





# **ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN  
CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL PARA LOS NIÑOS Y  
NIÑAS DEL SECTOR SUR DE LA CIUDAD DE QUITO DEL  
BARRIO LA MAGDALENA”**

**VICTOR HUGO COLOMA ARAUJO**

**Tesis presentada como requisito previo a la obtención del grado de:**

**INGENIERO COMERCIAL**

**Año 2013**

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO  
INGENIERÍA COMERCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

VICTOR HUGO COLOMA ARAUJO

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL PARA LOS NIÑOS Y NIÑAS DEL SECTOR SUR DE LA CIUDAD DE QUITO DEL BARRIO LA MAGDALENA, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan en el pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, 24 de septiembre de 2013

---

VICTOR HUGO COLOMA ARAUJO

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERÍA COMERCIAL

**CERTIFICADO**

Ing. Farid Mantilla

Eco. Walter Gaibor

**CERTIFICAN**

Que el trabajo titulado “*Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Desarrollo Infantil para los niños y niñas del sector sur de la ciudad de Quito del barrio la Magdalena*” realizado por *Victor Hugo Coloma Araujo*, ha sido guiado y revisado periódicamente, y cumple con las normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido al desarrollo académico y profunda investigación en el desarrollo de la tesis, nos permitimos recomendar su publicación.

El mencionado documento consta de dos documentos empastados y dos CD's, los cuales contienen los archivos en formato portátil de Adobe PDF (\*.pdf) y en presentación de PowerPoint. Autorizan a *Victor Hugo Coloma Araujo* que lo entregue al Ingeniero Juan Carlos Erazo, en su calidad de Director de la carrera.

Sangolquí, 24 de septiembre de 2013

---

*Ing. Farid Mantilla*  
DIRECTOR

---

*Eco. Walter Gaibor*  
CODIRECTOR

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO  
INGENIERÍA COMERCIAL

**AUTORIZACIÓN**

Yo, Victor Hugo Coloma Araujo

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la institución, del trabajo *“Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Desarrollo Infantil para los niños y niñas del sector sur de la ciudad de Quito del barrio la Magdalena”*, cuyo contenido, ideas y criterios de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 24 de septiembre de 2013

---

*Victor Hugo Coloma Araujo*

## DEDICATORIA

A mis padres Victor Hugo y Gloria, por apoyarme en todo momento, por ser ejemplo de perseverancia, constancia y valores que me han formado como ser humano y han permitido que sea un hombre de bien, pero más que nada por su amor.

A mi hija Antonella Abigail por quien cada día de mi vida tiene sentido, quien es mi mayor motivación, a quien amo y protegeré siempre.

A mi Abuela Leonila Gordillo quien con su amor incondicional y hoy en el cielo sigue siendo ejemplo de lucha permanente.

“En nuestra vida no existe lo bueno o lo malo, premios o castigos, simplemente nuestra vida es el resultado de nuestras acciones a través de la responsabilidad, cada quien tiene lo que se merece por lo que hace o deja de hacer.”

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar a Dios por guiarme y darme fuerzas para seguir adelante cada día de mi vida, por estar conmigo en cada paso que doy, por brindarme salud y sabiduría para continuar mis retos personales y profesionales y sobre todo por su amor y bondad.

A mi familia por ser las bases sólidas en mi vida, a mis padres por su amor, cuidados, consejos de sabiduría y apoyo incondicional, a mis dos hermanos Marcelo y Paulina, por ser ejemplo de perseverancia, responsabilidad, cariño y ternura, que en conjunto fueron un aporte relevante para la culminación del presente proyecto.

A la Escuela Politécnica del Ejército, conjuntamente con mis maestros por brindarme la oportunidad de realizar mis estudios y ser un profesional.

A mi Director, Ing. Farid Mantilla y Codirector, Eco. Walter Gaibor quienes con sus conocimientos, comprensión y dedicación fueron el soporte necesario para la culminación del proyecto.

A mis primos Lenin, Efrén y Roberto, quienes compartieron muchos momentos durante mi formación personal, y que gracias a su ejemplo y consejos complementaron mi formación como profesional.

## INDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	1
CAPITULO I .....	4
ASPECTOS GENERALES .....	4
1.1. Antecedentes .....	4
1.2. Objetivo general .....	4
1.3. Objetivos específicos .....	4
1.4. Justificación e importancia .....	5
1.5. Necesidad .....	6
1.6. Identificación del problema .....	7
ANALISIS DE ISHIKAWA .....	8
1.7.1. Hipótesis general .....	9
1.7.2. Hipótesis específicas .....	9
1.8.1. Marco teórico .....	10
1.8.2 Marco conceptual .....	11
CAPITULO II .....	13
ANALISIS SITUACIONAL .....	13
2.1. Análisis del sector-fuerzas de PORTER. ....	13
2.2. Macro-ambiente .....	16
2.2.1. Factores económicos .....	16
2.2.2. Factores demográficos .....	27
2.2.3. Factores social/cultural .....	31
2.3. Análisis de microambiente .....	37
2.3.1. Clientes .....	37
2.3.2. Competencia .....	38
2.3.3. Costos Fijos o de Almacenamiento .....	40
2.3.4. Sustitutos .....	41
2.3.5. Proveedores .....	42

CAPITULO III .....	44
INVESTIGACION DE MERCADOS .....	44
3.1. Introducción. ....	44
3.2. Propósito de la investigación. ....	45
3.3. Objetivos de la investigación.....	45
3.3.1. Objetivo General. ....	45
3.3.1. Objetivos específicos. ....	45
3.2. Tipos de investigación. ....	47
3.4. Metodología. ....	48
3.4.1. Población objetivo del estudio.....	48
3.4.1. Método de investigación y herramientas de medición. ....	50
3.4.2. Cálculo de la muestra. ....	54
3.5. Análisis de la demanda .....	90
3.5.1. Necesidades de los clientes.....	90
3.5.2. Cuantificación y proyección de la demanda.....	91
3.5.3. Cuantificación y proyección de la oferta .....	93
3.5.4. Proyección de la demanda insatisfecha.....	95
CAPITULO IV.....	97
ESTUDIO TECNICO .....	97
4.1 Localización del proyecto.....	98
4.2 Macro localización. ....	99
4.3 Concentraciones de Clientes y Tendencias .....	99
4.4 Micro localización.....	101
4.5 Descripción de la zona.....	102
4.6 Ingeniería del proyecto .....	103
4.6.1 Edificio e infraestructura.....	103
4.6.2. Distribución de las instalaciones .....	104
4.6.3. Plano.....	105
4.7. Ingeniería del producto (servicio).....	106

4.7.1. Descripción del servicio .....	106
4.7.2. Proceso operativo .....	107
4.8. Clasificación estudiantil.....	108
4.9. Alimentación .....	113
4.10. POLITICAS .....	115
CAPITULO V.....	116
ESTRATEGIAS DE MERCADO.....	116
5.1. CLASIFICACION DE LAS ESTRATEGIAS.....	117
5.1.1. Estrategias de crecimiento.....	117
5.1.2. Estrategias básicas.....	121
5.1.3. Estrategias competitivas .....	123
5.1.4. Estrategias de innovación y tecnología.....	124
5.2. Cuadro de perfil estratégico .....	126
CAPITULO VI.....	130
LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN .....	130
6.0. BASE LEGAL.....	130
6.1. BASE REGLAMENTARIA Y ADMINISTRATIVA .....	130
6.2. MARCO LEGAL .....	130
6.3. Constitución de la empresa.....	133
6.4. Razón Social, Logotipo y Slogan .....	136
6.4.1. Razón Social.....	136
6.4.2. Logotipo y Slogan .....	136
6.5 Base filosófica de la empresa .....	137
5.5.1. Visión .....	137
6.5.2. Misión:.....	137
6.6. PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS .....	137
6.6.1. Clientes y Servicio .....	138
6.6.2. Trabajo y Desarrollo Integral.....	138
6.6.3. Resultados .....	138

6.7. OBJETIVOS CORPORATIVOS .....	139
6.8. POLITICAS .....	139
6.9. ESTRATEGIAS CORPORATIVAS .....	140
6.10. PRINCIPIOS Y VALORES .....	140
6.11. PERSONAL REQUERIDO.....	141
6.12 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL .....	157
CAPITULO VII.....	158
ESTUDIO FINANCIERO.....	158
7.1. Presupuestos.....	158
7.1.1. Presupuesto de inversión.....	158
7.1.2. Presupuesto de operación.....	163
7.1.2. Capital de trabajo.....	168
7.2. FINANCIAMIENTO.....	170
7.3. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	172
7.4. Estados financieros proforma.....	174
7.4.1. Estado de resultados (P y G).....	174
7.4.2. Flujo neto de fondos.....	175
7.5. Evaluación financiera.....	176
7.5.1. Determinación de la tasa de descuento.....	176
7.5.2. Criterios de evaluación.....	177
7.5.3. Valor actual Neto .....	177
7.5.4. Tasa interna de retorno.....	180
7.5.5. Periodo de recuperación de la inversión.....	181
7.5.6. Relación Beneficio/Costo.....	182
7.5.7. Análisis de Sensibilidad.....	183
CAPITULO VIII.....	184
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	184
8.1 CONCLUSIONES.....	184
8.2 RECOMENDACIONES.....	186

X

Bibliografía ..... 187

Páginas Web: ..... 188

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Inflación.....	16
Tabla 2. Tasa Activa .....	24
Tabla 3. Tasa Pasiva .....	25
Tabla 4. Producto Interno Bruto.....	26
Tabla 5. Tasa de natalidad (nacimientos/1000habitantes .....	27
Tabla 6. Tasa de mortalidad .....	28
Tabla 7. Población Infantil.....	30
Tabla 8. Tasa de empleo .....	33
Tabla 9. Tasa de desempleo.....	34
Tabla 10. Población objetivo La Magdalena .....	49
Tabla 11. Población infantil sector La Magdalena.....	50
Tabla 12. Nomenclatura.....	56
Tabla 13. Matriz de formulación de encuesta piloto.....	57
Tabla 14. Matriz de encuesta modificada. ....	59
Tabla 15. Población Infantil La Magdalena .....	62
Tabla 16. Población niños y niñas .....	63
Tabla 17. Barrio en el que reside .....	65
Tabla 18. Comparación de crecimiento de la población 2001-2010 .....	66
Tabla 19. Le gustaría dejar a sus hijos en un centro de desarrollo infantil .....	67
Tabla 20. Índice de personas que asisten a clases .....	68
Tabla 21. Acuden sus hijos a un CDI.....	69
Tabla 22. Nombre del CDI al cual sus hijos asisten.....	70
Tabla 23. Quien cuida a los niños/niñas menores de 5 años.....	72

Tabla 24. Medio de información de la existencia de un CDI .....	74
Tabla 25. Razones de uso del servicio .....	76
Tabla 26. Valor cancelado por el servicio .....	79
Tabla 27. Precio de preferencia a ser cancelado.....	81
Tabla 28. Ponderación del servicio .....	83
Tabla 29. Calificación de Parámetros .....	85
Tabla 30. Relación de variables 1 .....	88
Tabla 31. Relación de variables 2.....	89
Tabla 32. Tasa de crecimiento.....	92
Tabla 33. Mercado actual 2012.....	93
Tabla 34. Mercado 2007 .....	94
Tabla 35. Proyección de la demanda.....	95
Tabla 36. Proyección de la demanda insatisfecha.....	96
Tabla 37. Distribución de instalaciones.....	104
Tabla 38. Estrategias de crecimiento.....	117
Tabla 39. Estrategias básicas .....	121
Tabla 40. Estrategias competitivas .....	123
Tabla 41. Estrategias de innovación y tecnología.....	124
Tabla 42. Estrategias aplicadas al personal .....	127
Tabla 43. Estrategias aplicadas al precio .....	127
Tabla 44. Estrategias aplicadas a la promoción.....	128
Tabla 45. Estrategias aplicadas a la plaza y servicio.....	129
Tabla 46. Perfiles .....	142
Tabla 47. Readecuación .....	159

Tabla 48. Muebles y Enseres.....	160
Tabla 49. Equipos .....	161
Tabla 50. Otros .....	162
Tabla 51. Inversión Total .....	162
Tabla 52. Personal.....	163
Tabla 53. Materiales Didácticos .....	164
Tabla 54. Mantenimiento .....	165
Tabla 55. Materiales de oficina .....	166
Tabla 56. Depreciación .....	167
Tabla 57. Capital de trabajo .....	168
Tabla 58. Inversión total.....	169
Tabla 59. Costos operativos primer año .....	170
Tabla 60. Amortización .....	171
Tabla 61. Punto de Equilibrio .....	173
Tabla 62. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	174
Tabla 63. Flujo Neto de Fondos.....	175
Tabla 64. VAN de Proyecto .....	178
Tabla 65. VAN del Inversionista.....	179
Tabla 66. Periodo de recuperación .....	182
Tabla 67. Análisis de sensibilidad .....	183

## INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1. Análisis de Ishikawa .....	8
Gráfico 2. Fuerzas de Porter.....	13
Gráfico 3. Inflación por división de productos .....	19
Gráfico 4. Inflación sin alimentos .....	20
Gráfico 5. Bienes y Servicios .....	20
Gráfico 6. Contribución a la inflación anual y mensual por divisiones de consumo.....	21
Gráfico 7. Canasta familiar básica .....	22
Gráfico 8. Causas de mortalidad.....	29
Gráfico 9. Familiares menores de 5 años .....	62
Gráfico 10. Cantidad de niños y niñas .....	64
Gráfico 11. Barrio de residencia.....	65
Gráfico 12. Dejaría a sus hijos en un CDI .....	67
Gráfico 13. Acuden sus hijos a un CDI .....	69
Gráfico 14. Nombre del CDI al que asisten los infantes.....	71
Gráfico 15. Quien cuida al menor en ausencia de los padres.....	72
Gráfico 16. Medio que se enteró de la existencia de un CDI .....	74
Gráfico 17. Razones de uso de un CDI .....	76
Gráfico 18. Servicio ofrecido por el CDI actual .....	78
Gráfico 19. Valor cancelado por el servicio.....	79
Gráfico 20. Precio de preferencia a ser cancelado .....	81
Gráfico 21. Ponderación del servicio .....	83
Gráfico 22. Calificación de Parámetros.....	86
Gráfico 23. Análisis Bivariado .....	87

Gráfico 24. Macro Localización.....	99
Gráfico 25. Micro Localización.....	101
Gráfico 26. Plano.....	105
Gráfico 27. Proceso Operativo.....	107
Gráfico 28. Proceso de Matriculación.....	107
Gráfico 29. Logotipo.....	136
Gráfico 30. Organigrama estructural.....	157
Gráfico 31. Punto de Equilibrio.....	173
Gráfico 32. VAN proyecto vr VAN inversionista.....	180

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto menciona el estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Desarrollo Infantil (CDI) para los infantes del barrio La Magdalena el cual cubrirá las necesidades de los padres de familia quienes por sus ocupaciones laborales requieren de estos servicios.

