscripción, vales, programas de subsidios, de alimento, y mercancías ocasionalmente donadas. Los banqueros y los oficiales de préstamo desean ver una corriente de ingresos sólida y estable que pueda garantizar la deuda del préstamo a largo plazo. Mantener los expedientes detallados y exactos de todos los recursos, le ayudará a establecer su caso si usted necesita financiamiento adicional en el futuro.

### 4. Costos de Pre-Apertura

Los gastos de pre-apertura incluirán generalmente (1) gastos de renovación o construcción necesarios para cumplir con los requisitos que indica la licencia y para cumplir con reglamentos de seguridad contra incendios, (2) equipo y muebles, (3) surtido de mercancía, (4) gastos de publicidad, (5) seguros, (6) servicios legales de contadores y abogados, y (7) gastos de personal

### 5. Para diseñar y comenzar su negocio.

#### a. Primer Año de Operación

El primer año como cualquier otro negocio tendrá dificultades. Ciertos gastos serán difíciles de predecir y de manejar hasta que su negocio llegue a

estar financieramente estable. En la mayoría de las circunstancias, el primer año será un período de inscripción / matrícula baja.

Durante este período, ciertos gastos tales como pagos de alquiler / renta o de hipoteca, serán costos fijos (costos que no varían). Esto significa que no importa el número de niños matriculados/inscritos, los gastos tendrán que pagarse. Por consiguiente, al calcular el presupuesto del primer año es importante tener fondos adicionales para cubrir cualquier gasto adicional hasta que sus ingresos se estabilicen.

b. Término completo de inscripción (segundo y tercer año)

La planificación a largo plazo también deberá incluir el presupuesto de un año completo de inscripción / matrícula. Esto generalmente ocurrirá durante el segundo y tercer año. Este presupuesto le será útil para determinar si su negocio se podrá sostener durante un largo plazo.

Sea conservador al estimar la inscripción. Raramente un negocio de cuidado infantil (guardería) tiene inscripción de capacidad completa. Lo mejor es proyectar un porcentaje de 85% a 95% por ciento del cupo total.

c. Calculando Ingresos y Otros Recursos

¿Hay necesidad de un nuevo centro de cuidado infantil (guardería) en su comunidad? Los estudios han demostrado que en Illinois la reforma de subsidio federal causó que las personas que recibían ayuda federal entraran a la fuerza laboral, creando así una crisis en la disposición de cuidado infantil de calidad. (Para más información llame a "IEN" al 800/252-2923 un servicio del Departamento de Comercio y Oportunidad Económica de Illinois–DCEO por sus siglas en inglés).

d. Proyección de Inscripción / Matrícula

Proyectar cuántos niños y jóvenes en su comunidad necesitan de cuidado infantil (guardería), ya sea tiempo completo, o por algunas horas, y saber cuál es la diferencia en edad, es proyecto que se debe hacer antes de empezar. Los estudios indican que la viabilidad financiera para un centro que funciona casi exclusivamente de honorarios de cuota, puede ser mantenida con una inscripción sobre 60 a 75 niños. Esta figura toma en consideración el requerimiento de proporción de un empleado por cierto número de niños, y el uso máximo del espacio del local. Los centros grandes que tienen un promedio de 100 a 120 niños son mucho más lucrativos.

En los Estados Unidos, la estadística de la oficina del censo indica que el uso del centro de cuidado infantil (guardería) aumenta con las familias que ganan más de \$45.000 por año, esto quiere decir que hay dos veces más posibilidad de que inscriban a sus niños que las familias que ganan menos de \$20.000.

## 6. Profesionalismo

El profesionalismo es una actitud que se trasmite a través de su aspecto, su actitud, su manera de pensar, de sentir y de opinar. Puesto que el primer contacto con los padres es generalmente a través del teléfono, es muy importante para quién lo contesta tener experiencia. Los padres deberán hablar con alguien que sea amistoso y cortés al contestar las preguntas y proporcionar la información.

Asegúrese que la persona que conteste al teléfono tenga un cuaderno para tomar notas y mensajes incluyendo los nombres, direcciones y números de teléfonos de los padres antes de terminar la conversación. Cerciórese de que la información solicitada por los padres sea enviada inmediatamente.

Después de decidir quién será responsable de contestar el teléfono, tenga presente dos cosas:

Trate de comprender las necesidades de los padres haciendo preguntas acerca de la edad, las horas, y días que el niño necesita cuidado. Comparta la información apropiada sobre su programa asegurándose de mencionar honesta y claramente sus honorarios.

#### 7. Determinando Cuotas de Admisión / matrícula

Los costos de un programa determinarán en gran parte la cantidad que se deberá cobrar. El proceso de cómo determinar honorarios incluye lo siguiente:

- Determinar el costo anual del programa y dividirlo por el número de niños a quién se va a servir.
- Identificar el promedio de cuotas que los padres en la comunidad pueden pagar o que están pagando actualmente.

#### **3.9.7 ESTIMANDO COSTOS**

Proyectar costos puede ser desafiante. Lo mejor es seguir los consejos de otros dueños de cuidado infantil (guardería) que han tenido éxito y de expertos en contabilidad y finanzas.

También la red de Recursos y Referencias de Cuidado Infantil de su área le puede ayudar dándole buena información en esta área de su negocio. Los promedios siguientes reflejan porcentajes típicos de los gastos en este tipo de negocio:

Empleados 55 – 65%

Local 15 – 20%

Electricidad, Teléfono, Agua, Etc. 4 – 7%

Alimentos 3 – 5%

Surtido de Mercancía 3 – 5%

Equipo 2 – 3%

Seguro 2 – 3%

Gastos Misceláneos 5 –7%

Gastos: contabilidad, legales, de entrenamiento, de transportación 3%

**Nota: Tenga presente que estas proyecciones reflejan gastos normales de mantenimiento y no costos de lanzamiento.**

#### 1. Empleados

Los presupuestos de pre-abertura necesitarán incluir un mínimo de salario / sueldo de dos meses para que un director organice el programa, promueva el negocio, contrate y entrene empleados.

Los presupuestos para el negocio deberán incluir los costos de salarios, aumentos de sueldo y bonos de empleados permanentes y sustitutos incluyendo el conserje y el cocinero (sí las comidas se preparan en el local). El período de planeamiento, conferencias con los padres, reuniones de personal, y horas de entrenamiento de los empleados también pueden incluirse en esta sección del presupuesto.

Los costos de beneficios para los empleados incluirán gastos de impuestos estatales y federales, seguro social, seguros (aseguranza) de incapacitación, y compensación de trabajo causada por accidentes; también puede incluir días de enfermedad, días festivos y de vacaciones, seguro de salud, de vida, y retiro. Varios estudios indican, que los costos del personal afectan la calidad del programa más que cualquier otro factor. En un estudio detallado de 401 centros de cuidado en escuelas en cuatro estados, el Dr. S.

Helburn de la Universidad de Colorado, determinó que los centros de mayor calidad gastaron más en salarios y beneficios para sus empleados que en cualquier otro factor, comparados con centros de menor calidad.

## 2. Local

Los costos de pre-abertura deberán incluir gastos de renovación o reformas necesarias para cumplir con reglamentos de seguridad, códigos contra incendios y requisitos de zonas.

Es importante investigar estos costos cuidadosamente. Para un buen planeamiento y para cumplir con todos los códigos y requisitos de licencia comuníquese con las oficinas locales del Departamento de Servicios para Niños y Familias, los departamentos de bomberos, el departamento de salubridad, e inspectores de zona y construcción locales. Si usted piensa hacer renovaciones y cambios mayores, sería prudente invertir en los servicios de un arquitecto que tenga experiencia en diseño de instalaciones de cuidado infantil (guardería).

### **3.9.8 ¿Debería usted comprar o alquilar?**

1. La compra o construcción de un local tiene ciertas ventajas.

Generalmente hay más control sobre el diseño de la construcción y/o las decisiones al remodelar, y la equidad es un factor de seguridad financiera para futuras inversiones y préstamos a corto plazo.

A veces poseer un edificio puede ser menos costoso que alquilar. Las desventajas de comprar o de construir incluyen: inicialmente, una inversión monetaria mucho más grande. Muchos bancos rehúsan hacer préstamos a individuos que no tienen crédito establecido. En tales casos valdría la pena investigar alternativas consultando con el Centro de Desarrollo de Pequeñas Empresas en su área.

## 2. Electricidad, Agua, y Teléfono

Los presupuestos de pre-abertura deberán incluir depósitos para uso general de gastos previstos e imprevistos. El depósito de la instalación de teléfono y del agua se puede influir en esta categoría.

Ocasionalmente, estos costos son pagados por el propietario e incluidos en el costo de alquiler.

## 3. Equipo

El equipo es un artículo, maquinaria o mueble que se utiliza por más de un año. Generalmente incluye los muebles para los niños y los adultos, tales como sillas, mesas, catres, estantes para libros, juguetes, y equipo de juego del patio. Esto es un gasto importante para los presupuestos de la pre-abertura. Los catálogos de compañías de equipo y juegos pueden ofrecerle mucha ayuda al determinar qué equipo puede necesitar para su programa.

## 4. Surtido de Mercancía

El surtido de mercancía se utiliza y se reemplaza en el transcurso de un año. El surtido incluye papel, pegamento, pintura, jabón, servilletas, material del arte, y materiales de limpieza. A menudo, esta es el área donde primero se cortan los presupuestos. Es importante recordar que en el salón de clase, el surtido de material adecuado es crítico para la calidad de un programa. Los niños necesitan pintar, dibujar, leer, y crear.

El cuidado infantil puede requerir surtido de materiales específicos tales como pañales. Los niños de edad escolar a menudo se concentran más en artes y actividades manuales las cuales pueden requerir más material de arte que el programa preescolar. Referente al surtido de material, es importante poner atención a las necesidades específicas de cada categoría de edades en su programa.

