

De los Editores de

Entrepreneur[®]
MAGAZINE

Copatrocinado por la SBA
Agencia Federal para el Desarrollo
de la Pequeña Empresa



Servicio de Guardería

*Una Introducción para
Iniciar Este Negocio*

***Serie para Emprender un
Negocio de Entrepreneur.com***

No. de Autorización 03-7611-54 _____

El apoyo dado por la Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa (SBA) a esta actividad no constituye un aval implícito o expreso de cualquier copatrocinador o participantes, sus opciones, productos o servicios. Todos los programas de la SBA o programas copatrocinados por la SBA son ofrecidos al público de forma no discriminatoria.



**©2004 por Entrepreneur Media Inc.
Derechos Reservados**

Este material no puede ser reproducido o transmitido por ningún medio, total o parcialmente (incluidos los electrónicos) mas allá de lo permitido por la Sección 107 o 108 de la Ley de Derechos Reservados de 1976, sin permiso escrito del editor. Solicitudes para obtener permiso deben ser dirigidas al Business Products Division, Entrepreneur Media Inc.

Esta publicación se creó para aportar información precisa y general sobre cómo desarrollar un negocio sobre el tema que se ha cubierto. Se vende con el entendimiento de que el editor no está otorgando consejos legales, contables u otros de tipo profesional. Si requiere ayuda jurídica o de otro tipo, sugerimos consultar a un especialista en la materia.

Guías para Emprender un Negocio

Entrepreneur Media Inc.
2445 McCabe Way, Suite 400
Irvine, CA 92614

www.entrepreneur.com

Índice

Introducción	1
Satisfacer una Necesidad Importante	1
¿Tiene Lo Que Se Necesita?	2
Mercado Meta	3
Tipos de Servicios que puede Ofrecer	4
Costos Iniciales	5
Encontrando un Local	8
Fijar Precios	9
Formas de Pago	9
Mercadotecnia	10
Lista Para Comenzar	10
Recursos	12

Servicios de Guardería

¿Le encanta oír la risa de niños? ¿Le gusta la idea de estar rodeado de niños que gatean por donde quiera? Siga leyendo para el negocio ideal para usted.

EL NÚMERO DE familias con padres que trabajan—incluyendo padres solteros y familias en las que ambos padres trabajan—está creciendo, creando una necesidad constante de guarderías de calidad. Esta necesidad está creando una tremenda oportunidad empresarial para las personas que quieren a los niños y quieren construir una empresa cuidando de ellos.

Los servicios de guardería pueden variar desde negocios en casa hasta en grandes centros comerciales y pueden ser puestos en marcha con una inversión tan baja como de cien dólares. Puede permanecer muy pequeño, esencialmente creando sólo un trabajo para usted, o puede convertirse en una empresa importante con potencial de tener un ingreso de millones de dólares al año.

También tiene tremenda flexibilidad en decidir cuales servicios ofrecerá. Puede limitar su clientela a niños de cierta edad o adaptar sus horarios para cubrir la necesidad de un segmento del mercado especial. Puede o no ofrecer transporte entre su centro y las casas y/o escuelas de los niños. Quizá quiera llevar a los niños a paseos. Como una alternativa a las guarderías, considere una empresa que se concentra únicamente en suministrar transporte para niños.

Por supuesto, el trabajo básico que usted estará haciendo—cuidando los niños de otros—requiere una responsabilidad tremenda y un compromiso serio. Cuando los niños están bajo su cuidado, usted es responsable por su seguridad y bienestar. Usted también tendrá un papel clave en su desarrollo y bien podría ser alguien a quien recordarán todas sus vidas.

Satisfacer Una Necesidad Importante

Uno de los desafíos más grandes que enfrentan las familias estadounidenses hoy en día, es el cuidado de los niños mientras los padres trabajan. De acuerdo con la Oficina de Estadísticas Laborales (Department of Labor, en inglés), solamente 13 por ciento de todas las familias quedan bien en el modelo tradicional del marido que trabaja y la esposa como ama de casa. En 61 por ciento de las familias en las cuales la pareja

está casada, ambos trabajan fuera de la casa. Seis de cada 10 madres con niños menores de seis años trabajan, y la participación laboral de mujeres que están en edad de tener hijos continúa creciendo. A medida que el número de padres que trabajan aumenta, también aumentará la demanda para servicios de guardería.