El estudio de mercado determinó que el 78% del barrio La Magdalena tiene hijos o familiares menores a 5 años, el porcentaje de crecimiento de la población menor a un año es de 1,27% y de 1 a 4 años es de 1,29%, existe una demanda insatisfecha de 747 niños que comprenden edades de 1 a 4 años, se determina que el 77% de padres están dispuestos a dejar a sus hijos en un (CDI) y el 35% lo hacen, se encuentran empleados y están dispuestos a pagar \$70 dólares mensuales, para la decisión de contratar estos servicios se toma en consideración la seguridad, profesionales capacitados e infraestructura.

El estudio técnico determinó que el Centro de Desarrollo Infantil Mundo de Colores tiene una capacidad máxima instalada de 45 infantes, se encuentra en una zona urbana la cual cuenta con todos los servicios básicos.

De acuerdo al análisis financiero se requiere una inversión de \$37.364,75, se realizará un préstamo por el 70% de la inversión total, la relación beneficio costo es de \$0,31, determina que por cada dólar se gana \$0,31, una Tasa

Interna de Retorno de 41,55%, un VAN positivo y mayor a la inversión realizada de \$21.341,54 demostrando que el proyecto es viable.

- Desarrollo
- Centro
- Infantes

## ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL PARA LOS NIÑOS Y NIÑAS DEL SECTOR SUR DE LA CIUDAD DE QUITO DEL BARRIO LA MAGDALENA

La educación es un derecho universal, permanente y sin discriminación de todas las personas, debe ser un área prioritaria y obligatoria de inversión estatal, la sociedad en su conjunto está en la obligación de aportar en éste proceso ya que es el pilar fundamental para el desarrollo de las personas y de un país.

La educación preescolar en el país corresponde a la segunda mitad del siglo XIX, con la participación del Presidente Eloy Alfaro y el ministro Abelardo Moncayo en el año 1900 se crea el primer jardín de infantes llamado “Jardín de Infantes Central” fundado por el padre Luis Vicente Torres (1900-1901) (Historia del Ecuador y el pensamiento pedagógico ecuatoriano, volumen 1, pag 8)

Considerando la importancia del desarrollo integral en las personas, la educación inicial es decisiva en el desarrollo y aprendizaje de los niños desde los primeros años de vida, se debe considerar que la educación inicial es el conjunto de estrategias que estimulan y conducen al niño a potenciar sus habilidades, capacidades, intereses, integración y necesidades básicas en un marco de valores y lineamientos éticos tanto de sus padres como de las personas que son los responsables de su cuidado y enseñanza.

## **CAPITULO I**

### **ASPECTOS GENERALES**

#### **1.1. Antecedentes**

Crear un Centro de Desarrollo Infantil en el Distrito Metropolitano de Quito, Sector Sur Sector La Magdalena el cual cumpla con las normativas establecidas, es decir con la infraestructura y pedagogía adecuada para el cuidado de los niños comprendidos entre edades de un año hasta los cuatro años.

#### **1.2. Objetivo general**

Determinar la factibilidad para crear de un Centro de desarrollo infantil con profesionales capacitados en el sector de la Magdalena (Sur de Quito) y determinar su rentabilidad.

#### **1.3. Objetivos específicos**

- Determinar los lineamientos necesarios para la implementación del proyecto de un centro infantil en el sector de la Magdalena.

- Identificar las variables influyentes y su respectivo impacto para la implantación y su influencia durante la vida del proyecto.
- Determinar las condiciones actuales y futuras del mercado.
- Diseñar los requerimientos de infraestructura mínimos de funcionamiento y los procesos que garanticen la operatividad.
- Determinarla estructura organizacional.
- Realizar el estudio de factibilidad financiera.

#### **1.4. Justificación e importancia**

Este proyecto está diseñado para mejorar el servicio de educación inicial para los niños, se puede ver que en la actualidad no se cumple con las necesidades exigidas por los niños que son los principales clientes y de sus padres, hay que tomar en cuenta que los niños no tienen la oportunidad de crecer con sus padres ya que éstos deben de trabajar diariamente, sumado a la creciente participación de la mujer en el campo laboral, esto ha dado como resultado que ellas no dediquen todo su tiempo a la tarea de criar a sus hijos, es por esto que este centro de desarrollo infantil principalmente ofrecerá seguridad, entretenimiento, distracción, conocimiento, aprendizaje continuo, complementado con profesionales capacitados, los infantes van a desarrollar habilidades mentales y físicas que aportarán posteriormente a su educación.

Se va a establecer un CDI el cual cumpla y supere las necesidades de pedagogía e infraestructura para el cuidado de niños de uno a cuatro años de edad en el sector de la Magdalena, esto se da a que gran parte de la población labora y se ven en la necesidad de buscar lugares en donde dejar a sus hijos.

### **1.5. Necesidad**

La necesidad de crear un CDI, se da por la problemática y necesidad de los padres en dejar al cuidado a sus hijos por diferentes circunstancias, una de ellas principalmente es por sus trabajos, por tal motivo se debe brindar buenas condiciones de funcionamiento, contar con profesionales capacitados, contar con buena infraestructura, desarrollar programas de educación, seguridad, alimentación, actividades de estimulación y recreación, los CDI deben de estar adaptados a las necesidades del niño, a la capacidad adquisitiva de los padres, estar ubicada cerca de su casa o en camino al lugar de trabajo del o de los padres, se debe crear un centro de desarrollo el cual sea funcional, seguro y confortable para los niños garantizando su desarrollo integral el cual es importante para garantizar una mejor sociedad.

## **1.6. Identificación del problema**

Actualmente se ha visto la falta de un CDI en el Barrio La Magdalena el cual cumpla con las normativas establecidas, es decir con la seguridad, infraestructura y pedagogía adecuada para el cuidado de los niños comprendidos entre edades de un año hasta los cuatro años.

Los padres de familia deben optar por diferentes alternativas al momento de dejar a sus hijos para poder ir a trabajar, además se debe señalar que los horarios de trabajo son extendidos en algunas empresas y los padres de familia generalmente llegan a casa por la noche, es decir desde las 07H00 hasta las 20H00 y son los familiares el complemento para el cuidado de los infantes, se identifica una demanda insatisfecha, además que algunos centros de desarrollo no cumplen con las necesidades de los niños, de los padres y peor aún de las normas mínimas de seguridad establecidas por el gobierno.

Este CDI deberá contar con personal profesional experimentado y capacitado quienes deberán aplicar las actuales metodologías pedagógicas contribuyendo al desarrollo integral de los infantes, para este proyecto será importante en contar con instalaciones amplias y modernas en donde los infantes convivan, contará con áreas verdes en las que podrán practicar actividades de integración y distracción.

## ANALISIS DE ISHIKAWA

Gráfico 1. Análisis de Ishikawa



Elaborado: Víctor H. Coloma

### 1.7. Hipótesis

La hipótesis no es solamente la explicación o comprensión del vínculo que se establece entre los elementos inmersos en un problema, es también el planteamiento de una posible solución al mismo.

"La hipótesis es una proposición anunciada para responder tentativamente a un problema". Pardinás (1974 – 132)

"Las hipótesis son posibles soluciones del problema que se expresan como generalizaciones o proposiciones. Se trata de enunciados que constan de elementos expresados según un sistema ordenado de relaciones, que pretenden describir o explicar condiciones o sucesos aún no confirmados por los hechos". Van Dalen (1974 – 170)

### **1.7.1. Hipótesis general**

La implementación de una unidad de negocio para brindar un servicio de calidad a niños de uno a cuatro años de edad del sector sur de la ciudad de Quito en el barrio La Magdalena.

### **1.7.2. Hipótesis específicas**

- Se determinarán los lineamientos básicos necesarios para la realización del proyecto.
- Se identificarán las variables exógenas y endógenas influyentes al proyecto.
- Se determinarán las consideraciones de la demanda y de oferta en el sector establecido para el proyecto.

- Se conformará una estructura organizacional cambiante y enfocada al trabajo por resultados.
  - El proyecto poseerá una tasa interna de retorno aceptable y un valor actual neto positivo.
- 1.8. Marco teórico y conceptual

### 1.8.1. Marco teórico

**Direccionamiento estratégico.-** Es una disciplina que integra varias estrategias, que incorporan diversas tácticas. El conocimiento, fundamentado en información de LA REALIDAD y en la reflexión sobre las circunstancias presentes y previsibles. Su formulación se realiza en un análisis de la realidad institucional y de la realidad en donde la organización desea incidir.

La forma en la que la misión, visión, valores son reflejados a largo y mediano plazo ([www.buenastareas.com/ensayos/Direccionamiento-Estrategico](http://www.buenastareas.com/ensayos/Direccionamiento-Estrategico))

**Investigación de mercados.-** La investigación de mercado es una técnica que permite recopilar datos, de cualquier aspecto que se desee conocer para, posteriormente, interpretarlos y hacer uso de ellos. Sirven al comerciante o empresario para realizar una adecuada toma de decisiones y para lograr la satisfacción de los clientes. ([www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp](http://www.contactopyme.gob.mx/promode/invmdo.asp))

**Nicho de mercado.-** Es el término de mercadotecnia, se lo utiliza para para referirse a un segmento de mercado en la que los individuos poseen características y necesidades similares, estas últimas no están del todo cubiertas por la oferta del mercado. (<http://es.wikipedia.org/wiki/nicho-mercado>)

**Participación de mercado.-** Es el peso que tiene una empresa o marca en el mercado. Se mide en términos de volumen físico o cifra de negocios. Estas cifras son obtenidas mediante investigaciones por muestreo y la determinación de los tamaños poblacionales. (<http://www.datanalisis.com>)

### **1.8.2 Marco conceptual**

**Centro infantil.-** Los centros de desarrollo infantil son servicios prestados a través de unidades de atención para niños y niñas comprendidas entre los tres meses y los cinco años de edad, podrán atender con horarios de medio tiempo, tiempo parcial y tiempo completo, de conformidad con la demanda existente.

Se toma en consideración el mejoramiento afectivo (emocional), intelectual (inteligencia y capacidad de comprensión) y motriz (movimiento). ([www.infa.com.ec](http://www.infa.com.ec))

**Estimulación temprana.-** La Estimulación Temprana es un tratamiento psicopedagógico y terapéutico, se trata de ofrecerle las oportunidades educativas formales e informales y los tratamientos adecuados que le permitan un desarrollo evolutivo, es el conjunto de técnicas y actividades con base científica, aplicada en forma sistemática en niños desde su nacimiento hasta los 6 años, para desarrollar al máximo sus capacidades cognitivas, físicas, emocionales y sociales. (Orlando Terré, 2002)

**Educadores.-** Personas dedicada al cuidado de niños pequeños o párvulos.

**Psicología infantil.-** Es el estudio del comportamiento de los niños desde el nacimiento hasta la adolescencia, incluye sus características físicas, cognitivas, motoras, lingüísticas, perceptivas, sociales y emocionales. (Copyright C 2013 Psicología Para Estudiantes)

## CAPITULO II

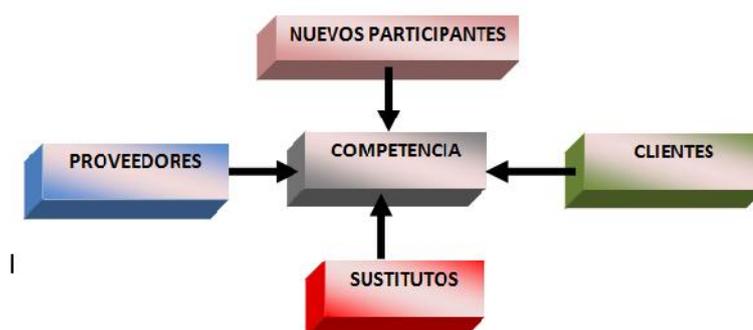
### ANALISIS SITUACIONAL

#### 2.1. Análisis del sector-fuerzas de PORTER.

Es fundamental analizar las tendencias del sector donde se desenvolverá la empresa, porque permite reflejar el comportamiento del mercado y evaluar las principales variables "generales", que pueden incidir en forma negativa o positiva.