## 5. Seguros

El costo de una póliza general de responsabilidad es algo costoso pero indispensable. Si usted tiene seguro de responsabilidad, la compañía de seguros le defenderá si le demandan, ya sea por negligencia, heridas / lesiones, accidente, o alguna otra acusación si su póliza indica protección en estas situaciones específicas. El seguro de responsabilidad también puede cubrir gastos relacionados con demandas de abuso infantil, pero la protección es limitada. Los estándares de las pólizas de seguro generales de responsabilidad cubren cuatro tipos básicos de costos cuando la compañía de seguros está razonablemente convencida que hubo negligencia, por ejemplo:

- Lesión / herida corporal, incluyendo dolor y sufrimiento, enfermedad, y quizás muerte.
- Daños a otra persona, incluyendo la destrucción y la pérdida de habilidades.

### **3.9.9 Determinando Cuotas de Admisión / matrícula**

Los costos de un programa determinarán en gran parte la cantidad que se deberá cobrar. El proceso de cómo determinar honorarios incluye lo siguiente:

- Determinar el costo anual del programa y dividirlo por el número de niños a quién se va a servir.
- Identificar el promedio de cuotas que los padres en la comunidad pueden pagar o que están pagando actualmente.

Primeros auxilios a la hora de un accidente; médico, quirúrgico, radiografía, y servicios dentales incluyendo los dispositivos prostéticos; y

ambulancia, hospital, enfermera profesional y servicios funerales si es necesario.

Los costos legales para defender su centro en un pleito, si la persona afectada decide demandar.

Además de la protección disponible en una póliza de responsabilidad general, hay muchos otros riesgos que usted puede investigar y asegurarse en contra de ellos, dependiendo de sus necesidades. Puede ser necesario comprar una póliza por separado para protegerse mejor.

También, para cubrir otros riesgos usted puede agregar endosos a su póliza de responsabilidad general. Los endosos también pueden enmendar los límites de su póliza, los deducibles, o los términos de cancelación o de no-renovación. Usted pagará costos adicionales por los endosos que amplían su cobertura. Tales endosos pueden ser para cubrir daños físicos, responsabilidad por la fabricación de un producto defectuoso, en contra de incendios, y otros asuntos legales.

Otro tipo de seguro como de vehículo, errores y omisiones, seguro médico o de accidente, y seguro de propiedad también son necesarios. Investigue cuidadosamente las pólizas de seguro, para más información hable con su representante de seguros.

### **3.9.10 Archivos**

¿Qué es un archivo? y ¿Qué se debe archivar y tener accesible para los asuntos legales y financieros? Un archivo es el lugar especial dedicado a guardar notas, recibos y documentos importantes. Archivar es guardar sistemáticamente todos los papeles y documentos referentes al negocio. Deberá archivar guías y reglamentos del gobierno, contratos, póliza de

seguro, estados financieros, expedientes de impuestos, facturas, y recibos de compra. Para los propósitos del programa usted necesita mantener: Archivos individuales de los niños, las guías y procedimientos de su negocio, etc.

## 1. Recibos

Guarde y organice cuidadosamente en sus archivos todos los recibos y copias de ingresos, compras, ventas y cualquier otra transacción referente a su negocio.

## 2. Contratos

Los contratos son documentos de mucha importancia porque registran acontecimientos de acciones legales y pueden ser tan detallados como usted los necesite, como mínimo deben incluir:

Acuerdo de admisión

Fechas específicas del principio y conclusión del contrato

Cuota específica por cada estudiante

Servicios específicos rendidos a cambio de la cuota

Firmas de los individuos implicados

Pólizas y Procedimientos

Pólizas y Procedimientos

Las pólizas son reglamentos establecidos para la protección y buen funcionamiento del negocio.

Los procedimientos se desarrollan para hacer funcionar al negocio profesionalmente. Estas pólizas y procedimientos permiten que los padres y los empleados entiendan como trabaja usted con las familias y como dirige

su negocio. Por ejemplo el procedimiento a seguir cuando dejan o recogen al niño, en casos de que un niño se enferme, se lastime o en otros tipos de emergencia.

Estos procedimientos también explican y definen el proceso de un día típico en el centro, horas de estudio, de recreo, de comidas, y siestas.

## CONCLUSIONES

Como conclusión estamos enfocados en el cliente, sabiendo que siempre el consumidor tendrá la potestad para buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que considere satisfacen sus necesidades. Las últimas décadas en los casos empresariales nos han demostrado cuanto poder tiene el cliente y como debemos manejar las nuevas estrategias y tácticas que están triunfando en la actualidad. Conocer ante todo a nuestro cliente y validar junto con él lo que necesita, volvernos aliados según las experiencias vividas juntos y las necesidades latentes. Eso nos dará las pautas a seguir con gran éxito y va hacer la diferencia entre un promotor y un asesor.

La franquicia Gymboree cree firmemente que mantener buena relación con los clientes es más que una transacción, esta relación logra muchas más. Escuchar con atención para descubrir necesidades no es solo estar interesado en lo que queremos ofrecer sino interesarnos en lo que ellos necesitan. Cuando escuchamos al cliente este se siente importante. Nunca es bueno dejarlos esperando mucho tiempo ya que no damos una buena imagen ni el mensaje correcto. Ellos deben sentir que son importantes y esto lo hacemos conociendo nuestro producto para saber que le podemos ofrecer, adelantarnos a sus necesidades mejora las expectativas de lo que ellos podían recibir.

Los planes de negocio se presentan de forma estructurada, hoy en día es novedoso para todo aquel que quiere apertura y enfrascarse en nuevos caminos.

son documentos que permiten a los emprendedores analizar oportunidades de mercado y diseñar la organización idónea para explotarlas. Sirven para describir cómo los promotores pretenden sortearlos

obstáculos a la viabilidad de la iniciativa, en especial los comerciales, financieros, operacionales y organizativos. Por ello se convierten en una herramienta idónea para comunicar y justificar dichas iniciativas a inversores.

Gymboree es la franquicia de mayor capacidad en estados unidos atendiendo el desarrollo infantil, con esta experiencia y aval podemos entender que el éxito del negocio está asegurado. El incremento de los negocios de las franquicias ha sido enorme en los últimos años. Como prácticamente todo negocio exitoso y bien organizado puede darse en franquicia, este método ha sido la forma natural de hacer crecer buenas ideas, utilizando el dinero de otros. Las formas tradicionales de hacer crecer las empresas han sido la representación, la licencia, la concesión y las alianzas. La franquicia es un método eficiente de crear un nuevo negocio, diferente del que lo creó. Simplemente es replicar, “clonar,” las condiciones que se han dado en un negocio, utilizando la misma marca y todos los elementos que lo hicieron tener buenos resultados.

Es por esto que queremos traer la franquicia GYMBOREE hacia Santo Domingo Este. Con la finalidad de que los padres estén tranquilos y confiados en que el desarrollo de sus niños será progresivo en esta primera etapa que es tan importante.

“Gymboree es un grandioso programa interactivo. Los padres y niños estarán encantados de pasar tiempo juntos construyendo fuertes lazos que durarán por siempre.” (Harvey Karp, 2014)

## RECOMENDACIONES

Recomendamos que los niños se desarrollen a su propio ritmo a través de actividades físicas, intelectuales y creativas con la participación de sus padres en un ambiente de diversión y juegos.

La república dominicana necesita más centros que se especialicen en el desarrollo motor de los bebés y el cuidado de los mismos. No solo espacios de cuidado infantil, sino espacios fundadores de programas de juego y movimiento para niños y sus padres. Proponemos el Diseñar la apertura de una Franquicia Gymboree en Santo Domingo este para clientes comprometidos, que garantice la estimulación temprana a niños menores de 6 años. El sistema de franquicias ha demostrado que funciona, que utilizándolo adecuadamente las empresas crecen de manera rápida y que las franquicias remuneran adecuadamente a quienes las adquieren a corto plazo.

El costo de la franquicia debe aferrarse al estándar que busque la persona que esté haciendo el presupuesto. El costo de este trabajo se generalizó desde el más bajo al más alto. Los planes de negocio deben mantenerse en constante actualización, por ende este debe estar actualizado a la fecha el día que se quiera realizar definiendo el plan de negocio para la propuesta Gymboree en el mercado meta de Santo Domingo este.

Considerar estudio de mercado en la zona propuesta.

Desarrollar la estrategia para la captación de clientes importantes con la finalidad de obtener mejores ganancias en beneficio de la empresa.

El ministerio de educación debe estructurar planes de negociación a nivel educativo que contribuyan al desarrollo de centros infantiles.

Conani está desarrollando estancias infantiles en todo el país, las cuales deberían tener un plan de negocios con fácil acceso que contribuya a la investigación de quienes lo soliciten.

## BIBLIOGRAFIA

- conani. (2012). <http://www.conani.gov.do/conani/post.php?p=historia>.
- Consulting, C. (1 de Enero de 2006). [www.cynertiaconsulting.com](http://www.cynertiaconsulting.com) . Recuperado el 1 de Noviembre de 2014, de [www.cynertiaconsulting.com](http://www.cynertiaconsulting.com) :  
[info@cynertiaconsulting.com](mailto:info@cynertiaconsulting.com)
- cosasdelainfancia. (12 de septiembre de 2011).  
<http://www.cosasdelainfancia.com/articulos/por-que-la-estimulacion-temprana.php>. Obtenido de <http://www.cosasdelainfancia.com/articulos/por-que-la-estimulacion-temprana.php>
- Delmar, F. y. (2003). *Does Business Planning Facilitate the Development of new ventures*. Lima: publicaciones Adventure Works.
- desconocido. (octubre de 2014). *Cosas de la infancia*. Obtenido de <http://www.cosasdelainfancia.com/biblioteca-esti-t-g.htm>.
- Dominicana, O. d. (1 de diciembre de 2012). <http://one.gob.do/>. Recuperado el 2014, de <http://one.gob.do/>.
- ehowenespanol. (2010). [http://www.ehowenespanol.com/historia-programas-cuidado-infantil-sobre\\_119812/](http://www.ehowenespanol.com/historia-programas-cuidado-infantil-sobre_119812/).
- FURSYS. (2014). *global Fursys*. Obtenido de <http://www.globalfursys.com/globalfursys-front/common/main.do>
- German Rivera . [www.merca20.com](http://www.merca20.com). (2012). <http://www.merca20.com/las-4-fases-para-desarrollar-un-excelente-plan-de-negocios/>. Obtenido de <http://www.merca20.com/las-4-fases-para-desarrollar-un-excelente-plan-de-negocios/>.
- González, C. E. (1993). *La experiencia de las franquicias*. La experiencia de las franquicias: 1º Edición.
- gymboreeclases. (septiembre de 2014).  
<http://www.gymboreeclases.com.do/pages/franchise-program>. Obtenido de <http://www.gymboreeclases.com.do/pages/franchise-program>:  
<http://www.gymboreeclases.com.do/pages/franchise-program>
- gymboreerd. (Octubre de 2014).  
<http://www.gymboreeclases.com.do/pages/concepto>. Obtenido de Copyright © GYMBOREE: <http://www.gymboreeclases.com>