Otra cuestión que tiene un impacto sobre los servicios de cuidado de niños es el nuevo mercado global abierto 24 horas al día. Los trabajos con un número alto de empleados que trabajan de noche y los fines de semana—servicios de limpieza, hospitalidad, servicio al cliente y apoyo técnico—están creciendo, y los trabajadores en estos campos tienen más dificultad para encontrar guarderías de calidad que sus homólogos que trabajan de las ocho a las cinco.

Para muchos padres que trabajan, no hay una sola solución que satisfaga sus necesidades para el cuidado de sus hijos. Más de un tercio usan más de una opción; como por ejemplo, guarderías parte del tiempo, y amigos, vecinos o parientes en otras ocasiones. Un estudio reciente dirigido por el Instituto Urbano, una organización de investigaciones de política no lucrativa, reveló que aproximadamente 30 por ciento de los padres que trabajan tenían dos arreglos para el cuidado de sus hijos, y otro 8 por ciento están usando al menos tres. El estudio descubrió que 65 por ciento de los padres hacen malabares con los arreglos de cuidado para sus hijos, y que usaban una combinación de guarderías formales, programas de Head Start, y el cuidado de los niños por parte de parientes y amigos. Otro 20 por ciento usaban dos guarderías distintas.

¿Tiene lo que se Necesita?

¿Cuáles son las características de una persona que tendría éxito manejando un centro de cuidado de niños? Lois M., quien empezó la primera de sus seis guarderías en Toledo, Ohio, en 1982, contesta, "La persona tiene que estar llena de energía, tener cabeza para los negocios, ser un jefe competente, tener una personalidad agradable, ser profesional, estar dispuesto a tomar riesgos calculados, ser un buen modelo a imitar, tener recursos financieros fuertes, y ser consistente en las expectativas del personal y en la entrega del servicio."

Si usted va a estar dirigiendo una guardería, Brenda B. de Stockton, Illinois, añade, "Le tienen que gustar los niños realmente." Janet H. de Exeter, California, está de acuerdo; dice, "Una persona que va a poner una guardería tiene que querer a los niños, ser una persona con don de gentes, tener una tolerancia alta para la tensión, tener buen seguro, y tener destreza en administración."

Una guardería puede emprenderse fácilmente en su casa con sólo un par de semanas de planificación y con una inversión de efectivo moderado. Un centro ubicado en un área comercial requiere una inversión más grande de tiempo, energía y dinero. El tamaño y el tipo de empresa que usted escoja dependerá de sus recursos iniciales y objetivos para el futuro. Muchos proveedores de servicio de guardería están satisfechos con una operación en su residencia de una persona que genera ganancias cómodas mientras permite que ellos hagan el trabajo que disfrutan (y cuidar a sus propios niños también). Otros pueden empezar en casa y luego trasladarse a un sitio comercial cuando la empresa crece. Y otros empiezan en sitios comerciales y están contentos con su sitio o tienen planes de expandirse.

Mercado Meta

Candidatos perfectos para recibir servicios de guardería de tiempo completo son padres de bebés y niños de hasta cinco años. Los padres con niños de 5 años para arriba son una buena alternativa para programas de cuidado después de la escuela. Los segmentos del mercado con más probabilidad de usar guarderías son familias de doble ingreso y familias con madres o padres solteros, en la mayoría de los niveles económicos. Además, existen varios programas del gobierno que ayudan a familias de bajos ingresos a pagar por el cuidado de sus niños para que los adultos puedan mantenerse en la fuerza laboral.