Esto permite visualizar lo "atractivo" o no de este sector para lo cual es necesario analizarlo mediante las fuerzas de Porter.

**Gráfico 2. Fuerzas de Porter**



Elaborado: Víctor H Coloma

Fuente: Estrategia Competitiva, M.E., PORTER

A inicios de los años 80 Michael Porter, en su libro *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, propuso un modelo para analizar la estructura de lo que él denominó "sectores industriales" que resulta de agrupar para fines de estudio a las empresas que compiten entre sí produciendo servicios iguales o similares.

Esta herramienta es importante cuando se trata de diagnosticar la situación del conjunto de competidores agrupados en el sector industrial y de reconocer las habilidades estratégicas que puede tener cada empresa para crear estrategias que permitan ventajas competitivas sostenibles al largo plazo.

Cuando se conocen las causas de la presión competitiva, se evidencian las fuerzas y debilidades principales de la compañía, se consolida su posicionamiento en el sector industrial, se aclaran los aspectos en que los cambios estratégicos producirán los mejores resultados y se descubren las áreas donde las tendencias de la industria tendrán mayor importancia como oportunidades o riesgos. (M., PORTER. (2002). *Estrategia Competitiva*. México: Compañía Editorial Continental. p. 20)

**Riesgos de que entren más participantes**

Los nuevos participantes de una industria aportan más capacidad, el deseo de conquistar participación en el mercado y, a menudo, grandes recursos.

Ello puede hacer que se reduzcan los precios o que inflen los costos de las compañías establecidas, el riesgo de que ingresen más participantes en una industria dependerá de las barreras actuales contra la entrada y también de la reacción previsible por parte de las empresas ya establecidas.

El riesgo será escaso si las barreras son importantes o si las nuevas empresas esperan una gran represalia de los competidores bien consolidados. (Ibidem. p. 23)

Se puede decir que una de las barreras más fuertes para el ingreso de nuevos participantes es la alta inversión y el capital de trabajo necesario para poner en marcha el negocio, captar clientes y mantenerlos en el tiempo.

**Diferenciación de productos**

Las unidades de negocio relacionadas con los centros de Desarrollo Infantil han sufrido cambios trascendentales en los últimos años, tal es así que han surgido un sinnúmero de empresas dedicadas a ofrecer alternativas sin embargo no cuentan con la infraestructura y recursos necesarios.

## 2.2. Macro-ambiente

### 2.2.1. Factores económicos

En este punto se considera el análisis de las diversas variables, como por ejemplo la inflación, el PIB, entre otras que actúan en la economía del país y que de cierta manera influyen en el desenvolvimiento de la empresa.

#### **Inflación.**

La inflación es medida estadística a través del Índice de Precios al Consumidor, a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores establecida a través de una encuesta de hogares. (<http://www.bce.fin.ec>)

**Tabla 1. Inflación**

MES	AÑO	%
Abril	2012	5,42%
Marzo	2012	6,12%
Febrero	2012	5,53%
Enero	2012	5,29%
Diciembre	2012	5,41%
Noviembre	2012	5,53%
Octubre	2012	5,50%
Septiembre	2012	5,39%
Agosto	2012	4,84%
Julio	2012	4,44%
Junio	2012	4,28%
Mayo	2012	4,23%
Abril	2012	3,88%

MES	ANO
2007	3,32%
2008	6,83%
2009	4,31%
2010	3,33%
2011	5,41%
Abril 2012	5,42%

Elaborado: Víctor H Coloma

Fuente: Banco Central del Ecuador

El valor máximo de variación porcentual de la inflación se registra en el último año con el 5.42%, se observa el incremento de la inflación desde el año 2007, en el 2010 con 3.33% puntos porcentuales, posterior sigue en crecimiento hasta la actualidad.

Desde la perspectiva teórica, el origen del fenómeno inflacionario da lugar a diferentes polémicas inconclusas entre las diferentes escuelas de pensamiento económico.

la inflación depende directamente de las características específicas de la economía, de su composición social y del modo en que se determina la política económica, la introducción de elementos analíticos relacionados con las modalidades con que los agentes forman sus expectativas (adaptativas, racionales, etc), constituyen el marco de la reflexión y debate sobre los determinantes del proceso inflacionario. ([www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec))

La evidencia empírica señala que inflaciones sostenidas han estado acompañadas por un rápido crecimiento de la cantidad de dinero, aunque también por elevados déficit fiscales, inconsistencia en la fijación de precios o elevaciones salariales, y resistencia a disminuir el ritmo de aumento de los precios.

Esta tendencia de la inflación colabora con el incremento del poder adquisitivo de la moneda, sin afectar a todos los sectores ni personas por igual, porque las rentas y los precios no crecen en igual proporción para todos.

En febrero de 2012, la variación mensual del Índice de Precios al Consumidor (IPC) fue de 0,78% mientras que en febrero de 2011 fue de 0,55%.

La inflación anual en febrero de 2012 fue de 5,53%, hace un año esta cifra se ubicó en 3,39%, la inflación acumulada fue de 1,35% mientras que en febrero de 2011 se ubicó en 1,24%.

La división de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas es la que más contribuyó en la inflación, la inflación mensual de este grupo en febrero fue de 1,01%.

El valor de la canasta familiar básica se ubicó en 583,27 dólares, con un ingreso familiar de 545,07 dólares, es decir, el 93,45% de la canasta básica se cubre con el ingreso familiar. ([www.inec.gob.ec/estadisticas](http://www.inec.gob.ec/estadisticas))

### **Bienes y servicios**

La canasta del IPC (Índice de Precios al Consumidor) está conformada en un 82,9% por bienes y en un 17,1% por servicios, en febrero de 2012 los bienes presentaron una variación mensual de 0,67% y los servicios 0,94%.

### Inflación por división de productos

La variación de la inflación de marzo de 2012 se debe principalmente al incremento de precios de tres categorías: Alimentos y bebidas no alcohólicas; Prendas de vestir y calzado; y, Restaurantes y hoteles; las cuales aportan en 90,05% a la inflación mensual.

**Gráfico 3. Inflación por división de productos**



Elaborado: Víctor H Coloma

Fuente: Banco Central del Ecuador

### Inflación sin alimentos

Los alimentos constituyen el 30,10% de los artículos de la canasta del IPC y representa el 25% de la ponderación del índice, ésta división es sensible a los shocks externos (fenómenos climáticos, producción estacional, entre otros) y una variación de esta división genera perturbaciones en el IPC general. Por tal motivo es importante realizar un análisis por separado.

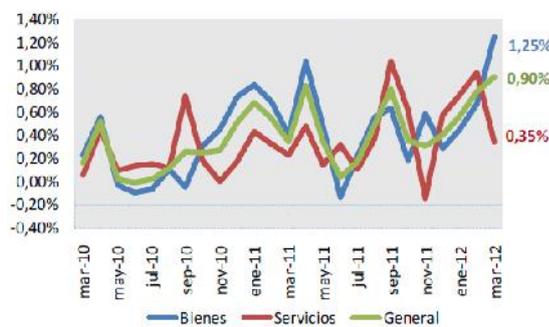
**Gráfico 4. Inflación sin alimentos**

Elaborado: Víctor H Coloma

Fuente: Banco Central del Ecuador

### Bienes y servicios

La canasta del IPC está conformada en un 82,9% por bienes y en un 17,1% por servicios. En marzo de 2012 los bienes presentaron una variación mensual de 1,25% y los servicios 0,35%.

**Gráfico 5. Bienes y Servicios**

Elaborado: Víctor H Coloma

Fuente: Banco Central del Ecuador

En el mes anterior la variación del grupo de bienes fue de 0,67%, mientras que en marzo de 2011 la cifra fue de 0,40%. La variación mensual de la canasta de servicios, el mes anterior fue de 0,94% y hace un año este valor alcanzó el 0,23%.

### Contribución a la inflación anual y mensual por divisiones de consumo

En febrero de 2012 la mayor contribución anual a la inflación fue de los Alimentos y Bebidas No Alcohólicas (1.79%), resultado que se atenuó por el aporte negativo de las Comunicaciones.

**Gráfico 6. Contribución a la inflación anual y mensual por divisiones de consumo**



Elaborado: Víctor H Coloma

Fuente: Banco Central del Ecuador

La mayor contribución mensual por divisiones de consumo también se registró en Alimentos y bebidas No Alcohólicas (0.30%) en tanto, las divisiones de Educación y Comunicaciones registran un aporte nulo.

**Gráfico 7. Canasta familiar básica**

No. Orden	Grupos y Subgrupos de Consumo	Encarecimiento Mensual	Costo Actual en Dólares	Distribución del ingreso actual	Restricción en el consumo	
					En Dólares	% del Costo
<b>1</b>	<b>TOTAL</b>	<b>0,30</b>	<b>590,76</b>	<b>545,07</b>	<b>45,69</b>	<b>7,73</b>
<b>2</b>	<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>	<b>-0,69</b>	<b>205,64</b>	<b>193,74</b>	<b>11,90</b>	<b>2,01</b>
3	Cereales y derivados	0,80	47,14	46,90	0,24	0,04
4	Carne y preparaciones	-0,83	31,68	31,03	0,64	0,11
5	Pescados y mariscos	3,19	9,97	9,01	0,96	0,16
6	Grasas y aceites comestibles	-2,25	7,44	7,07	0,37	0,06
7	Leche, productos lácteos y	1,08	29,77	29,04	0,73	0,12
8	Verduras frescas	-7,18	13,25	9,23	4,02	0,68
9	Tubérculos y derivados	-0,54	12,09	11,89	0,20	0,03
10	Leguminosas y derivados	-0,02	4,36	2,58	1,77	0,30
11	Frutas frescas	-7,02	10,95	8,92	2,04	0,34
12	Azúcar, sal y condimentos	-0,25	11,06	11,01	0,05	0,01
13	Café, té y bebidas gaseosas	-0,68	6,73	6,24	0,49	0,08
14	Otros productos alimenticios	0,00	2,01	1,74	0,27	0,04
15	Alim. y beb. consumidas fuera	0,00	19,21	19,09	0,11	0,02
<b>16</b>	<b>VIVIENDA</b>	<b>0,71</b>	<b>157,76</b>	<b>155,50</b>	<b>2,26</b>	<b>0,38</b>
17	ALQUILER	0,81	128,63	128,63	0,00	*
18	Alumbrado y combustible	1,21	12,52	12,52	0,00	*
19	Lavado y mantenimiento	0,02	14,95	14,34	0,61	0,10
20	Otros artefactos del hogar	-4,63	1,66	0,01	1,65	0,28
<b>21</b>	<b>INDUMENTARIA</b>	<b>2,55</b>	<b>42,09</b>	<b>15,57</b>	<b>26,51</b>	<b>4,49</b>
22	Telas, hechuras y accesorios	-0,32	2,22	0,00	2,22	0,38
23	Ropa confeccionada hombre	3,86	20,85	12,04	8,81	1,49
24	Ropa confeccionada mujer	1,73	16,40	3,53	12,87	2,18
25	Servicio de limpieza	0,00	2,62	0,00	2,62	0,44
<b>26</b>	<b>MISCELANEOS</b>	<b>0,57</b>	<b>185,27</b>	<b>180,25</b>	<b>5,02</b>	<b>0,85</b>
27	Cuidado de la salud	0,80	87,41	85,30	2,11	0,36
28	Cuidado y artículos personales	-1,28	14,96	13,54	1,42	0,24
29	Recreo, material de lectura	2,76	20,79	20,07	0,72	0,12
30	Tabaco	0,00	17,74	17,66	0,08	0,01
31	Educación	0,00	15,30	14,61	0,69	0,12
32	Transporte	0,00	29,06	29,06	0,00	*

Elaborado: Víctor H Coloma

Fuente: Banco Central del Ecuador

**Tasas de Interés.**

Actualmente con las disposiciones del gobierno, se está logrando regular los porcentajes de interés de las tasas tanto activa como pasiva, con el fin de fomentar la inversión y el ahorro, fortaleciendo el sistema económico ecuatoriano.

**Tasa Activa**

Valor porcentual que gana un Banco o institución financiera por el préstamo que concede.

El porcentaje de esta tasa de interés depende de la valoración que la entidad financiera haga de acuerdo a la posibilidad de recuperar el monto prestado, depende del ahorro total disponible en el territorio y de la existencia de mayor o menor competencia entre entidades financieras.

**Tabla 2. Tasa Activa**

MES	AÑO	%
Mayo	2012	8,17
Abril	2012	8,17
Marzo	2012	8,17
Febrero	2012	8,17
Enero	2012	8,17
Diciembre	2011	8,17
Noviembre	2011	8,17
Octubre	2011	8,17
Septiembre	2011	8,37
Agosto	2011	8,37
Julio	2011	8,37

Elaborado: Víctor H Coloma

Fuente: Banco Central del Ecuador

Como se puede apreciar la tasa de interés se ha mantenido desde Octubre del 2011, esto es atractivo para este proyecto ya que se podrá acceder a un financiamiento.