- Harvey Karp, M. F. (2006). *The Happiest Baby on the Block*. UCLA.
- Harvey Karp, M. F. (febrero de 2014). - *Harvey Karp, MD, FAAP, Profesor de Pediatría de la Escuela de Medicina de UCLA, autor: The Happiest Baby on the Block*. Obtenido de <http://www.gymboreeclases.com.do/pages/why-us>: <http://www.gymboreeclases.com.do/pages/why-us>
- <http://pyme.lavoztx.com>. (2014). <http://pyme.lavoztx.com>. Obtenido de <http://pyme.lavoztx.com/cules-son-los-principales-objetivos-de-un-plan-de-negocios-4821.html>.
- [http://www.diariolibre.com/noticias/2008/02/11/i4801\\_estancias-infantiles-una-opcin-integral-para-miles-nios.html](http://www.diariolibre.com/noticias/2008/02/11/i4801_estancias-infantiles-una-opcin-integral-para-miles-nios.html). (2008). [http://www.diariolibre.com/noticias/2008/02/11/i4801\\_estancias-infantiles-una-opcin-integral-para-miles-nios.html](http://www.diariolibre.com/noticias/2008/02/11/i4801_estancias-infantiles-una-opcin-integral-para-miles-nios.html).
- Infantil, E. d. (2012). *Estándares de Licencia para los Centros del Cuidado Infantil—Guardería*. RD: vea DCFS Regla 407.
- Innatia. (2005 - 2014). © *innatia. desarrollo infantil*. Obtenido de <http://www.innatia.com/s/c-el-desarrollo-infantil/a-que-desarrollo-infantil.html>
- innatia. (2005 - 2014). © *Innatia Inc. industry*. Obtenido de <http://www.innatia.com/s/c-el-desarrollo-infantil/a-que-desarrollo-infantil.html>
- KOTLER, P. (. (2012). *Marketing 3.0*. Chicago, Illinois: LID.
- Medina, A. (2009). *Bye Bye Marketing*. Islas Filipinas: Pirámide.
- P, K. (1995). *Dirección de la Mercadotecnia*. México, D.F: 7<sup>o</sup> edición.
- RBA., P. |. (2013). *el mueble*. Obtenido de <http://www.elmueble.com/>
- Steelcase. (1996 - 2014). © *Steelcase Inc. is the global leader in the office furniture industry*. Obtenido de <http://www.steelcase.com/en/Pages/Homepage.aspx>
- Terré, O. (2002). Estimulación temprana. (innatia, Entrevistador)
- Tocatli, F. (2001). *Las franquicias, un efecto de la globalización*. México, D.F.: Mc GRAW-HILL.
- wordreference. (octubre de 2014). <http://www.wordreference.com/definicion/franquicia>. Obtenido de <http://www.wordreference.com/definicion/franquicia>

## **ANEXOS**

### **I. Anteproyecto**



**Escuela de Graduados**

**Anteproyecto final para optar por el título de  
Maestría en Dirección Comercial**

**Propuesta de Franquicia destinada al cuidado y desarrollo  
infantil, año 2014. Caso GYMBOREE.**

**Presentado Por:**

Cilky Dahiana Jerez Jimenez  
2013-1487

**Asesor:**

Lenin Pacheco, MA, MsC, MBA.

**Santo Domingo, D.N  
Diciembre, 2014**

## **1. La selección y definición del tema de investigación:**

“Propuesta de Franquicia destinada al cuidado y desarrollo infantil, año 2014. Caso GYMBOREE”.

1.1 Objeto de estudio: Cuidado y desarrollo infantil

1.2 Donde se transformara / campo: Gymboree

1.3 Modelo o Instrumento del cambio: Franquicia

## **2. Planteamiento del problema de investigación:**

Los niños necesitan desarrollarse a su propio ritmo a través de actividades físicas, intelectuales y creativas con la participación de sus padres en un ambiente de diversión y juegos.

La republica dominicana necesita más centros que se especialicen en el desarrollo motriz de los bebés y el cuidado de los mismos. No solo espacios de cuidado infantil sino ser fundadores de programas de juego y movimiento para niños menores de 6 años y sus padres. Como la franquicia Gymboree que ha creado una conciencia y aceptación internacional acerca de la importancia que tiene el juego, el movimiento y la exploración durante los primeros años de vida. Esto ha generado un nuevo concepto en el estilo de vida de los niños, el cual respeta y motiva la actividad natural y necesaria para un buen desarrollo, salud y aprendizaje.

## **3. Objetivos de la investigación:**

### 3.1 Objetivo General

Proponer y Diseñar una Franquicia Gymboree para clientes comprometidos, que garantice la estimulación temprana a sus niños menores de 6 años.

### 3.2 Objetivos Específicos

- Definir la mejor estrategia para el desarrollo de la estimulación temprana en niños.
- Considerar estudio de mercado con la introducción de la nueva franquicia.
- Captar la atención de clientes importantes como parte de la estrategia para obtener las mejores ganancias en beneficio de la empresa.

## **4. Justificación de la investigación:** (innatia, 2005 - 2014)

### 4.1 Teórica

El desarrollo infantil consiste en una sucesión de etapas o fases en las que se dan una serie de cambios físicos y psicológicos, que van a implicar el crecimiento del niño. El desarrollo infantil va a tener una serie de pautas que podrían denominarse generales, para una cultura y momento socio histórico dado. Según la sociedad en la cual se sitúa un niño y su familia, habrá cierto desarrollo esperado para un niño de determinada edad.

El desarrollo infantil se puede describir por un lado como un crecimiento y desarrollo afectivo o emocional y por otro un desarrollo y crecimiento cognitivo - biológico. Ambos tipos de crecimiento van a influenciarse el uno con el otro y van a tener un desarrollo que no es lineal, sino que se basa en crisis, períodos de evolución y regresión.

Si bien cada niño va a tener un desarrollo particular pautado por: Su ambiente, su familia, la cultura en la cual se desarrolla y los aspectos biológicos. Desde el punto de vista afectivo, en general, se puede decir que la madurez del niño va a estar determinada por la cada vez mayor independencia de los padres. En relación al aspecto cognitivo, se puede decir que el niño va a tener un avance en relación a los niveles de abstracción, que vaya logrando en su desarrollo. Por ejemplo, desde el punto de vista lógico – matemático, e este sentido el niño va a partir desde niveles concretos hacia niveles de abstracción más avanzados.

Lo básico para un desarrollo normal del niño es que exista una base biológica normal y un ambiente favorecedor y estimulante de las capacidades potenciales a desarrollar. Sin embargo, las contingencias familiares, socio histórico y cultural van a determinar las características del desarrollo infantil.

## **¿Qué es la estimulación temprana?**

La estimulación temprana es el conjunto de medios, técnicas, y actividades con base científica y aplicada en forma sistémica y secuencial que se emplea en niños desde su nacimiento hasta los seis años, con el objetivo de desarrollar al máximo sus capacidades cognitivas, físicas y psíquicas, permite también, evitar estados no deseados en el desarrollo y ayudar a los padres, con eficacia y autonomía, en el cuidado y desarrollo del infante. (Terré, 2002)

## **¿Por qué recibir estimulación temprana?**

Durante esta etapa se perfecciona la actividad de todos los órganos de los sentidos, en especial, los relacionados con la percepción visual y auditiva del niño, esto le permitirá reconocer y diferenciar colores, formas y sonidos. Por otro lado, los procesos psíquicos y las actividades que se forman en el niño durante esta etapa constituyen habilidades que resultarán imprescindibles en su vida posterior.

La etapa de 0-3 años de vida del niño establece particularidades en el desarrollo:

- Se caracteriza por su ritmo acelerado del desarrollo del organismo.
- Interrelación entre el estado de salud, el desarrollo físico y psico-nervioso del niño.
- Alto grado de orientación con el medio.
- Desarrollo de estados emocionales.
- Papel rector del adulto en el proceso del desarrollo.

La estimulación temprana busca estimular al niño de manera oportuna, el objetivo no es desarrollar niños precoces, ni adelantarlos en su desarrollo natural, sino ofrecerle una gama de experiencias que le permitirán formar las bases para la adquisición de futuros aprendizajes.

## **¿QUÉ ÁREAS COMPRENDE LA ESTIMULACIÓN TEMPRANA?**

Para favorecer el óptimo desarrollo del niño, las actividades de estimulación se enfocan en cuatro áreas: área cognitiva, motriz, lenguaje y socioemocional.

**Área cognitiva:** Le permitirá al niño comprender, relacionar, adaptarse a nuevas situaciones, haciendo uso del pensamiento y la interacción directa

con los objetos y el mundo que lo rodea. Para desarrollar esta área el niño necesita de experiencias, así el niño podrá desarrollar sus niveles de pensamiento, su capacidad de razonar, poner atención, seguir instrucciones y reaccionar de forma rápida ante diversas situaciones.

**Área Motriz:** Esta área está relacionada con la habilidad para moverse y desplazarse, permitiendo al niño tomar contacto con el mundo. También comprende la coordinación entre lo que se ve y lo que se toca, lo que lo hace capaz de tomar los objetos con los dedos, pintar, dibujar, hacer nudos, etc. Para desarrollar esta área es necesario dejar al niño tocar, manipular e incluso llevarse a la boca lo que ve, permitir que explore pero sin dejar de establecer límites frente a posibles riesgos.