Dentro de este mercado amplio hay un grupo más estrecho de clientes a quienes usted servirá. Use una investigación de mercados para averiguar quiénes son estas personas y la mejor forma de atraerlos hacia su centro. Lois M. dice que el mercado principal en cuatro de sus seis locales son padres profesionales de ingresos altos superiores; los otros dos centros les sirven a varias familias de ingresos medios y a otras que están subvencionadas por fondos públicos. Janet H. dice que aproximadamente la mitad de su clientela consta de familias de dobles ingresos, y la otra mitad son madres solteras que reciben ayuda del gobierno mientras trabajan en programas diseñados para sacarlas de la asistencia social.

El objetivo de hacer una investigación de mercado es identificar su mercado, averiguar en donde está, y desarrollar una estrategia para poder comunicarse con posibles clientes en una manera que los convencerá de que le traigan a sus niños.

Cuando Lois M. abrió su primer centro, su investigación demográfica reveló que había 9,000 niños (de bebé a 5 años) dentro de un radio de 5 millas del sitio; la mitad de los niños de edad preescolar en la zona asistían a algún tipo de guardería ya que sus madres (o ambos padres) trabajaban; y se esperaba que el número de familias en

la zona se duplicara dentro de una década. Contenido en ese radio de 5 millas había seis guarderías que atendían a aproximadamente 800 niños.

La investigación de Brenda B. no fue tan sofisticada. Como vive en un pueblo pequeño, conoce a casi todos y estaba bien consciente de la falta de servicios de cuidado de niños. "Hay tanta necesidad de guarderías", dice. "Hay períodos donde recibo no menos de cinco llamadas por semana de padres que necesitan que les cuide a sus hijos, y no tengo espacio para ellos. He tenido familias en mi lista de espera por hasta dos años."

Tipos de Servicios que Puede Ofrecer

Antes de que usted abra sus puertas al primer niño, debe decidir qué servicios proveerá y las políticas que guiarán su operación. Sólo decir que usted va a "cuidar a niños" es deplorablemente inadecuado. ¿Cuántos niños? ¿De qué edades? ¿Por cuántas horas? ¿Usted les dará de comer o les pedirá a los padres que lo hagan? ¿Qué actividades ofrecerá? ¿Qué precio cobrará, y como le podrán pagar? Y la lista sigue creciendo.

Su primer paso es consultar con las agencias gubernamentales que regulan esta industria para averiguar qué necesita para proveer este tipo de servicio. Por ejemplo, cada estado tiene sus propias directrices para el número máximo de niños y el número máximo de niños de cada edad en una guardería infantil de familia. Los estados también tienen directrices respecto al número de empleados requeridos por cada grupo de niños en instalaciones comerciales. Probablemente habrá otros requisitos y restricciones, dependiendo del tipo de local que usted dirija.

Determine qué servicios puede ofrecer basándose en sus propias preferencias y lo que su investigación de mercados dice que su comunidad necesita. Sus opciones pueden incluir:

- ▼ Cuidado de tiempo completo durante horas del día tradicionales
- ▼ Cuidado después de la escuela
- ▼ Horas no tradicionales (muy temprano en la mañana, noches, cuidado de la noche a la mañana, días de la semana y/o fines de semana)
- ▼ A solicitud o sin cita, durante horas tradicionales y horas no tradicionales
- ▼ Cuidado de medio tiempo
- ▼ Noches cuando los padres salen (cuidado durante las noches de fin de semana)
- ▼ Cuidado basado en la edad del niño
- ▼ Transporte

Costos Iniciales

¿Qué necesita en crédito y efectivo para abrir sus puertas? Dependiendo de lo que usted ya posee, los servicios que usted quiera ofrecer y si usted se basará desde su casa o en un local comercial, ese número podría extenderse desde cientos de dólares hasta decenas de miles de dólares.

Cuando usted considera su propia situación, no saque el número de su inversión inicial del aire; use su plan de negocios para calcular cuánto necesita para empezar su negocio ideal, y luego haga cuentas de cuánto tiene. Si usted tiene todo el efectivo que necesita, es muy afortunado. Si no lo tiene, tiene que empezar a jugar con los números para determinar qué puede eliminar.