## Tasa Pasiva

Siendo el precio que los depositantes cobran por mantener su dinero en el banco, la capacidad de ahorro que esta tasa determina depende de la confianza institucional en el futuro y de la posibilidad de destinar un excedente para el ahorro personal o familiar.

**Tabla 3. Tasa Pasiva**

MES	AÑO	%
Mayo	2012	4,53
Abril	2012	4,53
Marzo	2012	4,53
Febrero	2012	4,53
Enero	2012	4,53
Diciembre	2011	4,53
Noviembre	2011	4,53
Octubre	2011	4,53
Septiembre	2011	4,58
Agosto	2011	4,58
Julio	2011	4,58

Elaborado: Víctor H Coloma

Fuente: Banco Central del Ecuador

Como se puede ver la tasa pasiva en el año 2012 se ha mantenido en 4.53%, esto permite atraer a más depositantes al sistema financiero nacional y a la vez no motiva al ahorro, también debemos de considerar que somos una sociedad consumista en donde el mínimo de excedente en sus ingresos, lo destinan al gasto.

### **Producto Interno Bruto (PIB)**

Valor total de los bienes y servicios a precios de mercado o según el precio de los factores producidos en un año, en un país, por los ciudadanos nacionales y extranjeros residentes en él. Este valor puede ser calculado sumando el consumo, la inversión y las exportaciones, restando el valor de las importaciones.

**Tabla 4. Producto Interno Bruto**

<b>MES</b>	<b>AÑO</b>	<b>MILLONES</b>
<b>Enero</b>	2012	71625
<b>Enero</b>	2011	65945
<b>Enero</b>	2010	57978
<b>Enero</b>	2009	52022
<b>Enero</b>	2008	54209

Elaborado: Víctor H Coloma

Fuente: Banco Central del Ecuador

En los últimos 5 años se ha conseguido un incremento de 17416 millones de dólares, lo que indica que la economía ecuatoriana está mejorando su producción de bienes y servicios.

### 2.2.2. Factores demográficos

La demografía es el estudio de poblaciones humanas en términos de tamaño, ubicación, edad y otros datos estadísticos, como por ejemplo tasas de mortalidad y natalidad.

Se considera la tasa de natalidad, como el número de nacimientos por cada 1.000 habitantes en un año determinado.

**Tabla 5. Tasa de natalidad  
(nacimientos/1000habitantes)**

<b>AÑO</b>	<b>%</b>
<b>2011</b>	19,96
<b>2010</b>	20,32
<b>2009</b>	20,77
<b>2008</b>	21,54
<b>2007</b>	21,91
<b>2006</b>	22,87
<b>2005</b>	22,67
<b>2004</b>	23,18

Elaborado: Víctor H Coloma

Fuente: indexmundi.com

### **Tasa de mortalidad**

Esta variable da el número de muertes de niños menores de un año de edad en un año determinado por cada 1000 niños nacidos vivos en el mismo año. Se incluye la tasa de mortalidad total, y las muertes por género, masculino y femenino, esta tasa se utiliza a menudo como un indicador del nivel de salud de un país.

**Tabla 6. Tasa de mortalidad**

<b>AÑO</b>	<b>%</b>
<b>2011</b>	19,65
<b>2010</b>	20,26
<b>2009</b>	20,90
<b>2008</b>	21,35
<b>2007</b>	22,10
<b>2006</b>	22,87
<b>2005</b>	23,66
<b>2004</b>	23,49

Elaborado: Víctor H Coloma

Fuente: [indexmundi.com](http://indexmundi.com)

Se puede ver que la tasa de mortalidad hasta el 2011 ha bajado, esto se da gracias a las campañas de concientización realizadas por el Gobierno, como campañas de vacunación, alimentación entre otras.

**Gráfico 8. Causas de mortalidad**

Nº	CODIGO CIE-10	CAUSAS DE MORTALIDAD INFANTIL	SEXO		TOTAL	TASA x 1.000	%
			HOMBRES	MUJERES			
		<b>TOTAL DE DEFUNCIONES DE MENORES DE 1 AÑO</b>	<b>1.735</b>	<b>1.489</b>	<b>3.204</b>	<b>14,6</b>	<b>100,0</b>
1*	P07	TRASTORNOS RELACIONADOS CON DURACIÓN CORTA DE LA GESTACIÓN Y CON BAJO PESO AL NACER, NO CLASIFICADOS EN OTRA PARTE	300	235	535	2,4	16,7
2*	J18	NEUMONÍA, ORGANISMO NO ESPECIFICADO	127	106	233	1,1	7,3
3*	P23	NEUMONÍA CONGÉNITA	98	85	183	0,7	5,1
4*	P36	SEPSIS BACTERIANA DEL RECIÉN NACIDO	79	81	140	0,8	4,4
5*	P22	DIFICULTAD RESPIRATORIA DEL RECIÉN NACIDO	76	83	139	0,8	4,3
6*	Q24	OTRAS MALFORMACIONES CONGÉNITAS DEL CORAZÓN	86	56	122	0,6	3,8
7*	P24	SÍNDROMES DE ASPIRACIÓN NEONATAL	55	40	95	0,4	3,0
8*	Q89	OTRAS MALFORMACIONES CONGÉNITAS, NO CLASIFICADAS EN OTRA PARTE	44	40	84	0,4	2,6
9*	P20	HIPOXIA INTRAUTERINA	34	31	65	0,3	2,0
10*	P21	ASFIXIA DEL NACIMIENTO	40	17	57	0,3	1,8
11*	P39	OTRAS INFECCIONES ESPECÍFICAS DEL PERÍODO PERINATAL	29	27	56	0,3	1,7
12*	P29	TRASTORNOS CARDIOVASCULARES ORIGINADOS EN EL PERÍODO PERINATAL	31	20	51	0,2	1,6
13*	A09	DIARREA Y GASTROENTERITIS DE PRESUNTO ORIGEN INFECCIOSO	26	24	50	0,2	1,6
14*	A41	OTRAS SEPTICEMIAS	24	25	49	0,2	1,5
15*	P28	OTROS PROBLEMAS RESPIRATORIOS DEL RECIÉN NACIDO, ORIGINADOS EN EL PERÍODO PERINATAL	17	22	39	0,2	1,2
	R00-R99	SÍNTOMAS, SIGNOS Y HALLAZGOS ANORMALES CLÍNICOS Y DE LABORATORIO, NO CLASIFICADAS EN OTRA PARTE	131	120	251	1,1	7,8
		LAS DEMAS CAUSAS DE MORTALIDAD INFANTIL	558	517	1.075	4,9	33,8
		<b>TOTAL DE NACIDOS VIVOS <sup>2</sup></b>	<b>219.162</b>				

Elaborado: Víctor H Coloma

Fuente: Banco Central del Ecuador

### **Tamaño y Ubicación Poblacional**

Permite conocer cuántos habitantes existen en lugares determinados del Ecuador.

Por ejemplo se puede clasificar según cada provincia y en cada provincia por cantones.

A continuación se detalla la distribución de la población por parroquias en la Provincia de Pichincha en la ciudad de Quito, sector Sur:

### **Población Infantil (edades)**

Está conformada por niños de 0 a 14 años de edad y se caracteriza por requerir la tutoría o representación de algún adulto.

La población actual de niños que comprenden las edades de 0 a 14 años según el censo del 2010 es de 7.039 correspondiente al 23,24% de la población que vive en la Parroquia de La Magdalena.

**Tabla 7. Población Infantil**

<b>De 0 a 14 años</b>	<b>De 15 a 64 años</b>
7,039	20,37

Elaborado: Víctor H Coloma

Fuente: Banco Central del Ecuador

### **2.2.3. Factores social/cultural**

Estos factores influyen en la conducta humana, constituye el estudio de la sociedad en general en aspectos como: desempleo, educación, costumbres, salarios.

Las características culturales afectan las decisiones empresariales, el comportamiento del consumidor se refiere al conjunto de actividades que lleva a cabo una persona o una organización desde que tiene una necesidad hasta el momento que efectúa la compra y usa, posteriormente, el producto.

La decisión de compra de un producto o servicio está marcada por múltiples factores que influyen en la elección final del consumidor, uno de los factores más importantes y determinantes a la hora de comprar es el factor social que va desde la clase social a la que pertenece su entorno social.

### **Conceptos y Definiciones**

**Población en edad de trabajar (PET).**- Comprende a todas las personas de 15 años y más.([www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec))

**Población económicamente activa (PEA).**- La PEA, está conformada por las personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (ocupados), o bien aquellas personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo. [.\(www.inec.gob.ec\)](http://www.inec.gob.ec)

**Ocupados.**- Son aquellas personas de 15 años y más que trabajaron al menos una hora en la semana de referencia o pese a que no trabajaron, tienen trabajo del cual estuvieron ausentes por motivos tales como: vacaciones, enfermedad, licencia por estudios, etc, se consideran ocupadas también a aquellas personas que realizan actividades dentro del hogar por un ingreso.[.\(www.inec.gob.ec\)](http://www.inec.gob.ec)

**Ocupados plenos.**- La población con ocupación plena está constituida por personas ocupadas de 15 años y más, que trabajan como mínimo la jornada legal de trabajo y tienen ingresos superiores al salario unificado legal y no desean trabajar más horas, o bien que trabajan menos de 40 horas y sus ingresos son superiores al salario unificado legal y no desean trabajar más horas. [.\(www.inec.gob.ec\)](http://www.inec.gob.ec).

**Tabla 8. Tasa de empleo**

MES	AÑO	%
Marzo	2010	38,08
Junio	2010	40,58
Marzo	2011	41,40
Junio	2011	45,59
Marzo	2012	50,23

Elaborado: Víctor H Coloma

Fuente: INEC

Como se puede observar la tasa de empleo en la ciudad de Quito ha aumentado considerablemente, según el análisis trimestral realizado desde Marzo del 2010 tenemos una tasa de empleo del 38,08%, esta tasa ha incrementado teniendo actualmente el 50,23% de la población con trabajo.

**Desempleo.-** El desempleo constituye la situación del grupo de personas en condiciones físicas o mentales y en edad activa de trabajar, que en la actualidad no tienen empleo y lo han buscado durante un periodo determinado.

**Tabla 9. Tasa de desempleo**

MES	AÑO	%
Marzo	2010	9,10
Junio	2010	7,67
Marzo	2011	7,06
Junio	2011	6,36
Marzo	2012	4,91

Elaborado: Víctor H. Coloma

Fuente: INEC

En los últimos años, el Ecuador registró una disminución en la tasa de desempleo, desde marzo de 2010 con el 9,10%, hasta marzo de 2012 con el 4,91 %; tal y como lo confirman las cifras del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

### **Diseño de la investigación**

Por medio del presente estudio, se determinará en número de clientes que estarían dispuestos a acceder al servicio, se podrá determinar las características y el tipo de servicio que se requiere para satisfacer las necesidades de los niños y padres de familia, será la base para determinar el precio que estarán dispuestos a pagar.

En el sector Sur de la ciudad de Quito Barrio La Magdalena se puede observar CDI con infraestructuras que no se encuentran en buen estado y enfocados a nichos de mercado para clase media y baja., las estrategias empleadas por estos CDI son básicamente de precios.

Otro de los factores determinantes es el servicio no personalizado, caracterizado principalmente por personal no capacitado para atender las necesidades de los infantes, son instructores no capacitados, no cuentan con buena preparación en el manejo de las relaciones con los niños, a su vez, estos CDI no se caracterizan por ofrecer otros servicios adicionales que puedan contribuir y facilitar la vida de los niños, como por ejemplo: la existencia de un plan de Seguridad Industrial en sus instalaciones, médicos que acudan en momentos de emergencia, nutricionistas, zonas verdes para distracción y entretenimiento de los niños.

### **Necesidades de Capital**

Para poner en marcha un negocio de éstas características tomando en consideración que la infraestructura ya existe y se debe de realizar una adecuación física obteniendo instalaciones de primera calidad.

El capital necesario no solo tiene que ver con la inversión inicial para emprender el negocio sino también con los gastos en los que se tiene que incurrir para llegar al cliente.

### **Costos Cambiantes**

El sector de la educación es considerado como uno de los principales costos cambiantes ya que el recurso humano es imprescindible y si se tiene en cuenta que el componente principal en la prestación de este servicio es él, su buena o mala preparación va a ser determinante para que los clientes se sientan o no a gusto, por lo que habrá que incurrir en costos de capacitación.

El hecho de que el docente este en contacto con los niños y sus padres implica que las empresas inviertan grandes sumas de dinero en su preparación, a su vez los gastos en sueldos y salarios de este grupo de personas deben ser totalmente atractivos para lograr su permanencia en la organización.

Otro de los costos cambiantes más importantes son los costos de los insumos necesarios para que los niños realicen sus actividades diarias, uno de los más importante son los útiles escolares, sin embargo en la actualidad el precio se encuentra regulado por las disposiciones gubernamentales por lo cual lo hace vulnerable al entorno político y económico.

### **Accesos a Canales de Distribución**

Al ser un servicio no tiene una fuerte relación con los canales de distribución, sin embargo en este punto es importante considerar, que la venta del servicio se realizara de forma directa al consumidor.

## **Política Gubernamental**

El gobierno contribuye en el desarrollo de un negocio, hoy en día en la educación es trascendental, más aún cuando se habla de un país inestable política y económicamente, en el Ecuador las leyes y regulaciones únicamente tienden a limitar la creación de empresas que son el motor del aparato productivo.