**Área de lenguaje:** Está referida a las habilidades que le permitirán al niño comunicarse con su entorno y abarca tres aspectos: La capacidad comprensiva, expresiva y gestual.

**Área Socio-emocional:** Esta área incluye las experiencias afectivas y la socialización del niño, que le permitirá querido y seguro, capaz de relacionarse con otros de acuerdo a normas comunes. Para el adecuado desarrollo de esta área es primordial la participación de los padres o cuidadores como primeros generadores de vínculos afectivos, es importante brindarles seguridad, cuidado, atención y amor, además de servir de referencia o ejemplo pues aprenderán cómo comportarse frente a otros, cómo relacionarse, en conclusión, cómo ser persona en una sociedad determinada.

Para desarrollar la inteligencia, el cerebro necesita de información. Los bebés reciben información de diversos estímulos a través de los sentidos, lo hacen día y noche; si estos estímulos son escasos o de pobre calidad, el cerebro tardará en desarrollar sus capacidades o lo hará de manera inadecuada, por el contrario al recibir una estimulación oportuna el infante podrá adquirir niveles cerebrales superiores y lograr un óptimo desarrollo intelectual. Así por ejemplo, al escuchar la voz de su madre, percibir el olor del biberón o recibir una caricia: se produce una catarsis eléctrica que recorre su cerebro, para despertar conexiones neuronales aún dormidas (desconocido, 2014)

#### 4.2 Metodológica:

##### **franquicia**

Contrato a través del que una empresa autoriza a alguien a usar su marca y vender sus productos bajo determinadas condiciones: (wordreference, 2014)

##### **Sistema de Franquicias**

Gymboree es una experiencia de negocios para personas emprendedoras, que están buscando un compromiso profesional que permita flexibilidad e independencia.

El programa de franquicias ofrece:

Territorios protegidos, derecho al uso la marca y secretos comerciales, uso de su curriculum exclusivos, entrenamiento y soporte constante. Ofrecen diversión, creatividad y amistad a los clientes. A lo largo de 35 años de experiencia hemos evolucionado para estar a la par de las cambiantes necesidades de los padres y de los niños de hoy. Pero lo más importante es que mantenemos nuestra creencia principal y nuestro espíritu: los niños necesitan desarrollarse a su propio ritmo a través de actividades físicas, intelectuales y creativas con la participación de sus padres en un ambiente de diversión y juegos. (gymboreeclases, 2014)

#### 4.3 Práctica:

(gymboreerd, 2014)

##### **Los Programas de Gymboree Play & Music**

Gymboree Play & Music ofrece a niños desde recién nacidos hasta los 6 años la oportunidad de explorar, aprender y jugar en un programa innovador que involucra la participación de los padres. Gymboree Play & Music ofrece una selección de clases desarrolladas por expertos en desarrollo infantil, así como fiestas de cumpleaños, juegos educativos, libros y música. Las clases de Gymboree Play & Music están disponibles a través de más de 712 franquicias en más de 40 países.

Nuestros Valores

Hacemos la Diferencia, somos Creativos, apasionados, auténticos, somos Familia, divertidos.

#### PROGRAMA UNICO

Fundador de programas de juego y movimiento para niños menores de 6 años y sus padres. Gymboree ha creado una conciencia y aceptación internacional acerca de la importancia que tiene el juego, el movimiento y la exploración durante los primeros años de vida. Esto ha generado un nuevo concepto en el estilo de vida de los niños, el cual respeta y motiva la actividad natural y necesaria para un buen desarrollo, salud y aprendizaje.

#### DESARROLLADO POR PROFESIONALES

Gymboree está basado en principios aprobados sobre estimulación temprana, psicológica educativa, terapia física, recreación y acondicionamiento físico. Gymboree ha trasladado estos principios en actividades que adquieren un significado especial durante los primeros años de vida. Gymboree lo ha mezclado todo, llamándolo: "Juego Integral"

#### MAS DE 40 PIEZAS DE EQUIPO DE JUEGO

Pleno de colorido, diseñado o seleccionado especialmente por profesionales de la educación con el fin de ofrecer la máxima capacidad de estimulación del aprendizaje sensorio-motriz a través del juego creativo. El equipo Gymboree ha sido seleccionado para estimular los sistemas vestibular, propioceptivo y táctil haciendo énfasis en los sistemas visuales y auditivos. Estos sistemas son la base que permite al niño desenvolverse mejor en la escuela, los deportes y a desarrollar confianza en sí mismo. Un ambiente interactivo y de aceptación con otros niños de la misma edad constituye un paso importante hacia la socialización.

### **5. Marco de referencia:**

5.1 El marco teórico: **Las franquicias** infantiles se convierten cada día en modelos de alto éxito ya que El Negocio de los Niños es inagotable.

En los países Latinos e Hispanos y basado en la idiosincrasia que tenemos arraigada hace que resulte prácticamente imposible dejemos de festejar, cuidar o entretener a nuestros hijos.

Las Franquicias GYB son un modelo de negocio que reúne diferentes actividades, todas relacionadas con el entretenimiento infantil. Como son un programa de estimulación temprana (por las mañanas lo que resulta de gran beneficio para la mujer moderna que trabaja); un salón de fiestas, un centro de entretenimiento infantil, club de tareas vespertino y un abanico de diversión que convierten este proyecto en el lugar preferido de los niños para su cuidado.

### **Seguridad y tecnología**

La máxima prioridad es la seguridad de los niños, siguiéndoles la higiene en los centros de entretenimiento y la excelencia en todos los servicios que se ofrecen. Importante contar siempre con la tecnología más avanzada tanto en el área de entretenimiento infantil como en lo que respecta a los sistemas por medio de las computadoras, de tal forma que el proyecto en tiempo real pueda conocer sus ingresos cuántos niños han entrado al centro.

### **Rentabilidad**

Este tipo de negocios resulta muy rentable por la demanda tan grande de los servicios que ofrece y que en promedio es de un 35% sobre la inversión (rentabilidad que difícilmente se encuentra en cualquier otro tipo de negocio) en resumen es un negocio de mucha dedicación y tiempo de calidad, muy fácil manejo y de alta rentabilidad.

### **¿Por qué la estimulación temprana? (cosasdelainfancia, 2011)**

¿Cómo es el cerebro del niño al nacer? El proceso de desarrollo cerebral comienza a los pocos días de la concepción, es decir, las neuronas comienzan a proliferar mucho antes del nacimiento. Así, en la etapa fetal se han establecido conexiones que permiten la regulación de procesos vitales como la respiración, la digestión, circulación, etc. Después de nacer existen unos 100.000 millones de células en el cerebro pero la mayor parte no están conectadas entre sí y no pueden funcionar por cuenta propia. Deben organizarse en forma de redes formadas por billones de conexiones y sinapsis que las unen.

Este proceso está influido poderosamente por factores medio ambientales, incluyendo entre ellos la nutrición, el cuidado, el afecto y la estimulación individual y en general, todos los estímulos sensoriales.

¿Cuándo desarrollamos conexiones?

Cuando se toca, sostiene, mira, mece, habla, lee y canta al bebé o niño pequeño, se están desarrollando conexiones en el cerebro que formarán los cimientos básicos sobre cómo se siente acerca de sí mismo y cómo se relaciona con otros y con el mundo en su alrededor.

De 0 a 3 años de edad: una etapa clave para el futuro, es considerada el periodo crítico o el periodo de oportunidades para toda persona, ya que el cerebro no sólo es especialmente receptivo de información, sino que además necesita de ella para lograr las apropiadas conexiones neuronales. Durante los primeros años de edad, se establecen dos veces más conexiones sinápticas que en la etapa adulta.

### **El papel de la estimulación:**

La estimulación que se recibe del medio ambiente es la que condiciona el desarrollo general del cerebro, a partir de los o "circuitos o redes neuronales". Las funciones cerebrales, se basan fundamentalmente en el rápido y eficiente pasaje de señales de una parte del cerebro a otra, para lo que se necesita una muy bien organizada red neuronal de interconexión. El elemento básico son las células cerebrales (neuronas) y las interconexiones que se establezcan entre ellas (sinapsis). Las dendritas de las neuronas son vitales, no sólo para lograr las interconexiones apropiadas, sino también para la síntesis proteica involucrada en el aprendizaje y la memoria.

Se deben establecer entornos retadores, tales como impulsar las oportunidades de aprendizaje, las interacciones sociales y las actividades físicas, las cuales son claves para aumentar el crecimiento de conexiones neuronales múltiples.

### **5.2 El marco conceptual:**

*"Todas las necesidades de los consumidores deben ser atendidas, no solo la entrega del producto. Debemos ir más lejos, llegar hasta sus deseos y emociones". (KOTLER, 2012)*

Philip Kotler considerado el padre del Marketing moderno nos propone en su libro Marketing 3.0 (KOTLER, 2012) un nuevo enfoque de llegar al consumidor, la disciplina de los valores. Para este autor el Marketing (moderno) surge como la necesidad de dar respuesta a varios factores que se venían presentando: la tecnología, los problemas generados por la globalización y el interés de las personas por expresar su creatividad, sus valores y su espiritualidad.

Con estas pinceladas de marketing doy apertura al marco conceptual, en este proyecto vemos la estrategia de venta como el arte de anticipar y gestionar los cambios con el propósito de crear ofertas y alianzas que permitan garantizar el futuro de las empresas. Pero no estamos viendo aplicada esta estrategia a la venta general. Los vendedores se constituyen como simples promotores y no validan las necesidades que tienen sus clientes antes de ofrecerles un producto o mobiliario de necesidad. E incluso realizan propuestas de actualizar nuevas empresas y franquicias sin estudiar el mercado.