Muchos de los empresarios con guarderías con los que hablamos usaron sus propios ahorros personales y equipo que ya poseían para empezar sus empresas. Dado que los costos iniciales para una guardería infantil son relativamente bajos, usted encontrará que conseguir financiación tradicional le será difícil de obtener—los bancos y otros prestamistas prefieren prestarle cantidades mucho más grandes de lo que usted necesitará y para lo que probablemente pudiera calificar. Un centro comercial requerirá una inversión más grande y es más probable que calificaría para un préstamo bancario si decide abrir un centro comercial.

Brenda B. calcula que gastó \$300 a \$400 en equipo inicialmente para su guardería. Fue de compras a las ventas de garaje y aceptó donaciones de juguetes usados y otros artículos de amigos y conocidos.

Janet H. gastó mucho más—aproximadamente \$5,000—para empezar su guardería ya que remodeló su garaje para que sirviera como el cuarto primario de su negocio, y también añadió un baño para los niños. Cuando abrió su primer local comercial, usó una combinación de ahorros personales y tarjetas de crédito para pagar los costos. Cuando abrió su segunda ubicación, ya pudo reunir las condiciones necesarias para un préstamo comercial. Lois M. obtuvo una segunda hipoteca sobre su casa para conseguir los \$15,000 que necesitaba para equipar su guardería cuando abrió en 1982.

Yvette B., en Miami, puso \$70,000 de ahorros personales en su servicio de transporte para niños. Los costos de Deborah B., en Virginia, fueron de entre \$20,000 a \$25,000, que financió principalmente con sus tarjetas de crédito.

Cuando usted haga su plan financiero, considere estas fuentes de fondos:

▼ **Sus propios recursos.** Haga un inventario minucioso de sus posesiones. La mayoría de la gente tiene más posesiones de lo que cree. Esto podría incluir cuentas de ahorros, valor en efectivo de bienes raíces, cuentas de jubilación, vehículos, equipo de esparcimiento, colecciones y otras inversiones. Usted puede optar por vender posesiones por efectivo o usarlas para un préstamo como garantía. Éche un vistazo también a su línea de crédito personal; la mayor parte del equipo que usted necesitará está disponible a través de las tiendas comerciales que aceptan tarjetas de crédito.

▼ **Amigos y familia.** El próximo paso después de reunir sus propios recursos es acercarse a amigos y parientes que creen en usted y quieren ayudarlo a tener éxito. Sea cauteloso con estos arreglos; no importa cuán cercanos sean, preséntese de manera profesional, escriba un contrato, y esté seguro que las personas individuales a las que usted se acerca pueden permitirse el riesgo de invertir en su empresa.

▼ **Socios.** Aunque la mayoría de las guarderías son propiedad de una sola persona, usted quizá querrá considerar usar el principio de "en la unión está la fuerza" y buscar a alguien que trabaje en equipo con usted. Puede escoger a alguien que tiene recursos financieros y quiere trabajar con usted en la empresa. O puede encontrar a alguien que tenga dinero para invertir pero no tenga interés en hacer el trabajo. Asegúrese de redactar un acuerdo de socios que claramente defina sus responsabilidades y obligaciones respectivas.

▼ **Programas del gobierno.** Aproveche la abundancia de programas locales, estatales y federales diseñados para apoyar a empresas pequeñas en general, y guarderías en particular. Primero considere la SBA (Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa), y luego investigue otros programas. Mujeres, minorías y veteranos deben verificar las posibilidades de obtener financiación de programas diseñados para ayudar a estos grupos a montar sus propias empresas. La sección de negocios en su biblioteca local es un buen lugar para empezar su investigación. Otros recursos son el National Children's Facilities Network and Community Investment Collaborative for Kids (Red Nacional de Instalaciones para Niños y La Colaboración de Inversiones de la Comunidad Para Niños).

Cuidar a niños puede ser placentero y gratificante, pero si usted está cuidando los niños de otras personas y aceptando compensación por ello, entonces cuidar a los niños es un negocio y tiene que ser manejado así. Aunque usted quiera montar su empresa porque le gustan los niños y no porque le encanta guardar registros y pagar impuestos, usted tendrá que hacer estas tareas eficazmente si va a mantener un negocio viable.