Las restricciones están dadas por los innumerables requisitos previos a la iniciación de un negocio, esto es trámites burocráticos que lo único que logran es desmotivar al inversionista, por otra parte se puede nombrar las leyes en materia tributaria que aunque buscan obtener un mayor control sobre los contribuyentes lo único que logran son restar tiempo a las empresas para que puedan generar más recursos y contribuir al desarrollo del país.

## **2.3. Análisis de microambiente**

### **2.3.1. Clientes**

Factores tales como el número de compradores o demandantes de bienes y servicios en el mercado, la información con la que cuenta el mercado y la disponibilidad de posibles sustitutos, estos determinan el grado de influencia que tienen los compradores dentro de la industria.

- Es importante considerar dos aspectos básicos:
- El primero se relaciona con la existencia de un grupo de clientes.
- En segundo lugar es fundamental considerar que estas personas poseen un poder adquisitivo medio, razón por la cual pueden acceder sin ningún problema al servicio ofrecido.

En el caso de los CDI y la existencia de profesionales calificados y capacitados son trascendentales y marca una fuerte diferencia en los resultados a obtener, por lo que no se puede hablar de un costo monetario, sino más bien de un costo sobre el beneficio que tendrá en niño en su desarrollo integral, es decir crecimiento intelectual como físico, tomado esta premisa, las personas no negociarán el precio, de la misma manera se debe tomar en consideración la seguridad e infraestructura.

### **2.3.2. Competencia**

La rivalidad entre los competidores existentes da origen a manipular su posición utilizando tácticas como la competencia en precios, la rivalidad se presenta porque uno o más de los competidores sienten la presión o ven la oportunidad de mejorar su posición.

En la mayor parte de los sectores, los movimientos competitivos de una empresa tienen efectos observables sobre sus competidores y así pueden incitar las represalias o los esfuerzos para contrarrestar estos movimientos, es decir, las empresas son mutuamente dependientes.

### **Competidores Numerosos o de Igual Fuerza**

En el sector Sur de la ciudad de Quito, específicamente en el barrio de La Magdalena existen varios CDI, sin embargo estas empresas no prestan las condiciones físicas y académicas óptimas para el desarrollo integral de los niños cuyo servicio es totalmente diferente al que estamos ofreciendo.

Cada uno de estos lugares compiten fuertemente en un mercado en el cual existen CDI de diferentes categorías, unos más caros que otros sin embargo los CDI no poseen recursos físico y humanos enfocados a al mercado.

Los CDI en el Barrio de la Magdalena son pocos y no existe ninguno de ellos que sea líder tomando en cuenta el nicho de mercado al cual se enfoca, no existe la necesidad de realizar una guerra de precios, sino más bien se da una competencia por lograr una mayor diferenciación del servicio enfocados al desarrollo integral de los niños.

### **2.3.3. Costos Fijos o de Almacenamiento**

Los costos principales son los costos fijos en los cuales deben incurrir este tipo de empresas y están relacionados con el mantenimiento de los equipos audio y video, capacitación de docentes, actualización de libros y herramientas que aportan al desarrollo intelectual y físico de los niños, mantenimiento de las instalaciones para que los niños puedan hacer uso de ellas garantizando su seguridad integral, etc.

El impacto que tienen las utilidades sobre el precio de venta y las utilidades esperadas por los empresarios, hace que el servicio esté restringido únicamente para las personas que tienen pueden pagar el servicio y cuentan con capacidad de pago, lo cual hace a la empresa dependiente de estos clientes.

### **Ausencia de Diferenciación o Costos Cambiantes**

En la educación no se puede hablar de ausencia de diferenciación porque cada una de las empresas se caracteriza por ofrecer servicios de calidad, con personal especializado e instalaciones de primera con el objetivo de hacer que las personas se sientan a gusto y lograr una mayor fidelidad de los mismos.

Por otra parte la existencia de diferenciación reduce la competencia de precios ya que los clientes muestran preferencia y lealtad por Centros de desarrollo infantiles que brinden un servicio de calidad superior al de la competencia.

#### **2.3.4. Sustitutos**

La identificación de los productos sustitutos es cosa de buscar otros productos que puedan desempeñar la misma función que el producto en el sector del servicio que se va a desarrollar.

El análisis de los sustitutos es trascendental en este caso en particular por la sencilla razón de que el Barrio de la Magdalena no existen Centros de Desarrollo Infantiles que cumplan y garanticen el desarrollo integral de los niños de 1 a 4 años. Como se puede observar los principales sustitutos son los familiares o amigos de los padres que tienen que salir a trabajar.

Por otra parte se puede decir que en el momento de que los padres decidan hacer uso de este servicio, dependerá de su necesidad y de concientización que tengan, ya que es en ésta edad en la cual los niños pueden desarrollar hasta las dos terceras partes del potencial neuronal, generar una cantidad y calidad de estímulos que son importantes y decisivos en el desarrollo funcional del cerebro.

Entonces la educación inicial debe de ser el conjunto de estrategias que estimulen y conduzcan al niño a potencializar sus habilidades, capacidades, intereses y necesidades básicas en un marco de valores y lineamientos éticos, tanto de sus padres como de las personas que se responsabilizan de sus cuidados y enseñanzas diarias desarrollando así su crecimiento integral.

### **2.3.5. Proveedores**

Los proveedores pueden ejercer poder de negociación sobre los participantes de una industria, si amenazan con elevar los precios o disminuir la calidad de los bienes y servicios que ofrecen, de este modo, los más poderosos reducen drásticamente la rentabilidad en una industria incapaz de recuperar los incrementos de costos con precios.

El análisis de los proveedores para este caso específico no es fundamental tomando en cuenta que se trata de la prestación de un servicio, donde no se habla de materias primas, sino de aquellos servicios complementarios que hacen posible la prestación del servicio.

En primer lugar se tiene el recurso humano, con docentes capacitados y con experiencia comprobada, con fuerte calidad humana y ética.

En segundo lugar tenemos a todos los implementos necesarios para realizar el trabajo diario es decir, juguetes, material de distracción para los niños dependiendo de su edad y género.

Otra clase de insumos importantes como materiales de limpieza necesarios para mantener las instalaciones y equipos esterilizados. (Manual para la Organización y Administración de Centros Infantiles, pg 10)

## **CAPITULO III**

### **INVESTIGACION DE MERCADOS**

#### **3.1. Introducción.**

La investigación de mercados es el diseño sistemático como recolección, análisis y presentación de la información y descubrimientos relevantes acerca de una situación de mercadotecnia específica a la que se enfrenta la empresa.

Al utilizar la investigación de mercados como una herramienta para conocer la opinión de los consumidores, permite obtener información específica para desarrollar estrategias, estimar costos y conocer las características del segmento de mercado al que se pretende brindar un servicio que cubra sus expectativas.

La investigación de mercados constituye el conocimiento de la voz del consumidor, que compromete al empresario a formular la prestación de un servicio de calidad.

### **3.2. Propósito de la investigación.**

Esta investigación de mercados nos permitirá conocer cuál es la demanda insatisfecha actual en el sector de la Magdalena de un servicio de cuidado y estimulación temprana de niños entre 1 y 4 años de edad, además de identificar a los competidores, sus características y los factores de éxito para la implementación de este proyecto.

### **3.3. Objetivos de la investigación.**

#### **3.3.1. Objetivo General.**

Determinar las variables de mercado que influirán como factores de éxito durante la implementación y el desarrollo de este proyecto

#### **3.3.1. Objetivos específicos.**

1. Determinar los competidores su participación en el mercado y sus principales características.
2. Conocer los factores de consideración al momento de enviar a un menor a un centro de desarrollo infantil.

3. Determinar la demanda insatisfecha.
4. Determinación de la capacidad de pago de la población objetivo.
5. Determinación de los factores claves de éxito a implementarse en el proyecto.

### **Hipótesis**

La hipótesis no es solamente la explicación o comprensión del vínculo que se establece entre los elementos inmersos en un problema, es también el planteamiento de una posible solución al mismo.

"La hipótesis son posibles soluciones del problema que se expresan como generalizaciones o proposiciones. Se trata de enunciados que constan de elementos expresados según un sistema ordenado de relaciones, que pretenden describir o explicar condiciones o sucesos aún no confirmados por los hechos". Van Dalen (1974 – 170)

### **Hipótesis General**

La implementación de una unidad de negocio para brindar un servicio de calidad a niños de uno a cuatro años siete meses de edad del sector sur de la ciudad de Quito en el barrio La Magdalena.

### **Hipótesis Específicas**

- Existencia de un mercado insatisfecho detectando el mercado potencial.
- Brindar un mejor servicio en el sector.
- Determinar la inversión.
- Búsqueda de alternativas de financiamiento y evaluación de las mejores alternativas.
- Demostrar la viabilidad del proyecto mediante la evaluación financiera y económica.
- Crear alternativas novedosas en el servicio.

### **3.2. Tipos de investigación.**

**Exploratoria:** Es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimiento. (Malhotra 2008.)

**Descriptiva:** Consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. (Malhotra 2008.)

**Cualitativa:** Tiene como característica común referirse a sucesos complejos que tratan de ser descritos en su totalidad, en su medio natural.(Malhotra 2008.)

**Experimental:** Es un procedimiento metodológico en el cual un grupo de individuos o conglomerado, son divididos en forma aleatoria en grupos de estudio y control y son analizados con respecto a un factor o medida que el investigador introduce para estudiar y evaluar.(Malhotra 2008.)

**Cuantitativa:** Es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables. Trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede” (Malhotra 2008.)

### **3.4. Metodología.**

#### **3.4.1. Población objetivo del estudio.**

“La población meta debe definirse en términos de los elementos, las unidades de muestreo, la extensión y el tiempo. Un elemento es el objeto sobre el cual se desea información. En una investigación por encuesta, el elemento

suele ser el encuestado, la unidad de muestreo es un elemento, o una unidad que contiene al elemento, que está disponible para la selección en alguna etapa del proceso de muestreo” (Malhotra 2008.)

La población a la cual estará dirigida este estudio de mercados está comprendida por los habitantes del sector conocido como la Magdalena, que tengan hijos o familiares menores de 5 años, que se encuentren entre 15-60 años y se encuentren empleados.

**Tabla 10. Población objetivo La Magdalena**

ELEMENTO	NUMERO
Población “sectores 268-274”(INEC CPV2012)	30288
Grupo de edad de interés (15-60)años	19488
Condición de actividad “ocupados plenos” (ENEMDU 1ª Ronda 2012)	7040

Elaborado: Víctor H Coloma

Fuente: INEC: CPV 2010

Del total de la población descrita del Sector de la Magdalena el 26,86% corresponden a niños entre 1-14 años de edad y de los mismos el 7.78% está conformado por niños de 1-4 años de edad de lo cual se puede definir existen 2362 niños y niñas entre 1-4 años de edad. (INEC: CPV 2012)

**Tabla 11. Población infantil sector La Magdalena**

<b>POBLACION</b>	<b>NUMERO NIÑOS Y NIÑAS</b>
De 1-14 años de edad	8136
De 1-4 años de edad	2362

Elaborado: Víctor Coloma

Fuente: INEC: CPV 2010

### **3.4.1. Método de investigación y herramientas de medición.**

#### **3.4.1.1. Método.**

La investigación se realizara con un enfoque cuantitativo-descriptivo, el mismo que permitirá la determinación de las variables influyentes y determinantes del proyecto dentro de un marco estructurado.

#### **3.4.1.2. Herramientas**

##### **3.4.1.2.1. La Encuesta**

Para esta investigación se utilizara una herramienta que permita conocer los requerimientos de la población objetivo de forma directa, dentro de un marco estadístico estructurado, por lo cual se ha elegido la encuesta.

“La encuesta es un instrumento cuantitativo de investigación social mediante la consulta a un grupo de personas elegidas de forma estadística, realizada con ayuda de un cuestionario (Malhotra 2008)

### **Técnicas de muestreo no Probabilístico**

Las muestras no probabilísticas pueden dar buenas estimaciones de la características de la población; sin embargo, no permite evaluar objetivamente la precisión de los resultados de la muestra (Malhotra 2008)

### **Muestreo por conveniencia**

“El muestreo por conveniencia busca obtener una muestra de elementos convenientes. La selección de las unidades de muestreo se deja principalmente al entrevistador. Muchas veces los encuestados son seleccionados porque se encuentran en el lugar y momento adecuados.”(Malhotra 2008)

### **Muestreo por juicio**

“El muestreo por juicio es una forma de muestreo por conveniencia, en el cual los elementos de la población se seleccionan con base en el juicio del investigador. El investigador usa su juicio o experiencias para elegir a los

elementos que se incluirán en la muestra porque considera que son representativos de la población de interés, o de alguna manera son adecuados”(Malhotra 2008)

### **Muestreo por cuotas**

“El muestreo por cuotas puede considerarse como un muestreo por juicio restringido de dos etapas. La primera etapa consiste en desarrollar categorías de control, o cuotas, de los elementos de la población. En otras palabras, las cuotas aseguran que la composición de la muestra es igual a la composición de la población con respecto a las características de interés. En la segunda etapa, se seleccionan los elementos de la muestra con base en la conveniencia del juicio.”(Malhotra 2008)

### **Muestreo de bola de nieve**

“En la bola de nieve se selecciona un grupo inicial de encuestados, por lo general al azar, a quienes después de entrevistar se les solicita que identifiquen a otras personas que pertenezcan a la población meta de interés. Uno de los objetivos principales del muestreo de bola de nieve consiste en estimar las características que son raras en la población.” (Malhotra 2008)

## **Técnicas de muestreo no Probabilístico**

“Las técnicas de muestreo no probabilístico varían en términos de la eficacia del muestreo, un concepto que refleja compensaciones entre el costo y la precisión del muestreo”(Malhotra 2008)

### **Muestreo aleatorio simple**

“En el muestreo aleatorio simple (MAS), cada elemento de la población tiene una probabilidad de selección igual y conocida. Además, cada posible muestra de un determinado tamaño (n) tiene una probabilidad igual y conocida de ser la muestra seleccionada realmente.