Las ofertas se están desarrollando en un sector que se ha dinamizado para poder competir y se manifiesta con la gran cantidad de competencia, vemos que los clientes valoran sobre la empresa la capacidad de innovar y entenderlos, la apariencia "fachada" se ha convertido en parte muy importante de lo que hoy los usuarios quiere reflejar. Siempre me pregunto. ¿Cómo puedo hacerlo mejor?, tenemos tantas estrategias que se adaptan al mercado. Solo debemos encontrar esa que nos lleve al WAO y haga click con ese que nos mantendrá como suplidor "El Cliente".

Desde que tenemos modernismo conocemos el Marketing y con él los cambios estructurales (estratégicos) de las empresas. Esta relación nos enfoca en el futuro con grandes investigaciones de la tecnología y como se adaptan estas compañías al cliente. (Medina, 2009)

Las estrategias de venta hoy día son el fenómeno que acogen todas las empresas que quieren mantenerse y crecer en el área que se desempeñan. Digo fenómeno porque yo por mi parte estudie Arquitectura y estoy tratando de mantenerme en el mercado aprendiendo de esta rama que entiendo todas las carreras deben manejar.

El negocio alcanza ciclos históricos de crecimiento, madurez y decadencia, esto pasa cuando vemos los cambios y solo tratamos de sobrevivir con los

milagros sin tener esfuerzos propios. La propuesta se trata de vender el servicio de cuidar lo que más aman, sus hijos.

“La mejor manera para una compañía tener suerte consiste en producir su propia suerte”. (Medina, 2009)

“El Marketing siempre será algo Dinámico”. (KOTLER, 2012) explica con esta frase lo interconectado que vivimos y todo el efecto que provocan esas interconexiones en la actualidad. No se trata solo de vender, sino de entender. Como la tecnología nos da más confianza, ahora somos amigos de clientes que llegan nuevos y en poco tiempo somos compañeros de un mismo proyecto.

## **6. Aspectos Metodológicos:** (gymboreeclases, 2014)

### **6.1 Investigación básica:**

#### **¿Por qué Gymboree?**

Son Líderes Mundiales en Clases para niños

Gymboree Play & Music ha fomentado la creatividad y confianza en niños de 0-5 años por más de 30 años. En la actualidad cuentan con más de 650 sedes en 35 países, que los convierten en líderes mundiales en los programas de desarrollo infantil temprano. Diseñadas por expertos, nuestras actividades adecuadas a las edades ayudan a desarrollar las destrezas sociales, físicas y cognitivas de los niños mientras juegan. Sus programas son además reconocidos por su enfoque único en la participación de los padres, lo que alienta la participación y la comprensión del desarrollo de cada niño.

Son Expertos en el Desarrollo Infantil Temprano

El currículum de clase ha sido desarrollado por un programa de directores en colaboración con el experto internacional en desarrollo infantil, Zero to Three, para asegurarse de que el programa suministre el mejor apoyo y enriquecimiento temprano para la educación de los niños y sus padres.

Las Sedes son Lugares Seguros para Jugar y Aprender, suministran un ambiente en donde los niños poseen libertad para moverse, jugar y explorar en un modo seguro. El equipo fue diseñado por Jay Beckwith, un reconocido

diseñador internacional de recreación, que creó cada estructura teniendo en cuenta la necesidad de los niños. El ambiente de recreación ha sido diseñado para suministrar los estándares de alta calidad que esperan los padres para sus niños.

## **Historia**

Gymboree comenzó en 1976 cuando Joan Barnes, una madre del condado de Marin, California, intentó encontrar un lugar seguro y divertido con actividades apropiadas según la edad para que los padres y los niños pudiesen jugar juntos. Sin poder lograrlo, realizó lo que cualquier empresario haría; ¡comenzó su propio programa! Desde ese entonces, nos hemos encargado con orgullo de inspirar a padres y niños.

“Tenemos Grandes Beneficios por Membresía. Tenemos tanto para ofrecerles a ustedes y a sus niños en Gymboree. Al convertirse en miembro, no solo disfrutará de nuestras clases cada semana, sino que también recibirá descuentos en la compra de prendas de Gymboree, clases gratuitas, folletos para los padres y más”.

“Gymboree es un grandioso programa interactivo. Los padres y niños estarán encantados de pasar tiempo juntos construyendo fuertes lazos que durarán por siempre”. (Harvey Karp, 2014)

## Bibliografía

cosasdelainfancia. (12 de septiembre de 2011).

<http://www.cosasdelainfancia.com/articulos/por-que-la-estimulacion-temprana.php>. Obtenido de <http://www.cosasdelainfancia.com/articulos/por-que-la-estimulacion-temprana.php>

desconocido. (octubre de 2014). *Cosas de la infancia*. Obtenido de <http://www.cosasdelainfancia.com/biblioteca-esti-t-g.htm>.

gymboreeclases. (septiembre de 2014).

<http://www.gymboreeclases.com.do/pages/franchise-program>. Obtenido de <http://www.gymboreeclases.com.do/pages/franchise-program>:  
<http://www.gymboreeclases.com.do/pages/franchise-program>

gymboreerd. (Octubre de 2014).

<http://www.gymboreeclases.com.do/pages/concepto>. Obtenido de Copyright © GYMBOREE: <http://www.gymboreeclases.com>

Harvey Karp, M. F. (febrero de 2014). - *Harvey Karp, MD, FAAP, Profesor de Pediatría de la Escuela de Medicina de UCLA, autor: The Happiest Baby on the Block*. Obtenido de <http://www.gymboreeclases.com.do/pages/why-us>:  
<http://www.gymboreeclases.com.do/pages/why-us>

Innatia. (2005 - 2014). © *innatia. desarrollo infantil*. Obtenido de

<http://www.innatia.com/s/c-el-desarrollo-infantil/a-que-desarrollo-infantil.html>

innatia. (2005 - 2014). © *Innatia Inc. industry*. Obtenido de

<http://www.innatia.com/s/c-el-desarrollo-infantil/a-que-desarrollo-infantil.html>

KOTLER, P. (. (2012). *Marketing 3.0*. Chicago, Illinois: LID.

Medina, A. (2009). *Bye Bye Marketing*. Islas Filipinas: Pirámide.

Steelcase. (1996 - 2014). © *Steelcase Inc. is the global leader in the office furniture industry*. Obtenido de <http://www.steelcase.com/en/Pages/Homepage.aspx>

Terré, O. (2002). Estimulacion temprana. (innatia, Entrevistador)

wordreference. (octubre de 2014).

<http://www.wordreference.com/definicion/franquicia>. Obtenido de <http://www.wordreference.com/definicion/franquicia>



**GYMBOREE PLAY & MUSIC REPUBLICA DOMINICANA**

**LMH CONSULTORES S.R.L.**

**INFORMATION FOR PROSPECTIVE UNIT FRANCHISEE  
FOR TERRITORY:**

**Paraiso, Santo Domingo (the “Territory”)**

LMH CONSULTORES S.R.L.

Av. Romulo Betancourt No.1362

Bella Vista, Santo Domingo, 21708 Rep. Dom.

**Issued: Jun 30, 2011**

Initial Franchise Fee: \$25,000 (including initial deposit of \$2,500)

Successor Franchise Fee: \$2,500 each as described below

This information is being provided to a prospective unit franchisee in the Territory.

## **I. FRANCHISOR DETAILS**

### **1. The Franchisor and Specially-Related Parties**

The franchisor is LMH CONSULTORES SRL (“Gymboree”). Gymboree was incorporated in the State of California, U.S.A. on July 6, 1994. Gymboree does business and intends to do business under the name GYMBOREE, Gymboree Play & Music, Gymboree Growing Young Minds as well as its corporate name. Gymboree’s principal business address is 500 Howard Street, San Francisco, California 94105 U.S.A.

Gymboree is a wholly-owned subsidiary of The Gymboree Corporation, a Delaware Corporation (the “Parent”). The Parent’s principal business address is 500 Howard Street, San Francisco, California 94105 U.S.A.

### **2. Business Experience of the Franchisor and its Affiliates**

Ms. Joan Barnes, the founder and a predecessor of Gymboree, began operating a sensory-motor play program for children in September 1976 in California, U.S.A., first in a partnership and then as a sole proprietor starting in November 1977. The Parent began operating the business in June 1992. The Parent incorporated Gymboree in July 1994. In March 1995 the Parent assigned to Gymboree all of the Parent’s rights and obligations under the then existing Franchise Agreements.

Since then, Gymboree has sold franchises for the operation of a “play center” business involving non-therapeutic sensory-motor, child-parent play programs, birthday parties, theme parties and story line parties for infants and children in Gymboree - specified age ranges, using specially designed equipment and program aids and such other programs as Gymboree develops from time to time, including the Gymboree System (“the Gymboree Program”). The Gymboree Program currently includes programs for infants and children from birth through four years old. Participation of the children’s parent is mandatory in all but one of the play programs. The objective is to provide social interaction, sensory motor and music activities in a positive play environment.

Gymboree has also developed a mobile play program (“Gymboree On The Go”) which brings a play program, including components of the Gymboree Program, directly to certain institutions with children, like preschools and day care centers.

As of January 31, 2009, Gymboree operated a total of six company-owned Gymboree Play Centers, two in California U.S.A. and four in Florida. In addition, Gymboree operated one company-owned Gymboree Metro Center. As of that date, Gymboree also had a total network of 244 franchisees operating in U.S.A. and its territories and possessions. Gymboree also has 15 franchisees operating in Canada.

Gymboree has offered unit franchises to develop and franchise the Gymboree System in countries outside the United States since 1989, when the first unit franchise was sold in Australia. It currently has unit franchisees in Argentina, Australia, Chile, China, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, France, Greece, Hong Kong, India, Indonesia, Ireland, Japan, Malaysia, Mexico, Panama, Peru, Philippines, Portugal, Singapore, South Africa, South Korea, Spain, Switzerland, Taiwan, Thailand, Turkey, and the United Kingdom. As of January 31, 2009, these international unit franchisees had 365 unit franchisees.

Gymboree does not engage in any other business activities. No Gymboree affiliate offers franchises in any line of business and, except for the Parent or its affiliates that may provide certain items to the Unit Franchisees, no Gymboree affiliate will provide products or services to the Unit Franchisees.