El alto porcentaje de desgaste en este tipo de negocio resulta en gran medida por el hecho de que muchos proveedores de servicio de guardería se concentran casi exclusivamente en criar y cuidar a los niños a su cargo, y descuidan el lado financiero y la dirección de su negocio. Pero ya sea que su objetivo es un negocio pequeño o es construir una cadena de guarderías comerciales, usted tendrá que manejar todos los asuntos con la administración de su negocio si va a sobrevivir. Si planea bien, no será difícil.

Organice un sistema de contabilidad desde el principio de manera que pueda monitorear información sobre su rentabilidad y pueda manejar sus informes de impuestos. Quizá deba contratar un asesor o un contador que se especialice en empresas pequeñas para ayudarlo al principio; ésta inversión pequeña podría ahorrarle tiempo y dinero a largo plazo.

Espere dedicar una considerable cantidad de tiempo a la dirección, mercadotecnia y administración de su negocio. Si usted tiene empleados, tiene que entrenarlos y supervisarlos. Aunque la demanda para guarderías es alta, los padres de familia no podrán encontrarlo si usted no comercializa su negocio. Y mantener los detalles administrativos—pagar facturas, comprar suministros, hacer presupuestos y pronósticos, asegurarse que sus licencias están vigentes, manutención de la instalación, etcétera—es un proceso interminable.

Si su objetivo es un centro comercial grande, no es probable que termine pasando mucho tiempo cuidando a los niños personalmente.

Aunque Lois M. pasa bastante tiempo en sus centros rodeada de niños, no se ha encargado de cuidarlos desde hace 10 años. "Tomé una decisión muy deliberada cuando empecé", explica. "Sabía que podía contratar a una secretaria para cubrir la oficina y yo podía ser la maestra en el salón. O podía estar yo en la oficina, y podía contratar a otra maestra. Decidí que era mejor que yo estuviera en la oficina, contestando el teléfono y dando las presentaciones porque nadie más había invertido tanto en esta empresa como yo. Una secretaria podría dar la información mecánicamente, pero no va a expresar la misma pasión que voy a expresar yo cuando sé que soy responsable por la nómina de mis empleados cada viernes." Al principio, usted podría realizar las dos funciones, como director y también cuidar a los niños, pero, Lois añade, "No debe hacerse el hábito de hacer eso con regularidad o su programa se verá afectado." Sus seis centros emplean a más de 100 personas a tiempo completo, además de aproximadamente 30 sustitutos.

Encontrando un Local

Si va a abrir un centro en un sitio comercial, tiene sentido ubicar su local cerca de su mercado meta. Algunos padres podrían preferir un centro cerca de la casa; otros pueden escoger un centro cerca de su lugar de trabajo. En el último caso, los padres quizás pueden disfrutar más tiempo con sus hijos durante su viaje desde su casa al trabajo y viceversa, además tendrán la oportunidad de pasar más tiempo con ellos durante el curso del día, quizá durante el almuerzo o programas especiales. Algunas sugerencias para sitios que debe considerar incluyen:

- ▼ Una instalación dentro o adyacente a un vecindario residencial o cerca de una escuela ya existente.
- ▼ Una instalación en un centro comercial donde es probable que pasen los padres con sus hijos.
- ▼ Compartir una instalación con otras organizaciones comunitarias.
- ▼ Oficinas y zonas industriales con una fuerza laboral considerable.

Si usted va a abrir una guardería en su casa, hable de sus planes con miembros de su familia y sus vecinos antes de abrir. Sus hijos pequeños podrían resentirse si otros niños entran a su casa y cambian su estilo de vida. Niños más grandes—especialmente adolescentes—necesitarán que les diga qué es lo que usted espera de ellos y qué pueden esperar cuando su empresa empieza a crecer. Cónyuges quizá no comprendan el compromiso de tiempo involucrado en este tipo de empresa, así que hable en detalle antes de traer al primer cliente. Usted podría descubrir que su familia extendida y amigos no comprenden qué se requiere de una guardería profesional y pueden pensar que, debido a que usted está en casa durante el día, usted no está "trabajando realmente" o usted sólo está "haciendo de niñera."