El (MAS) tiene muchas características convenientes, como el hecho de que es fácil de entender y que los resultados de la muestra pueden explotarse a la población meta.”(Malhotra 2008)

#### **3.4.1.2.2. Fuentes de información primaria.**

Para la presente investigación la información primaria provendrá de la tabulación de las encuestas realizadas a la muestra seleccionada de la población objetivo, las mismas que permitirán calcular de forma objetiva la demanda y los requerimientos mínimos contemplados por la población objetivos como importantes.

### **3.3.1.2.2. Fuentes de información secundarias.**

Las fuentes de información secundarias son aquellas que se obtienen de marcos referenciales de investigaciones sobre el campo de estudio del cual se está investigando, las mismas que permiten obtener información relacionada que es de mucha utilidad. Esta información se puede obtener de instituciones públicas y privadas.

### **3.4.2. Cálculo de la muestra.**

“El tamaño de la muestra se refiere al número de elementos que deben incluirse en el estudio. Determinar el tamaño de la muestra es complicado e implica varias consideraciones tanto cualitativas como cuantitativas.

En general, para las decisiones más importantes se necesita más información y ésta debe obtenerse de forma más precisa. Esto requiere muestras más grandes, pero a medida que se incrementa el tamaño de la muestra, el costo de cada unidad de información será mayor.”(Malhotra 2008)

La pregunta de la encuesta piloto se estructuró en función del objetivo general del estudio.

Le gustaría dejar a su hijo de un centro de desarrollo infantil.

Si.....

No.....

Las repuestas a esta pregunta dio como resultado que 7 personas entre padres y madres de familia dijeron que si les gustaría dejar a sus hijos en un centro de desarrollo infantil, por otra parte fueron 3 personas quienes dijeron que no les gustaría quienes expresaron que no les gustaría dejar a sus hijos en un centro de desarrollo infantil, de este análisis se obtiene como resultado **p=0.8; q=0.2.**

Conociendo que:

- La población es finita.
- La pregunta efectuada es de escala nominal.
- La varianza poblacional se desconoce.

La fórmula a aplicarse es la siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 (N) + Z^2 * p * q}$$

**Tabla 12. Nomenclatura**

DATOS	VALORES
n = Tamaño de la muestra.	309
p = Probabilidad de éxito de un evento	0,8
q = Probabilidad de fracaso de un evento	0,2
e = Grado de error permitido.	0,05
z = corresponde a un nivel de confianza.	1,96
N = Tamaño del universo	7040

$$n = \frac{7040 * 1.96^2 * 0.8 * 0.2}{5\%^2(7040 - 1) + 1.96^2 * 0.8 * 0.2} = 235.11 \cong 235$$

El valor obtenido es de 235, lo que significa que se deberán efectuar un total de 235 encuestas en el sector de la magdalena para completar de forma correcta la investigación.

### 3.4.2. Diseño de la encuesta.

**Tabla 13. Matriz de formulación de encuesta piloto.**

Objetivos de la Investigación	Pregunta	Respuesta
Determinar los competidores, su participación en el mercado y sus principales características	Sus hijos acuden a un CDI	Si No
	Nombre del CDI	Pregunta abierta
	Cómo se enteró del CDI	Hojas volantes Radio Prensa Referencias
	Cuáles son las razones para dejar a su hijo en un CDI	Económicas Buen Servicio Cercanía
	Qué clase de servicio le brinda su CDI	Excelente Bueno Malo
	Cuánto paga por el servicio	40 – 80 81 – 120 Más 120
Conocer los factores de consideración al momento de enviar al menos a un CDI	Cuáles características considera de mayor importancia al momento de contratar los servicios de un CDI	Educación Integral Escuela para padres Inglés Nutricionista Refrigerio Areas Verdes Talleres de danza Transporte
	Si un CD cumple con las siguientes condiciones, matricularía a su hijo (a) Medicina, seguridad, Infraestructura, horarios flexibles	SI NO

Continúa



Objetivos de la Investigación	Pregunta	Respuesta
Determinar la demanda insatisfecha	Estado Civil	Soltero Casado Divorciado Viudo
	Tiene hijos menores a 5 años	Si No
	En qué barrio reside actualmente	Pregunta abierta
Determinar la capacidad de pago de la población objetivo	Si un nuevo CDI satisface y cumple sus necesidades, cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio	40 – 80 81 – 120 Más 120
Determinar los factores de éxito para la implementación del proyecto	Qué busca de un Centro de Desarrollo Infantil	Pregunta abierta

Tabla 14. Matriz de encuesta modificada.

Objetivos de la Investigación	Pregunta	Respuesta
Determinar los competidores, su participación en el mercado y sus principales características	Sus hijos acuden a un CDI	SI NO
	Nombre del CDI	Pregunta abierta
	Cómo se enteró del CDI	Hojas volantes Radio Prensa Referencias
	Cuáles son las razones para dejar a su hijo en un CDI	Económicas Buen Servicio Cercanía
	Qué clase de servicio le brinda su CDI	Excelente Bueno Malo
	Cuánto paga por el servicio	40 – 80 81 – 120 Más 120
	Conocer los factores de consideración al momento de enviar al menos a un CDI	Cuáles características considera de mayor importancia al momento de contratar los servicios de un CDI
Si un CD cumple con las siguientes condiciones, matricularía a su hijo (a) Medicina, seguridad, Infraestructura, horarios flexibles		SI NO

Continúa



Objetivos de la Investigación	Pregunta	Respuesta
Determinar la demanda insatisfecha	Tiene hijos menores a 5 años	SI NO
	En qué barrio reside actualmente	Pregunta abierta
Determinar la capacidad de pago de la población objetivo	Si un nuevo CDI satisface y cumple sus necesidades, cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio	40 – 80
		81 – 120 Más 120
Determinar los factores de éxito para la implementación del proyecto	Qué busca de un Centro de Desarrollo Infantil	Pregunta abierta

## Diseño final de la encuesta:



### ENCUESTA

- 1.- ¿TIENE HIJOS O FAMILIARES MENORES DE 5 AÑOS ¿CUÁNTOS? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ Niños \_\_\_\_\_ Niñas \_\_\_\_\_
- 2.- ¿EN QUE BARRIO RESIDE ACTUALMENTE? \_\_\_\_\_
- 3.- ¿LE GUSTARÍA DEJAR A SUS HIJOS EN UN CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- 4.- ¿SUS HIJOS ACUDEN A UN CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL? Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
- Nombre del Centro de Desarrollo Infantil \_\_\_\_\_
- 5.- ¿EN AUSENCIA DE LOS PADRES, QUIÉN CUIDA A LOS NIÑOS/AS MENORES DE 5 AÑOS?
- Familiar \_\_\_\_\_ Empleada doméstica \_\_\_\_\_ Centro de desarrollo infantil \_\_\_\_\_
- 6.- ¿POR QUÉ MEDIO SE ENTERÓ DE LA EXISTENCIA DE ÉSTE CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL?
- Hojas Volantes \_\_\_\_\_ Radio \_\_\_\_\_ Prensa \_\_\_\_\_ Referencias de familiares o amigos \_\_\_\_\_
- 7.- ¿CUALES SON LAS RAZONES QUE TIENE PARA ENVIAR A SUS HIJOS A ÉSTOS CENTROS DE DESARROLLO INFANTIL.
- Por motivos económicos \_\_\_\_\_ Porque brinda buen servicio \_\_\_\_\_ Por cercanía al domicilio \_\_\_\_\_
- 8.- ¿QUE CLASE DE SERVICIO CONSIDERA USTED QUE BRINDA SU CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL?
- Excelente \_\_\_\_\_ Bueno \_\_\_\_\_ Malo \_\_\_\_\_
- 9.- ¿CUÁNTO PAGA POR EL SERVICIO PRESTADO EN EL CENTRO INFANTIL ACTUAL?
- \$ 40 - \$ 80 \_\_\_\_\_ \$ 81 - \$ 120 \_\_\_\_\_ Mayor a \$ 120 \_\_\_\_\_
- 10.- ¿SI UN NUEVO CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL SUPERARÍA Y SATISFACE SUS NECESIDADES, CUAL SERÍA EL VALOR QUE CANCELARÍA POR EL SERVICIO?
- \$ \_\_\_\_\_
- 11.- ¿QUÉ CARACTERÍSTICA CONSIDERA DE MAYOR IMPORTANCIA CUANDO DECIDE CONTRATAR LOS SERVICIOS DE UN CENTRO INFANTIL? (IDENTIFIQUE Y MARQUE CON UNA X: MUY IMPORTANTE, POCO IMPORTANTE, NADA IMPORTANTE)

	Muy importante	Poco importante	Nada importante
Educación integral personalizada			
Escuela para Padres			
Inglés			
Nutricionista			
Refrigerio			
Áreas verdes			
Talleres de danza, teatro			
Juegos recreativos			
Transporte			

- 12.- ¿QUE BUSCA DE UN CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL?

1.- \_\_\_\_\_ 2.- \_\_\_\_\_ 3.- \_\_\_\_\_ 4.- \_\_\_\_\_

## ANÁLISIS UNIVARIADO

Pregunta 1.

Tiene hijos o familiares menores de 5 años.

**Tabla 15. Población Infantil La Magdalena**

	Frecuencia	Porcentaje	Valid Percent	Cumulative Percent
Si	183	77,9	77,9	77,9
NO	52	22,1	22,1	100,0
Total	235	100,0	100,0	

**Análisis:** En los resultados obtenidos sobre el total de las personas entrevistadas, el 78% de la población tiene hijos o familiares menores a 5 años de edad, en valores se estima en 183 personas, quienes representarán el mercado potencial para el proyecto.

**Gráfico 9. Familiares menores de 5 años**



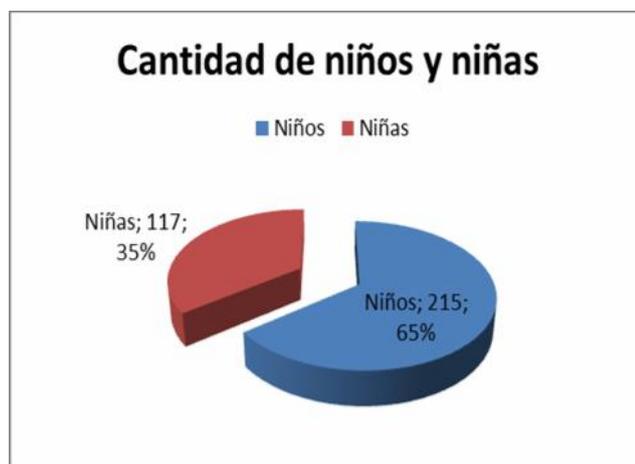
Elaborado: Víctor H. Coloma

**Comparativo:** Según los datos obtenidos por el INEC, la tasa de natalidad en Ecuador ha disminuido desde el año 2006 hasta el año 2009 en un promedio del 1,5%, en el año 2010 en el 5,76% demostrando que antes había más niños en este sector.

**Tabla 16. Población niños y niñas**

	Frecuencia	Porcentaje	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	93	39,6	64,1	64,1
2,00	43	18,3	29,7	93,8
4,00	9	3,8	6,2	100,0
Total	145	61,7	100,0	
Missing System Total	90	38,3		
	235	100,0		
	Frecuencia	Porcentaje	Valid Percent	Cumulative Percent
1,00	72	30,6	80,0	80,0
2,00	9	3,8	10,0	90,0
3,00	9	3,8	10,0	100,0
Total	90	38,3	100,0	
Missing System Total	145	61,7		
	235	100,0		

Elaborado: Víctor H. Coloma

**Gráfico 10. Cantidad de niños y niñas**

Elaborado: Víctor H. Coloma

**Análisis:** En los resultados obtenidos sobre el total de las personas entrevistadas, se obtiene que el 65% corresponde a niños y el 35% corresponde a niñas, dando el total de 332 infantes menores a 5 años con una tasa promedio de 1,83 infantes por persona encuestada.

Pregunta 2.

¿En qué barrio reside actualmente?

**Tabla 17. Barrio en el que reside**

	Frecuencia	Porcentaje	Valid Percent	Cumulative Percent
La Magdalena	148	63,0	63,0	63,0
Solanda	15	6,4	6,4	69,4
Guamani	4	1,7	1,7	71,1
Los Libertadores	18	7,7	7,7	78,7
Turubamba	9	3,8	3,8	82,6
Las Acacias	9	3,8	3,8	86,4
Los Cóndores	9	3,8	3,8	90,2
Ciudadela Ibarra	9	3,8	3,8	94,0
Villaflora	9	3,8	3,8	97,9
Chillogallo	5	2,1	2,1	100,0
Total	235	100,0	100,0	

Elaborado: Víctor H. Coloma

**Gráfico 11. Barrio de residencia**



Elaborado: Víctor Coloma

**Análisis:** En los resultados obtenidos sobre el total de las personas entrevistadas, se puede observar que el 63% de los encuestados viven en el barrio La Magdalena siendo éste el mercado potencial, el 37% de los encuestados corresponden a personas que viven en otros barrios y se encuentran en este sector por diferentes motivos.