## II. UNIT FRANCHISEE'S COSTS

### 3. Start-up Costs

#### (a) Start-up Payments to Be Made by Unit Franchisee

Unit Franchisee shall make an initial deposit to Gymboree in an amount described on page 1. Upon execution of the Unit Franchise Agreement, Unit Franchisee shall pay to Gymboree a nonrefundable Initial Franchisee Fee as described on page 1.

#### (b) Capital Requirements and Unit Licensee's Investment

Gymboree does not have any capital requirements for the Unit Franchisee, although the Unit Franchisee must be adequately capitalized in order to be able to fulfill its obligations to Gymboree.

The Unit Franchisee's projected initial investment is in U.S. dollars:

	<b>Low*</b>	<b>High*</b>
Franchise Fee	\$ 25,000	\$ 25,000
Real Estate Deposit	\$ 3,000	\$ 15,000
Construction, Architectural Fees, Related Expenses	\$ 0	\$ 75,000
Furniture, Fixtures, Equipment & Décor	\$ 31,200	\$ 40,000

Opening Inventory, Class Aids and Resale Product	\$ 5,000	\$ 15,500
Signage	\$ 2,500	\$ 9,000
Pre-Opening salaries and training (travel & living expenses)	\$ 250	\$ 4,000
Office Equipment and Supplies	\$ 1,800	\$ 7,900
Working Capital	\$ 25,000	\$ 60,000
Insurance	\$ 1,000	\$ 3,000
Utility Deposits	\$ 0	\$ 250
Professional Fees	\$ <u>1,000</u>	\$ <u>5,000</u>
TOTAL	\$ 95,750	\$ 268,750

\* all funds quoted are in U.S. dollars

The actual figures for which estimates are given in the chart may be higher or lower in the Territory. Gymboree strongly recommends that the Unit Franchisee makes its own independent investigation of these costs. Actual costs will vary for each Unit Franchisee depending on a number of factors, including the size and location of the Play Centers, equipment expenditures, insurance premiums, beginning supplies, and the existence of suitable facilities for the Play Centers.

***General Requirements for Suitable Gymboree Play & Music Centers:*** The list that follows provides specific criteria to use in evaluating the various possibilities open to you. The below list is not exhaustive.

***Size:*** Gymboree Play & Music Centers should have a minimum of 2,200 square feet of usable space and two enclosed rooms (at least one of which must have a minimum of 300 to 400 square feet and the other a minimum of 1,500 square feet of usable floor space to accommodate equipment layout); the optimum square footage is 2,500 to 3,500 square feet. These figures are taken from Gymboree's Site Selection materials and are subject to change at any time and for any reason in Gymboree's sole discretion. Gymboree posts the most current version of its Site Selection Policy and related materials on IFX.

***Location:*** Location accessibility is an important consideration. In addition to being located near major population centers, it is best if sites are located near major arteries or thoroughfares and are easy to find.

***Parking:*** There should be adequate parking for the families who attend Gymboree Play & Music Centers. This consideration is particularly important if street parking is limited.

**Layout of Space:** Space should not be too narrow (at least 20-25 feet wide) and should not have a lot of obstructions in the center mat area. Space should have high ceilings (approximately 12' or higher) and a lot of windows to provide natural light.

**General Appearance:** Parents and children enjoy coming to classes in locations that are attractive and well maintained. Therefore, it is important to look at the general cleanliness and state of repair of shopping centers or commercial locations as well as a site's interior appearance. All Gymboree Play & Music Centers must conform to the specific requirements of Gymboree's Operations Manuals (as defined below). Only consider spaces that either comply with local, state and federal laws or can be renovated to comply with such laws.

### **Types of Locations.**

**Neighborhood and Strip Shopping Centers:** In the United States, strip mall locations are the most common commercial spaces within a community. They offer customers convenience, ample parking and other amenities they can use either before or after class. A good neighborhood shopping center generally has a supermarket/drug store, bank, coffee shop and other compatible businesses.

**Malls:** Some Gymboree Play & Music Centers have moved into large enclosed malls. These malls have anchor department stores such as Macy's or Nordstrom, and a variety of smaller tenants. Mall locations offer great walk-by exposure to mall traffic and are easy to identify. However, mall locations can present challenges like affordable rent and longer hours.

**Alternative Commercial Spaces:** In areas where good retail locations are difficult to obtain, alternative commercial spaces can be a viable solution. Some communities have "mixed use" space as well as second floor retail spaces. All of these may present different or additional challenges.

**International Unit and Unit Franchisee Locations:** International countries may not have U.S. or Western-style shopping centers. Effective commercial locations internationally have ranged from malls to free standing commercial locations. Commercial district locations on main shopping streets as well as second floor retail locations are also effective locations.

**Other issues:** Issues like security, can also play a role in selecting a site.

## **4. On-going Costs**

### **(a) Continuing and Other Fees to be Made by Franchisee**

For each site covered by any Unit Franchise Agreement, will pay Gymboree a continuing franchisee fee of 8% of the Unit Franchisee's gross receipts each calendar quarter, subject to a minimum quarterly minimum payment of U.S. \$1,000.

### **(b) Withholding Taxes**

All amounts due to Gymboree are net, and Unit Franchisee will be responsible for the payment of any withholding taxes in the Territory.

### **III. CONDITIONS OR LIMITATIONS AND RESTRICTIONS ON UNIT FRANCHISEE'S BUSINESS**

#### **5. Designated Suppliers**

Unit Franchisee agrees to purchase, equip and maintain, the Program Center the then-current minimum standard equipment, program aids and other items used in connection with the Gymboree Programs, and Consumer Products, specified by Gymboree. The current list of minimum standard equipment, program aids and other items used in connection with the Gymboree Programs, and Consumer Products, is specified in the Operations Manuals. Gymboree shall have the right to add to, delete from, or modify the list from time to time throughout the term of the Unit Franchise Agreement in connection with changes and developments in the Gymboree Program or policies of Gymboree made by Gymboree (called "Program Changes"). In the event of Program Changes, Unit Franchisee shall be required to purchase, modify or delete the equipment, program aids and other items used in connection with the Gymboree Programs, and Consumer Products, as required by Gymboree in its sole and absolute discretion.

In order to ensure uniformity of quality, high standards of presentation, child safety and consumer acceptance and satisfaction, Unit Franchisees will ensure that all equipment, products, program aids and other items used in connection with the Gymboree Program, and all Consumer Products, shall conform to such standards as Gymboree may specify in writing from time-to-time. Gymboree requires and Franchisee shall purchase all such equipment, products, program aids and other items used in connection with the Gymboree Program, and all Consumer Products, as required by Gymboree, only from Gymboree or its designees, and Unit Franchisee shall require its Unit Franchisees to purchase all such equipment, products, program aids and other items used in connection with the Gymboree Program, and all Consumer Products, only from Gymboree or its designees, which may include Unit Franchisee. In addition to ensuring uniformity of quality, high standards of presentation, child safety and consumer acceptance and satisfaction, this requirement enables Gymboree to ensure that Gymboree Play Centers have equipment using the same color palette and Gymboree logos.

#### **6. Franchisor's Commission Rate from Designated Suppliers**

Gymboree does not receive commissions from designated suppliers.

#### **7. Financing Assistance**

Gymboree does not offer, directly or indirectly, financing or provide assistance in locating a financial institution which will provide financing. Gymboree does not guarantee the Unit Franchisee's note, lease or other obligations.

#### **8. Conditions Regarding Restraints of Trade**

*(a) Prohibitions on Sale of Non-Franchised Goods and Services.*

The Unit Franchisee must use and offer at its Gymboree Play Center each of (and only) the equipment, Consumer Products, services and programs authorized by Gymboree may be modified in writing by Gymboree from time to time.

Except as expressly provided in the Unit Franchise Agreement, the Gymboree Program and the rights granted to the Unit Franchisee do not include the marketing and sale of consumer products.

**(b) *Restrictions on Dealing with Other Vendor's Goods and Services.***

Unit Franchisees may sell under Gymboree's Marks only those consumer products authorized by Gymboree in its sole and absolute discretion to be sold in connection with the Gymboree Program.

**(c) *Territorial Restrictions and Protection.***

The Unit Franchisee's protected Territory will be that specified on the title page of this document. During the term of the Unit Franchise Agreement, Gymboree will not, without the Unit Franchisee's express prior written consent, appoint or award to any other person or entity, any right or license to operate, use or exploit the Gymboree Program in the Territory or to function as a Unit subfranchisor of the Gymboree Program in the Territory; and will not itself operate, use or exploit the Gymboree Program in the Territory, except as contemplated by the Unit Franchise Agreement.

Except as otherwise described above, the license granted to the Unit Franchisee will be non-exclusive, and Gymboree will have the right to use and license others to use the Gymboree Program and Gymboree Marks. Gymboree reserves all rights not expressly granted to the Unit Franchisee.

**(d) *Franchisor/Franchisee Non-Competition Agreements.***

During the term of the Unit Franchise Agreement, the Unit Franchisee cannot (i) engage in or be involved directly or indirectly in any business that competes with its franchise business or any of Gymboree's unit franchises, or (ii) provide a service the same as or similar to a Gymboree Play Center business (except for a 5% or less ownership interest in any publicly traded company).

Upon termination or expiration, the Unit Franchisee cannot for a period of 24 months thereafter (i) be employed by or interested in any business that is the same or similar to a Gymboree Play Center, (ii) accept or solicit the customers of any person or firm that has been a Unit Franchisee in the 24 month period prior to termination or expiration, or (iii) solicit, interfere with or endeavor to entice away or employ any employee of the Unit Franchisee.

These restrictions also apply to any owner, employee, director, officer, affiliate and/or related person/entity of the Unit Franchisee.

Upon termination or expiration, if Gymboree decides to terminate all Unit Franchise Agreements, Gymboree will not operate or franchise any Play Centers in the Territory for one year from the date Gymboree first announces its market withdrawal.