Hable con sus vecinos sobre el impacto que su empresa tendrá sobre ellos en relación al tráfico (cuando los padres dejen y recojan a sus hijos) y el ruido (piense en el ruido que hacen cinco o seis niños cuando juegan). Déjeles saber qué pasos tomará para disminuir cualquier irritación o contrariedad, y asegúreles que deben sentirse cómodos de acercarse a usted con preguntas o problemas.

Algunos dueños de guarderías tienen ciertos cuartos de sus casas designados para su empresa; otros usan sus casas enteras. Su decisión tendrá que basarse en las pautas establecidas en su estado y sus preferencias personales. Brenda B. tiene un cuarto de juegos para los niños, pero no están restringidos a esa área; dice que usa su casa entera y su jardín trasero que es grande y cercado para su negocio. La casa

de Sherri A. en Winter Park, Florida, tiene una sala formal que sirve como el área principal para cuidar a los niños.

Fijar Precios

Los honorarios que usted cobra harán la base financiera de su compañía y sus ingresos. Tienen que ser competitivos en su mercado, razonables y asequibles para los padres, y también justos para usted. Tiene que considerar una variedad de temas, incluyendo sus costos, las ganancias que usted quiere lograr, los precios vigentes en su área y lo que las familias en las que usted se está centrando pueden permitirse. Fijar sus precios—explicándolos y a menudo justificándolos—a los padres y luego cobrar el dinero es todo parte de manejar una guardería.

Si usted decide ofrecer un plan de estudios para los niños, cuidadosamente planeado, que es mucho más que un simple servicio de cuidado de niños, usted está justificado en establecer una estructura de honorarios similar al diseño de una escuela privada. Un precio de matrícula único igual a la cuota de matrícula de media semana no causará asombros, pero lo compensará por el costo en tiempo, papeleo y atención especial que requiere matricular a cada participante.

Calcular cuánto cobrar por el espacio en su centro estará basado principalmente en tres variables:

- ▼ Costo de la mano de obra o empleomanía, y materiales (o suministros)
- ▼ Gastos generales
- ▼ Ganancias

Un cuarto factor poco común a la mayoría de otras empresas, pero importante para una guardería, es el límite al número de niños que puede tener. En la mayoría de los negocios, si su empresa crece, sólo tiene que contratar a más empleados para servir el número creciente de clientes. Pero cuando se trata del cuidado de niños, las leyes estatales y aspectos prácticos limitan el número de niños que usted puede aceptar, poniendo un límite al potencial de ganancias para cada local que tenga su empresa. Para superar esto, los operadores de guarderías prósperos aprovechan y abren más locales a menudo en áreas cercanas para incrementar su base de clientes y ganancias.

Formas de Pago

Usted recibirá pagos por cheque y efectivo, y quizá también querrá abrir una cuenta para comerciantes y así podrá aceptar tarjetas de crédito. Consulte con su banco o

diferentes compañías de tarjetas de crédito para más información sobre como aceptar tarjetas de crédito. Muchas guarderías y compañías de transporte de niños descubren que automáticamente cargar la suma en las tarjetas de crédito de los padres es la manera más fácil de obtener el pago. "Un cargo automático cada mes es la manera más fácil de conseguir su dinero", dice Yvette B. "Hay honorarios de descuento involucrados allí, pero vale la pena."

Mercadotecnia

En la mayoría de los Estados Unidos, la demanda para el cuidado de niños de calidad es tan alta que promover su empresa será relativamente fácil. Es más, muchos de los proveedores con los que hablamos para esta guía—especialmente los que estaban basados en casa—hacen poco o nada de mercadotecnia porque ya tienen reputaciones fuertes establecidas y listas de espera. Pero cada empresa necesita un plan de mercadotecnia, y el suyo no es la excepción.

Todos sus materiales de mercadotecnia deben ser profesionales. Considere contratar a un diseñador gráfico y/o autor profesional para ayudarlo con su paquete de mercadotecnia. Si tiene hijos, quizá pueda trocar sus honorarios a cambio de sus servicios.