**Tabla 18. Comparación de crecimiento de la población 2001-2010**

Grupo de edad	2001		2010	
	Total	Total	Total	Tasa de crecimiento
Menor a 1 año	31808	35858		1,27%
De 1 a 4 años	146904	165879		1,29%
De 5 a 9 años	182530	208227		1,41%

Elaborado: Víctor H. Coloma

**Comparativo:** Según los datos obtenidos por el INEC, el porcentaje de crecimiento de la población menor a un año es de 1,27%, población de 1 a 4 años 1,29% demostrando el crecimiento de la población y convirtiéndose este en un mercado potencial.

Pregunta 3.

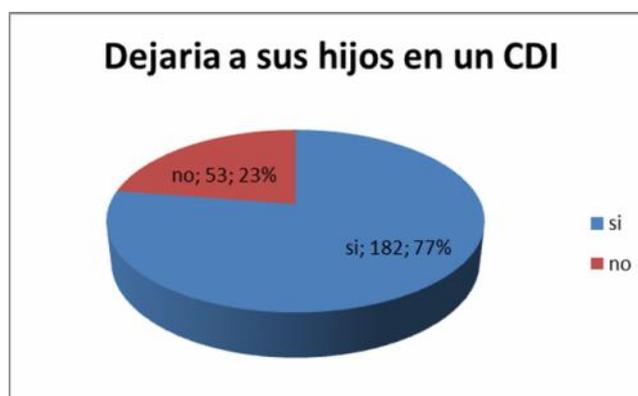
Le gustaría dejar a su hijo en un centro de desarrollo infantil.

**Tabla 19. Le gustaría dejar a sus hijos en un centro de desarrollo infantil**

	Frecuencia	Porcentaje	Valid Percent	Cumulative Percent
Si	182	77,4	77,4	77,4
No	53	22,6	22,6	100,0
Total	235	100,0	100,0	

Elaborado: Víctor H. Coloma

**Gráfico 12. Dejaría a sus hijos en un CDI**



Elaborado: Víctor Coloma

**Análisis:** De las 235 personas encuestadas, el 77% está dispuesto a dejar a sus niños menores de cuatro años en un centro de desarrollo infantil, mientras que el 23% no los dejarían.

**Tabla 20. Índice de personas que asisten a clases**

Año	2001	2010	Tasa
Pregunta	De 5 a 9 años	De 5 a 9 años	De 5 a 9 años
Si	122925	143994	17,10%
No	19446	3029	(84,40%)
Total	142373	147023	

Elaborado: Víctor Coloma

Fuente: RADATAM INEC

**Comparativo:** Según los datos obtenidos por el INEC, el número de personas que no asisten a clases comparando los años 2001 al 2010 decreció en el 84,4% demostrando que los familiares de los niños en general se encuentran invirtiendo en su educación.

## Pregunta 4

¿Sus hijos acuden a un centro de desarrollo infantil?

**Tabla 21. Acuden sus hijos a un CDI**

	Frecuencia	Porcentaje	Valid Percent	Cumulative Percent
Si	88	37,4	44,4	44,4
No	110	46,8	55,6	100,0
Total	198	84,3	100,0	
Missing System	37	15,7		
Total	235	100,0		

Elaborado: Víctor H. Coloma

**Gráfico 13. Acuden sus hijos a un CDI**



Elaborado: Víctor Coloma

**Análisis:** Como se puede observar, el 37% de los encuestados envían a sus menores de cuatro años a un Centro de Desarrollo Infantil con una frecuencia de 88, mientras que un 47% de las personas que fueron entrevistadas no lo hace con una frecuencia de 110.

Nombre del CDI al cual acuden.

**Tabla 22. Nombre del CDI al cual sus hijos asisten**

	Frecuencia	Porcentaje	Valid Percent	Cumulative Percent
Burbujitas	8	3,4	3,4	66,0
Caritas	9	3,8	3,8	69,8
Centro Municipal	1	,4	,4	70,2
Hermano Miguel	37	15,7	15,7	86,0
La Magdalena	9	3,8	3,8	89,8
Ludoteca	9	3,8	3,8	93,6
Mundo de Mozart	4	1,7	1,7	95,3
Pequeños Tesoros	5	2,1	2,1	97,4
Quipus Sañay	5	2,1	2,1	99,6
Sembrando Semilla	1	,4	,4	100,0
Total	235	100,0	100,0	

Elaborado: Víctor H. Coloma

**Gráfico 14. Nombre del CDI al que asisten los infantes**



Elaborado: Víctor Coloma

**Análisis:** Como se puede observar, del total de la población encuestada, el Centro de Desarrollo Infantil que tiene mayor participación en el mercado es el Centro Hermano Miguel con del 15,7% del mercado convirtiéndose este en la principal competencia ya que se encuentra posicionado en el mercado.

## Pregunta 5

¿En ausencia de los padres, quién cuida a los niños/as menores de 5 años?

**Tabla 23. Quien cuida a los niños/niñas menores de 5 años**

	Frecuencia	Porcentaje	Valid Percent	Cumulative Percent
Familiar	154	65,5	79,8	79,8
CDI	39	16,6	20,2	100,0
Total	193	82,1	100,0	
No/hijos	42	17,9		
Total	235	100,0		

Elaborado: Víctor H. Coloma

**Gráfico 15. Quien cuida al menor en ausencia de los padres**



Elaborado: Víctor Coloma

**Análisis:** Como se puede observar, en el 80% de la población entrevistada en este sector son los familiares quienes cuidan a los infantes, mientras que el 20% utilizan un Centro de Desarrollo Infantil.

**Comparativo:** La población con ocupación plena en el año 2010 fue del 38,08%, actualmente ésta creció y se encuentra en el año 2012 en el 50,23%, la mujer ecuatoriana aporta cada día más en las actividades económicas del país, el 33,4% de las mujeres son trabajadoras plenas y el 53,8% son los hombres, el 24% del total de las mujeres son cabeza de hogar, se observa que cada día este porcentaje crece dando como resultado un mercado potencial de infantes que necesitan de servicios de cuidado infantil ya que no todos los familiares están en condiciones de cuidar a los infantes.

## Pregunta 6

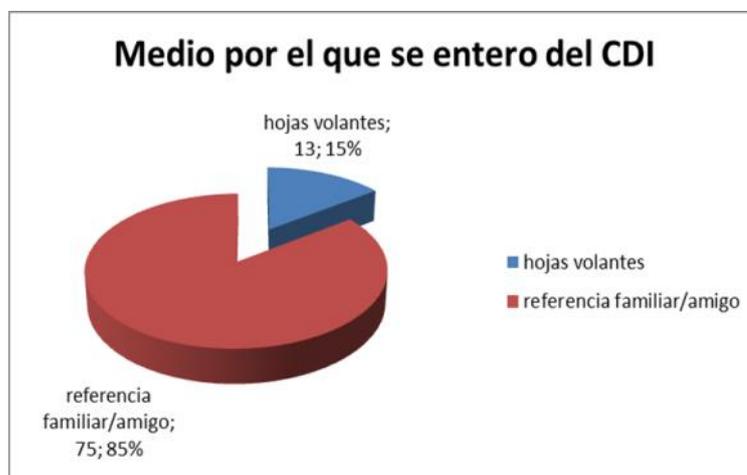
¿Por qué medio se enteró de este centro de desarrollo infantil?

**Tabla 24. Medio de información de la existencia de un CDI**

	Frecuencia	Porcentaje	Valid Percent	Cumulative Percent
Hojas volantes	13	5,5	14,8	14,8
Referencia Familiar/Amigo	75	31,9	85,2	100,0
Total	88	37,4	100,0	
Missing System	147	62,6		
Total	235	100,0		

Elaborado: Víctor H. Coloma

**Gráfico 16. Medio que se enteró de la existencia de un CDI**



Elaborado: Víctor Coloma

**Análisis:** Este estudio revela que el medio representado por referencias familiares o amistades es el de más acogida con el 85% lo que da la pauta de la importancia de la imagen de un Centro de Desarrollo Infantil, hay que considerar que esta referencia puede ser positiva o negativa.

**Comparativo:** Se debe tomar en cuenta que al momento de promocionar este servicio se deberá comunicar, informar, dar a conocer sus características, atributos y beneficios, las empresas trabajan en su imagen, tanto ante el público en general como ante sus propios trabajadores, es por este motivo que las referencias personales hacen que un bien o servicio tenga éxito o fracaso, son las encargadas de evaluar su aceptación o acogida, de esta manera se disminuye el riesgo de cometer los mismos errores que la competencia.

Se deberá reunir periódicamente con los moradores del sector y observar las características principales de la competencia y su acogida frente al público, las referencias personales o de familiares permitirá obtener información precisa sobre las reacciones y comportamiento de las personas ante un determinado producto, servicio.

## Pregunta 7

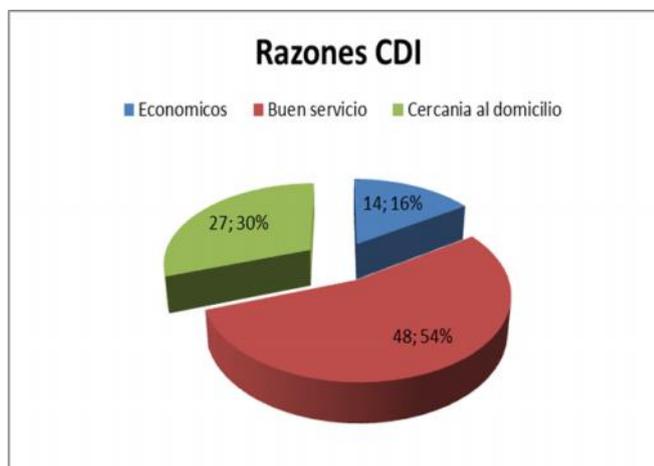
¿Cuáles son las razones para enviar a su hijo a estos CDI?

**Tabla 25. Razones de uso del servicio**

	Frecuencia	Porcentaje	Valid Percent	Cumulative Percent
Económicos	14	6,0	15,7	15,7
Buen servicio	48	20,4	53,9	69,7
Cercanía al domicilio	27	11,5	30,3	100,0
Total	89	37,9	100,0	
System	146	62,1		
Total	235	100,0		

Elaborado: Víctor H. Coloma

**Gráfico 17. Razones de uso de un CDI**



Elaborado: Víctor H. Coloma

**Análisis:** La principal característica por la que las personas califican un Centro de Desarrollo Infantil es servicio con el 54%, mientras que el 30% de la población los selecciona por la cercanía a su domicilio y el 16% considera al precio como última característica pero no menos importante.

**Comparativo:** Se debe considerar que nadie va a cuidar a los hijos como sus propios padres pero por el aumento de participación de la mujer en el mercado laboral o por motivos familiares no es posible permanecer junto a él, es imperativo para este negocio el dar a conocer las características y servicio que se brindará.

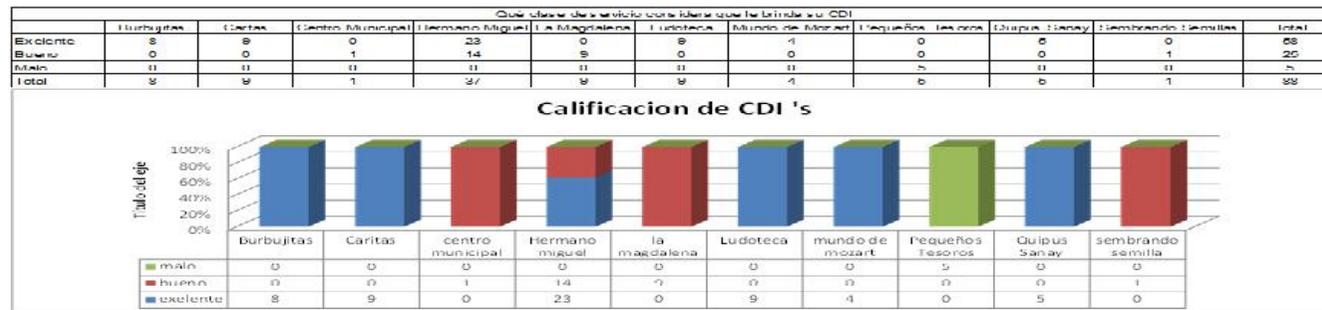
Por este motivo se dará una capacitación a los padres y familiares de los infantes, conocer sus necesidades y frecuentemente tener reuniones paulatinas para el mejoramiento continuo integral del negocio.

## Pregunta 8

¿Qué clase de servicio considera usted le brinda su Centro de desarrollo Infantil?

Para el análisis de esta pregunta se realizara un cruce de variables con el fin de identificar la calificación de cada uno de los establecimientos que forman la competencia.

**Gráfico 18. Servicio ofrecido por el CDI actual**



Elaborado: Víctor H. Coloma

**Análisis:** Este análisis permite identificar que algunos Centros de Desarrollo Infantil como Burbujitas, Caritas, Ludoteca, Mundo Mozart, y Quipus Sanay tiene una calificación de excelente, mientras que el CDI que actualmente sería considerado el mayor competidor es Hermano Miguel con el 38% como bueno y 62% como excelente, éste negocio será considerado la principal competencia.

