

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

**TESIS DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO EN MARKETING**

**Plan de Marketing Aprender Jugando Cia. Ltda.**

Andrea Paola Arboleda Acosta

Director: Ing. Jorge Cruz

2004

Quito, Ecuador



## SÍNTESIS

**ANTECEDENTES.-** Aquí se detalla todo lo que motivó a la creación del Centro de Estimulación Aprender Jugando, a que segmento de la población se quiere enfocar los esfuerzos de mercadotecnia y que necesidades busca satisfacer la creación del Centro.

Adicional se incluye el MARCO TEÓRICO, que puede ayudar a tener una idea más clara de lo que es la Estimulación Temprana, donde inició y que beneficios brinda a los usuarios este tipo de servicio, ¿Qué es el juego? y como les ayuda este en el aprendizaje, entre otros conceptos interesantes .

Adicional se habla de la Estimulación Temprana vs la Hiperactividad en los niños, aclarando ciertas creencias que se manejan referente a este tema.

La implementación de esta modalidad educativa, responde a una necesidad de que los niños aprovechen su potencial creativo de la mejor manera desde muy temprana edad, y a su vez estimulen su desarrollo físico y emocional, con la ayuda de las personas más importantes en su vida como son sus padres.

El Centro de estimulación Aprender Jugando, busca satisfacer esta necesidad en un sector de Quito, específicamente al norte en Carcelén donde en la actualidad no se brinda este servicio a los habitantes de este sector.

Las estrategias a utilizar en el Plan de mercadotecnia buscan la diferenciación a través de un servicio personalizado y adicional apoyar a las madres de familia con cursos prácticos que les ayudarán a disfrutar más tiempo con sus hijos y a su vez a elaborar una infinidad de cosas con materiales simples, sin mucha inversión, ayudando a las madres a que tengan ideas creativas y decorativas para sus hijos, sus cuartos, o elaboración de juguetes entre otros.