***(e) Standard Terms of Franchise Agreement***

***Obligation to Maintain Site.*** The Unit Franchisee will have to open, and continuously own and operate throughout the term of the Unit Franchise Agreement and any successor franchises, the Center in the Territory. The Unit Franchisee shall maintain the condition and appearance of each Site, its equipment, signs and premises in accordance with the specifications and standards of Gymboree and consistent with the image of a Gymboree Play Center as a safe and innovative business offering high quality services and observing the highest standards of ethics. The Unit Franchisee shall perform such maintenance with respect to the decor, equipment, furnishing and signs of each Site as is required from time to time to maintain such condition, appearance and safe operation. The Unit Franchisee shall not make any material alterations to the premises of any Site as originally developed without the written approval of Gymboree. In order to maintain a consistent and updated look among Gymboree Play Centers, the Unit Franchisee shall also decorate, re-equip and furnish the Premises at reasonable intervals determined by Gymboree, but not less than every ten (10) years to reflect changes in the operations of the Gymboree Program as prescribed by Gymboree and required of new Unit Franchisees. The Unit Franchisee agrees to abide by any and all modifications, changes, additions, deletions and alterations as specified by Gymboree from time to time.

***Unit Franchisee's Responsibilities.*** The Gymboree System, and the achievement and maintenance of a positive and respected brand identity, requires that the Unit Franchisees adhere to standards and policies developed by Gymboree which provide for the successful and uniform operation of businesses utilizing the Gymboree System.

The Unit Franchisee must promptly, faithfully and fully perform and provide each of the items and services set forth in each Unit Franchise Agreement, as well as those items and services set forth and/or referred to in the Unit Franchise Agreement.

The Unit Franchisee agrees to purchase, equip and maintain, , at its Program Center the then-current minimum standard equipment, program aids and other items used in connection with the Gymboree Programs, and Consumer Products, specified by Gymboree.

In order to ensure uniformity of quality, high standards of presentation, child safety and consumer acceptance and satisfaction, the Unit Franchisees will each ensure that all equipment, products, program aids and other items used in connection with the Gymboree Program, and all Consumer Products, shall conform to such standards as Gymboree may specify in writing from time-to-time. So long as the Unit Franchisee is required to carry Consumer Products, it shall at all times maintain a reasonable inventory of those items.

***Advertising and Public Relations.*** Gymboree shall furnish the Unit Franchisee with initial advertising materials in the English language (artwork provided to its U.S.A. franchisees for class schedules, newspaper ads provided to its U.S.A. franchisees, and the like) and shall

assist the Unit Franchisee in implementing its own initial advertising and public relations programs. Unit Franchisee shall have the obligation to obtain and pay for any translation required and must obtain Gymboree's prior written approval before translating any Gymboree materials on the condition that Unit Franchisee or the translator will assign all copyrights in the translation to Gymboree. Gymboree shall have ownership of all materials translated into another language and shall have the right to receive and make copies of and use such materials for any purpose such translated materials. The Unit Franchisee will purchase from Gymboree or other suppliers (such as the Local Advertising Fund, as hereinafter defined) reasonable quantities of current material for distribution. The Unit Franchisee and its Unit Franchisees shall use only those advertising and public relations materials and programs currently approved by Gymboree.

Prior to use, the Unit Franchisees will obtain Gymboree's written approval of any advertising copy, promotional material, or other written or printed material developed, or to be used, by the Unit Franchisees (including translations). Gymboree shall have the right to require the Unit Franchisees to report the nature, extent and amount of all local advertising expenditures, in such form and at such times as Gymboree may request. The Unit Franchisee agrees to provide Gymboree with copies of all press and media coverage of the Unit Franchisee's operations.

***Gymboree Play Center.*** Any Primary Centers owned and/or operated by Unit Franchisee or any affiliate, shall be subject to Unit Franchise Agreements in form and substance approved by Gymboree. Unit Franchisee will open, and continuously own and operate throughout the term of its Unit Franchise Agreement and any successor franchises, at least one Primary Center in the Territory.

***Corporate or Entity Ownership.*** If the Unit Franchisee is a corporation or other entity, Gymboree will require that (i) a guarantor or guarantors guarantee all of the Unit Franchisee's obligations, whether arising under the Unit Franchise Agreement or otherwise, and (ii) a "Designated Individual" (or substitute reasonably approved by Gymboree) must at all times maintain legal and operational control, and serve as full-time chief executive officer of the Unit Franchisee.

***Term.*** The initial term of the Unit Franchise Agreement is 10 years.

***Successor Rights.*** The Unit Franchisee will have an option to obtain a successor franchise for one additional term of 10 years if the Unit Franchisee: (i) is not in breach of any of its agreements with Gymboree, (ii) provides 90 to 180 days' written notice of election to obtain the successor franchise, (iii) pays the successor fee described on page 1, (iv) enters into a new Unit Franchise Agreement, (v) or one of its principal officers, and other employees nominated by Gymboree, completes a further training program, (vi) pays its own and Gymboree's costs in connection with the grant of a successor franchise, and (vii) signs a General Release.

As a condition to the grant of a successor franchise, Gymboree may adjust the Continuing Franchise Fees on Primary Centers and insurance limits. The new Unit franchise agreement may contain materially different economic and other terms and conditions.

**Franchisor's Right of Termination.** Gymboree may only terminate the Unit Franchise Agreement for cause. Upon the happening of a defined Event of Default, Gymboree may notify the Unit Franchisee of the nature of the default and how to rectify the default. If the Unit Franchisee does not cure the default within 30 days, Gymboree may either terminate the Unit Franchise Agreement effective 15 days after being given notice and/or exercise any other right or remedy available to Gymboree.

The Events of Default are:

- (i) Nonpayment of any sums due Gymboree under the Unit Franchise Agreement or any note given in connection with this Agreement;
- (ii) Failure of Unit Franchisee to secure and maintain at all times the insurance required to be secured and maintained hereunder;
- (iii) Unit Franchisee's promoting, offering, marketing or selling any product or service in connection with the Gymboree Program without Gymboree's prior written approval;
- (iv) Failure to comply with any of the other covenants, restrictions or agreements to be performed by the Unit Franchisee hereunder any directions or specifications of Gymboree from time to time;
- (v) The making of any material misrepresentations by the Unit Franchisee as a Gymboree Unit subfranchisor or the engaging in conduct by the Unit Franchisee which reflects materially and unfavorably upon the operation of the franchise business;
- (vi) To the extent permitted by bankruptcy law, the filing of a voluntary petition in bankruptcy by the Unit Franchisee, or if the Unit Franchisee shall be adjudicated bankrupt or insolvent, or on the execution by the Unit Franchisee of an assignment for the benefit of creditors, or on the appointment of a receiver or trustee for Unit Franchisee;
- (vii) The Unit Franchisee violates any law, ordinance, rule or regulation of any governmental authority in connection with the operation of any Program Center or is convicted of any offense or crime which, in the opinion of Gymboree, substantially impairs or impugns the goodwill or reputation associated with the Gymboree Marks, the licenses granted hereunder, Gymboree or the Gymboree Program;
- (viii) The failure to operate each Program Center required to be opened in its Territory for at least forty-five (45) weeks per calendar year at a level of operation consistent with Gymboree's then-current policies; or
- (ix) The uncured default by the Unit Franchisee under any other agreement with Gymboree (including any agreement covering any individual site).

Gymboree may terminate the Unit Franchise Agreement effective immediately upon written notice without an opportunity to cure if an Event of Default described in (v), (vi), (vii), or (viii) above, or any of the following Events of Default occur:

(a) Unit Franchisee fails on five (5) or more occasions to comply with the Unit Franchise Agreement or any other agreement, whether or not such default is corrected after notice is given, or if any default is not curable under any other agreement;

(b) Unit Franchisee ceases, or threatens to cease, to carry on the Unit franchise business;

(c) Any license or permission necessary for the use or operation of the unit franchise business is revoked or terminated;

(d) Unit Franchisee, or any company to which Unit Franchisee's rights may have been assigned, commits any act of bankruptcy, makes any arrangements with its creditors, becomes of unsound mind or is convicted of a serious criminal offense or any criminal offense which could adversely affect the reputation and goodwill of Gymboree's business or the network;

(e) There are persistent substantiated complaints to Gymboree as to the quality of the service given by Unit Franchisee and Gymboree determines, in its reasonable discretion, that such complaints are well founded;

(f) Unit Franchisee refuses or inhibits any of Gymboree's rights of entry upon any Premises (as defined in the Unit Franchise Agreement) or any premises owned by Unit Franchisee, its subsidiary or a company in which the Unit Franchisee has a shareholding; and/or

(g) Unit Franchisee challenges the right of Gymboree itself to use and/or to license others to use the Gymboree Marks, or if Unit Franchisee challenges the validity of the Gymboree Marks or any intellectual property rights of Gymboree or brings the Gymboree Marks into dispute which (not by way of limitation) shall include committing a crime for which the punishment may be imprisonment.

Unit Franchisee's rights and Gymboree's obligations under this Agreement shall automatically terminate without notice being given to Unit Franchisee in any of the following events:

1. Unit Franchisee becomes insolvent by reason of its inability to pay its debts as they fall due, enters into liquidation whether voluntarily or compulsorily other than for the purposes of a reconstruction or amalgamation, makes any arrangement or composition with its creditors, has a receiver appointed of all or any part of its assets, or takes or suffers any similar action in consequence of a debt; or

2. Any party, or any company to which Unit Franchisee's rights may have been assigned, takes or threatens any action including, without limitation, the

commencement of legal proceedings to enforce or foreclose any lien or mortgage over or in respect of any property of the Unit Franchisee.

***Rights and Obligations upon Termination or Expiration.*** On termination and/or expiration, the Unit Franchisee has to immediately pay Gymboree all monies it owes. On termination and/or expiration, the Unit Franchisee and its Unit Franchisees must thereafter refrain from representing itself or themselves as operators of Gymboree and discontinue use of the Gymboree Marks, methods, techniques, programs and equipment in any form. The Unit Franchisee and its Unit Franchisees have to surrender to Gymboree all items bearing the name “Gymboree”, including, but not limited to, all program materials, Operations Manuals and all other materials with confidential or proprietary information, including any materials translated into the local language.