Tenga estas preguntas en mente cuando cree su plan de mercadotecnia:

- ▼ ¿Quiénes son sus clientes potenciales?
- ▼ ¿Cuántos de ellos hay?
- ▼ ¿Dónde están ubicados?
- ▼ ¿Qué están haciendo actualmente para el cuidado de sus niños?
- ▼ ¿Puede ofrecerles algo que no están consiguiendo ahora?
- ▼ ¿Cómo puede convencerlos de que le traigan a sus hijos?
- ▼ ¿Exactamente qué servicios ofrece usted?
- ▼ ¿Cómo se compara con sus competidores?
- ▼ ¿Qué clase de imagen quiere proyectar usted?

El objetivo de su plan de mercadotecnia debe ser comunicar su existencia y la calidad de su servicio a posibles clientes, usando un enfoque multifacético. Los operadores de guarderías con los que hablamos usan una variedad de métodos de mercadotecnia, desde el de persona a persona hasta técnicas más sofisticadas.

Lista Para Comenzar

Cuando termine sus esfuerzos iniciales, use esta lista de verificación (adaptándola a sus propias necesidades) para asegurarse que usted haya cubierto todas sus bases

antes de abrir sus puertas.

- ▼ Tipo de centro: ¿Operará desde su casa o un local en una área comercial?
- ▼ Licencias: ¿Qué tipo de licencias necesita y ¿de qué agencias gubernamentales? ¿cuáles son los requisitos, los costos y cuánto tiempo necesita para procesarlos?
- ▼ Entrenamiento y certificación: ¿Qué tipo de entrenamiento y/o certificación necesita antes de abrir su negocio?
- ▼ Mercado: ¿Cuáles son las necesidades para cuidado de niños en su comunidad?
- ▼ Ubicación: Escoja un sitio que sea apropiado y accesible.
- ▼ Requisitos Legales: Asegúrese que la zona que escoja sea legal y tome en cuenta otros asuntos legales.
- ▼ Asuntos Financieros: Calcule sus costos iniciales e identifique el origen de sus fondos iniciales.
- ▼ Salud y asuntos de seguridad: Tenga un plan para prevenir accidentes y enfermedades, y desarrolle procedimientos de emergencia.
- ▼ Programas: Desarrolle un programa apropiado de actividades para los niños.
- ▼ Equipo: ¿Qué necesita para equipar su centro, en dónde lo conseguirá, y cuánto costará?
- ▼ Seguro: ¿Qué cobertura necesita para protegerse a usted y a los niños bajo su cuidado?
- ▼ Personal: Si usted planea contratar personal, averigüe cuánto personal necesita para la cantidad de niños que proyecta atender, y desarrolle políticas de recursos humanos.
- ▼ Conexiones: ¿Qué recursos profesionales y comunitarios tiene a su disposición?

Servicio de Guardería

Más Recursos de SoyEntrepreneur.com:

Ayuda Para Iniciar su Negocio

- ▼ ¿Listo para emprender?
- ▼ 12 preguntas básicas
- ▼ Herramientas de apoyo
- ▼ No hay lugar como el hogar

Planeando su Éxito

- ▼ Cómo escribir un plan de negocios
- ▼ Cómo escribir un plan de mercadotecnia
- ▼ Póngase a prueba

Operaciones

- ▼ La importancia de llamarse....
- ▼ Ubicación, ubicación, ubicación
- ▼ Cómo crear un consejo de administración
- ▼ Empleados de poca duración

Financiamiento

- ▼ Cómo atraer capital
- ▼ Bancos para empresas pequeñas

Oportunidades de negocio

- ▼ Franquicias y otras oportunidades

Smallbizbooks.com

- ▼ Para más información sobre este y otros negocios, visite www.smallbizbooks.com.

Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa (SBA)

1 800 UASK SBA (1 800 827-5722)

Recursos Importantes:

- ▼ www.negocios.gov
- ▼ www.sba.gov/espanol/Primeros_Pasos/
- ▼ www.sba.gov/espanol/Asesoría_y_Capacitación/