All capital equipment, tools and inventory owned by the Unit Franchisee will remain their property, but the Gymboree Marks must be removed upon termination and/or expiration. Gymboree has the right to purchase such items at their fair market value.

***Effects of Termination or Expiration of Unit Franchise Agreements.*** At its option, upon termination or expiration, Gymboree may terminate all rights of the Unit Franchisee under any Unit Franchise Agreement and either (i) succeed to all rights of the Unit Franchisee under such agreements, or (ii) terminate them. If Gymboree requests that the Unit Franchisee assign such rights, the Unit Franchisee must make such assignment. Gymboree has a power of attorney to execute such assignments.

***Assignment by Franchisor.*** Gymboree has the unrestricted right to assign or transfer its rights and obligations under the Unit Franchise Agreement, and any of the assets related to the operation of the Gymboree Program in the Territory or otherwise, to any third party. Upon any such transfer, and if the third party transferee or assignee agrees to recognize the Unit Franchisee’s rights in the Unit Franchise Agreement, all of Gymboree’s obligations towards the Unit Franchisee will cease and be forever extinguished.

***Assignment by Unit Licensee and its Owners.*** Except for the sale of individual Unit Franchises, the Unit Franchisee may not assign or transfer the licenses granted in the Unit Franchise Agreement without Gymboree’s prior written approval.

The original owner of an interest in the Unit Franchisee may transfer his or her interest to a business entity as long as the original principals maintain a 51% beneficial interest and certain other conditions are met.

***Right of First Refusal.*** If the Unit Franchisee receives an offer to purchase its unit franchise operation, or if the Unit Franchisee desires to sell its interests so that the original owners will not own 51% of the beneficial interests, the Unit Franchisee shall first transmit the offer to Gymboree and Gymboree and/or its nominee will have 30 days to purchase at the price and on the terms of the offer. Gymboree may pay cash for any non-cash consideration.

If Gymboree does not exercise its option, the Unit Franchisee may transfer its interest in the unit franchise operation within 6 months on the exact terms, conditions and price if certain conditions are met.

**Insurance.** The Unit Franchise has to maintain public liability insurance covering its operations, and naming Gymboree as an additional insured. The current minimum amounts and types of insurance required are specified in the Unit Franchise Agreement. Ongoing minimum amounts and types of insurance required shall be as specified in the Operations Manuals or otherwise required by us from time to time.

**Indemnification of the Franchisor.** The Unit Franchisee must defend, indemnify and save Gymboree, and each of the Franchisor-Related Persons/Entities, and their respective agents and employees, harmless from any claims, demands, losses, obligations, liabilities or debts.

**Recordkeeping.** During the term of the Unit Franchisee Agreement and for three (3) years after termination or expiration, the Unit Franchisee agrees, at its expense, to maintain at its principal office [separate from any unrelated business(es) of the Unit Franchisee], full, complete and accurate books, records and accounts including, without limitation, employee records, sales invoices, cash receipts, purchase records, accounts payable, cash disbursement records, inventory records, general ledgers, itemized bank deposit slips and bank statements, copies of sales tax (VAT) returns, and copies of the Unit Franchisee's income tax returns.

The Unit Franchisee shall furnish Gymboree with quarterly reports, in the form from time to time prescribed by Gymboree, accurately reflecting the Gross Revenue of all Unit Franchisees in the Territory for the preceding quarter and such other data, information, statistics and financial reports and supporting documents as Gymboree from time to time requires. This report shall accompany the payment of royalties.

Unit Franchisee shall furnish to Gymboree in the form, from time to time prescribed by Franchisor :

- (a) a quarterly profit and loss statement and a profit and loss statement from the beginning of the Unit Franchisee's fiscal year to the end of the preceding month prepared, verified and signed by the Unit Franchisee; and
- (b) within ninety (90) days after the end of each fiscal year, annual statements of profit and loss and source and application of funds for the fiscal year and a balance sheet as of the end of the fiscal year, certified by an independent public or chartered accountant and verified and signed by the Unit Franchisee as to the information furnished to such accountant.

**Interest and Late Fees.** Simple interest at a rate equal to five (5) percentage points over the prevailing rate established by the Federal Reserve Bank of San Francisco on advances to member banks, on the twenty-fifth (25th) day preceding the day immediately following the day that any payment under this Agreement is due from one party to the other, or the highest rate allowed by law, whichever is less, shall be due and payable on the aggregate total of any amounts not paid by one party to the other when and as due as provided in the Unit Franchise Agreement. In addition, if any payment is not received by Gymboree within five (5) days of the due date thereof, the Unit Franchisee must pay to Gymboree an additional sum of ten percent (10%) of the overdue amount as a late charge.

***Dispute Resolution, Applicable Law and Periods in Which to Make Claims.*** Any dispute may be submitted to non-binding mediation for a minimum of 8 hours before the American Arbitration Association or other agreed upon mediator.

If mediation is not desired or is not successful, the dispute will be resolved by binding arbitration under the International Arbitration Rules of the American Arbitration Association.

Any mediation or arbitration will occur at the office of the mediation or arbitrating organization (or its representatives) which is located closest to our then-current headquarters

The controlling law is that of the state of Delaware, U.S.A.

All claims must be made at the earlier of within one (1) year of the date in which the claim came to the attention, or should have come to the attention, of the claimant, or one (1) year after the initial occurrence of the act or omission giving rise to the claim.

***Special Acknowledgment.*** Unit Franchisee acknowledges and understands that Gymboree's business system and methods have been employed primarily in the United States of America and that Unit Franchisee has not previously operated or investigated the feasibility of owning or operating Gymboree's business in the Territory.

Accordingly, Unit Franchisee acknowledges and understands that while Gymboree will provide to Unit Franchisee information and advice generally given to Gymboree's licensees and franchisees doing business in the United States of America, Gymboree cannot undertake an investigation in the Territory, and Unit Franchisee must therefore conduct its own investigations to determine the feasibility of the business concept and satisfy itself that Gymboree's business format can be successfully operated in the Territory.

Unit Franchisee further acknowledges and understands that it is fully responsible for determining the laws and regulations relating to all of the operations of its business in the Territory and it furthermore acknowledges that it is its responsibility to fully comply with such laws and regulations.

***No Representations of Earnings.*** Unit Franchisee acknowledges and understands that the successful operation of its business will primarily depend upon its efforts, capabilities and management skills, as well as efficient operation of the licensed business, general economic trends and local marketing conditions, and Gymboree makes no claims or representations whatsoever regarding potential sales, profits or earnings achievable by the Unit Franchisee.

#### **IV. FRANCHISOR'S CIRCUMSTANCES**

##### **9. Total number of Parent or Gymboree operated Gymboree Play Centers in operation in the Territory as of January 31, 2009.**

There are 1 Gymboree or Parent owned or operated Gymboree Play Centers in the Territory.

## **10. Explanation of Procedures to Commence the Franchised Business**

Gymboree has a site selection acceptance form that Unit Franchise must complete in order for Gymboree to be able to assess the local market and cultures.

## **V. EDUCATION AND TRAINING**

### **11. Outline of Training Program**

Gymboree will provide management support, ongoing training and advice to the Unit Franchisee, in order to adhere to Gymboree's operating standards. Unit Franchisee, if an individual, or one of its principal officers if an entity, must attend Gymboree's regular training programs in the U.S.A.

The Unit Franchisee will be responsible for conducting initial Unit Franchise training programs meeting Gymboree's then current requirements.

### **12. Minimum Time for Education and Training**

Gymboree does not have a requirement or minimum time for completing education and training.

### **13. Costs to Unit Franchisee for Education and Training**

Unit Franchisee key operations personnel, if Unit Franchisee is an entity, will have to attend and successfully complete Gymboree's Initial Franchisee Training program in the U.S.A. before opening a Primary Center. If Gymboree develops significant modifications or adaptations to the Gymboree Program or System, Unit Franchisee and Unit Franchisee's key operations personnel, if Unit Franchisee is an entity, will have to attend and successfully complete Gymboree's training programs and seminars in the U.S.A. directed toward such modifications, adaptations or innovations. Unit Franchisee and Unit Franchisee's program training and service staff must also attend and successfully complete Gymboree's annual seminar in the U.S.A.

Unit Franchisee will have to pay Gymboree a fee equal to the per attendee out-of-pocket costs of conducting the annual seminar times the number of Unit Franchisee's attendees. The fee will be no higher than that charged to Gymboree's U.S.A. franchisees (that have to pay such a fee) with a similar number of attendees.

For all training, including the annual seminar, Unit Franchisee has to bear all costs with respect to its own employees and representatives in connection with such training and seminars, including travel, meals and lodging.

## **VI. ADDITIONAL DISCLOSURES**

Unit franchise candidates must demonstrate their business experience, ability and energy to successfully follow Gymboree's guidelines provided to develop the franchise. Marketing and recruitment skills are very relevant. The first objective for a new unit franchisee will be the

establishment of a Gymboree Play Center before be considered. Thereafter, Gymboree will provide management support, ongoing training and advice to the Unit Franchisee as described in the Unit Franchise Agreement, to achieve the highest levels of operating standards and profitability.

Gymboree has given the Unit Franchisee copies of the draft Unit Franchise Agreement and standard form of International Unit Franchise Agreement to review.

**Exhibit A**  
**UNIT FRANCHISE AGREEMENT**  
*[See Attached]*

**Exhibit B**  
**FINANCIAL STATEMENTS OF**  
**THE PARENT**

*See Exhibit B to the Gymboree United States*  
*Uniform Offering Circular*

**RECEIPT**

**This disclosure document summarizes certain provisions of the Unit Franchise Agreement, the International Unit Franchise Agreement and other information that may be relevant. Read this disclosure document and all agreements carefully.**

**Please sign below acknowledging your receipt of this Disclosure Document on the date listed below. Please keep a copy of this page for your records.**

**Date:** \_\_\_\_\_

**Franchisee:** \_\_\_\_\_

**Print Name:** \_\_\_\_\_

**Address:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