## Pregunta 9

¿Cuánto paga por el servicio prestado en el CDI actual?

**Tabla 26. Valor cancelado por el servicio**

	Frecuencia	Porcentaje	Valid Percent	Cumulative Percent
40-80	88	37,4	98,9	98,9
81-120	1	,4	1,1	100,0
Total	89	37,9	100,0	
Missing System	146	62,1		
Total	235	100,0		

Elaborado: Víctor H. Coloma

**Gráfico 19. Valor cancelado por el servicio**



Elaborado: Víctor H. Coloma

**Análisis:** Se identifica que el 99% de la población que fue entrevistada se encuentran pagando un rango entre \$40-\$80 dólares por este servicio.

**Comparativo:** Hay que considerar que el negocio funcionará en un sector de clase media, el 50,23% de la población ecuatoriana cuenta con trabajo fijo, el sueldo básico es de \$292,00, el salario promedio de los trabajadores del sector privado del Ecuador evolucionó de \$ 415,89 en el 2008 a \$625,7, se considera también el “salario digno” que se conforma a partir de la canasta básica unificada promedio del año, USD 559,6, (Análisis realizado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social).

Se considera el crecimiento de trabajo más el aumento de los sueldos en el país, los padres están en la capacidad adquisitiva de pagar un servicio por el cuidado de sus hijos ya que es prioritaria su educación y seguridad integral en centros especializados.

## Pregunta 10

¿Si un nuevo CDI satisface y supera sus necesidades, cuál sería el valor que cancelaría por este servicio?

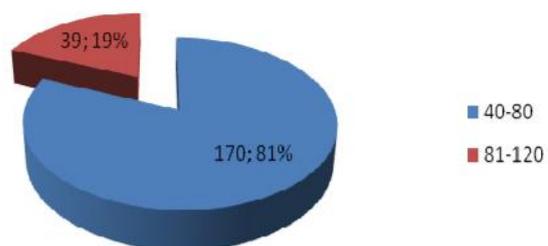
**Tabla 27. Precio de preferencia a ser cancelado**

	Frecuencia	Porcentaje	Valid Percent	Cumulative Percent
40-80	170	72,3	81,3	81,3
81-120	39	16,6	18,7	100,0
Total	209	88,9	100,0	
Missing System	26	11,1		
Total	235	100,0		

Elaborado: Víctor H. Coloma

**Gráfico 20. Precio de preferencia a ser cancelado**

**Cuanto estaría dispuesto a pagar**



Elaborado: Víctor Coloma

**Análisis:** De la muestra realizada se obtiene que el 81% de personas se encuentra dispuestas a pagar entre \$40-80 dólares mensuales por el servicio de un Centro de Desarrollo Infantil.

**Comparativo:** Los padres o familiares que se encuentran trabajando tienen la capacidad adquisitiva y pueden contratar los servicios de un Centro de Desarrollo Infantil, consideran factores de servicio y seguridad ya que la educación es considerada una inversión.

Pregunta 11.

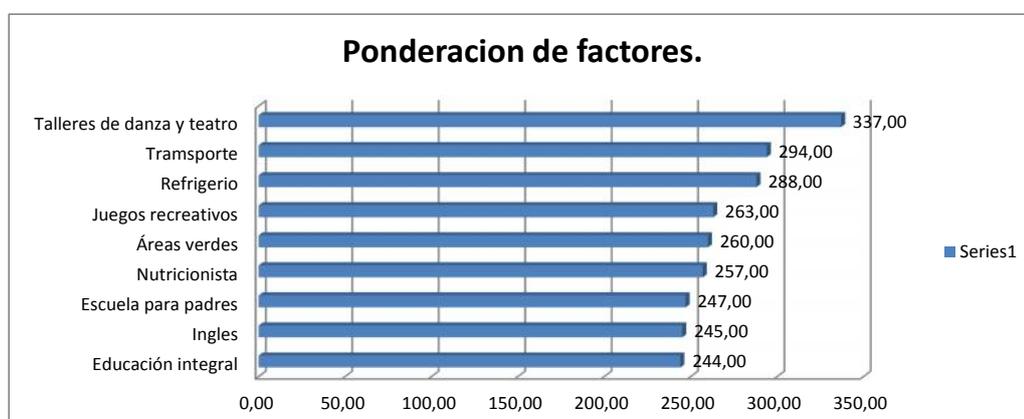
¿Qué característica considera de mayor importancia cuando decide contratar los servicios de un centro infantil (identifique y marque con una x: muy importante, poco importante, nada importante)?

**Tabla 28. Ponderación del servicio**

	N	Min	Max	Suma	Media	Desviación
Educación integral Personalizada	235	1,00	2,00	244,00	1,0383	,19232
Escuela para padres	231	1,00	2,00	247,00	1,0693	,25445
Inglés	235	1,00	2,00	245,00	1,0426	,20228
Nutricionista	235	1,00	2,00	257,00	1,0936	,29192
Refrigerio	235	1,00	3,00	288,00	1,2255	,50233
Áreas verdes	235	1,00	2,00	260,00	1,1064	,30899
Talleres de danza y teatro	235	1,00	3,00	337,00	1,4340	,53799
Juegos recreativos	235	1,00	2,00	263,00	1,1191	,32466
Transporte	235	1,00	2,00	294,00	1,2511	,43455
	231					

Elaborado: Víctor H. Coloma

**Gráfico 21. Ponderación del servicio**



Elaborado: Víctor Coloma

**Análisis:** Se contemplan los factores ordenados desde el menos importante en la parte superior hasta en más importante en la parte inferior, dándonos así como resultado los tres factores más importantes la educación integral, la enseñanza de inglés y la escuela para padres, con puntuaciones de 244,245 y 247 respectivamente.

Hay que tomar en cuenta que también tienen una importancia bastante relevante los componentes como el que exista un nutricionista, áreas verdes y juegos recreativos en las instalaciones, por lo cual hay que tomar en cuenta estos seis factores para la implementación de la infraestructura.

Pregunta 12.

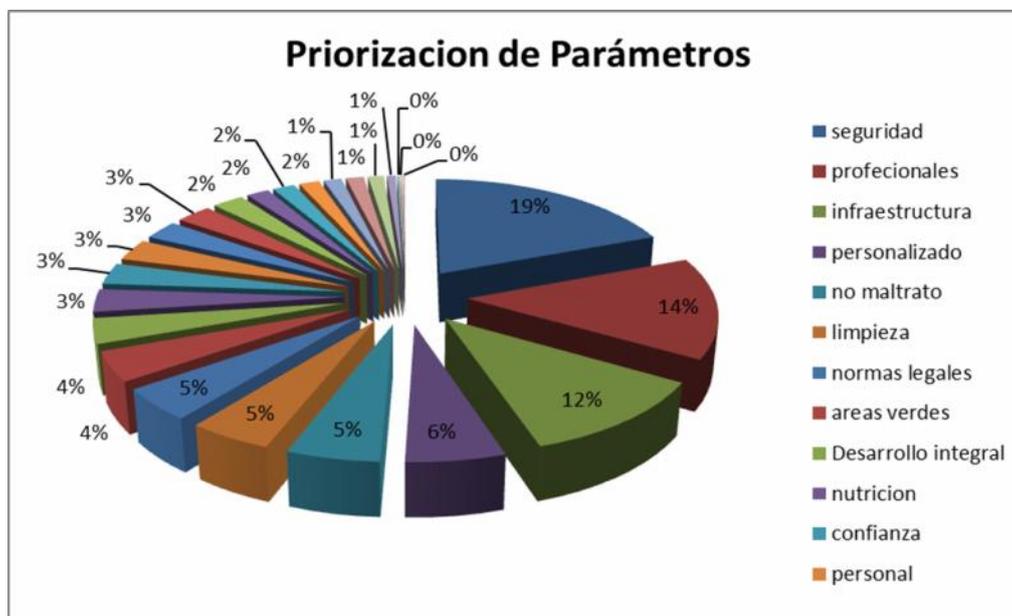
¿Qué busca en un centro de desarrollo infantil?

**Tabla 29. Calificación de Parámetros**

Parámetro solicitado	Puntuación Según frecuencia	% Pareto
<b>Seguridad</b>	113	19,12%
<b>Profesionales</b>	85	14,38%
<b>Infraestructura</b>	68	11,51%
<b>Personalizado</b>	33	5,58%
<b>No maltrato</b>	31	5,25%
<b>Limpieza</b>	28	4,74%
<b>Normas legales</b>	27	4,57%
<b>Áreas verdes</b>	25	4,23%
<b>Desarrollo integral</b>	21	3,55%
<b>Nutrición</b>	19	3,21%
<b>Confianza</b>	18	3,05%
<b>Personal</b>	18	3,05%
<b>Ambiente</b>	16	2,71%
<b>Inglés</b>	16	2,71%
<b>Talleres</b>	14	2,37%
<b>Buen trato</b>	10	1,69%
<b>Buena atención</b>	10	1,69%
<b>Deportes</b>	9	1,52%
<b>Responsabilidad</b>	8	1,35%
<b>Transporte</b>	8	1,35%
<b>Amor</b>	7	1,18%
<b>Alimentación</b>	4	0,68%
<b>Buen trato a niños</b>	1	0,17%
<b>Integridad</b>	1	0,17%
<b>Respeto</b>	1	0,17%

Elaborado: Víctor H. Coloma

Gráfico 22. Calificación de Parámetros



Elaborado: Víctor Coloma

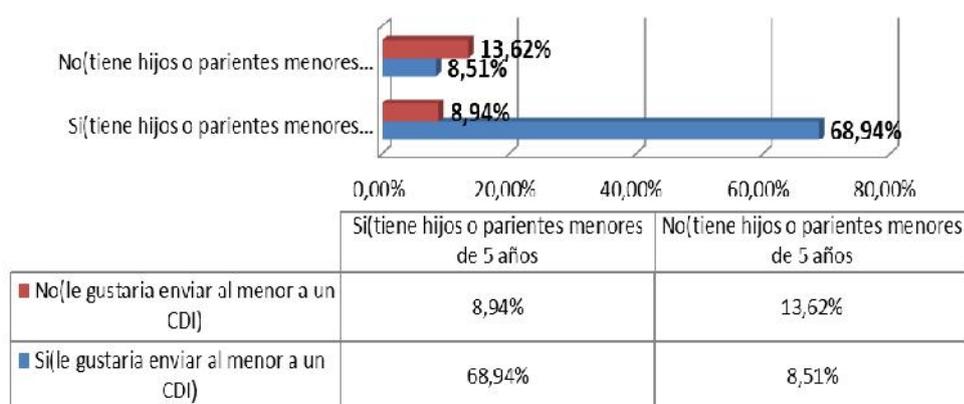
**Análisis:** De los resultados obtenidos sobre el análisis de esta pregunta se logra determinar cuáles son los principales parámetros que el mercado espera para que cumpla un Centro de Desarrollo Infantil los cuales son:

Seguridad, Profesionales, Infraestructura, Educación personalizada, No maltrato, Limpieza, Normativa legal, Áreas verdes, Desarrollo integral, Nutrición, Confianza.

## Análisis bivariado

**Gráfico 23. Análisis Bivariado**

### Cruce; tiene hijos menores a 5 años/Le gustaría enviar a su hijo a un CDI



Elaborado: Víctor Coloma

**Análisis:** Como se puede observar la composición de la muestra nos da como resultado que el 68.94% de los encuestados que tiene hijos o parientes menores de 5 años a quienes les gustaría enviar a los menos a un centro de desarrollo infantil, éste mercado se convierte en el mercado potencial para el proyecto, mientras que el 8,9% no le gustaría utilizar estos servicios.

**Comparativo:** Se analiza que las persona invierten en a la educación de sus hijos desde temprana edad ya que cuentan con la capacidad adquisitiva para hacerlo y es un beneficio para los infantes.

### Chi cuadrado

Se relaciona las siguientes variables, tiene niños o familiares menores a 4 años, le gustaría contar con nutricionista, le gustaría contar con educación integral personalizada.

**Tabla 30. Relación de variables 1**

	Cuántos niños menores a 4 años	Nutricionista	Educación integral
Chi-cuadrado	73,876 <sup>a</sup>	155,238 <sup>b</sup>	200,379 <sup>b</sup>
Gl	2	1	1
Sig. asintót.	0	0	0

Elaborado: Víctor H. Coloma

"a. 0 casillas (0,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 48,3.

b. 0 casillas (0,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 117,5.

**Conclusión:** En las tres variables de estudio, el cálculo de nivel de significancia es 0, determinando con esto que se encuentra en el nivel de aceptación, por consiguiente el proyecto es viable.

Se relaciona las siguientes variables, le gustaría dejar a su hijo o familiar en un CDI, cuánto paga por el servicio, en que barrio vive.

**Tabla 31. Relación de variables 2**

	Le gustaría dejar a su Hijo en un CDI	Cuánto paga por el servicio	En que barrio vive
Chi-cuadrado	70,813 <sup>a</sup>	85,045 <sup>b</sup>	739,426 <sup>c</sup>
gl	1	1	9
Sig. asintót.	0	0	0

Elaborado: Víctor H. Coloma

- a. 0 casillas (0,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 117,5
- b. 0 casillas (0,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 44,5.
- c. 0 casillas (0,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 23,5.

**Conclusión:** En las tres variables de estudio, el cálculo de nivel de significancia es 0, determinando con esto que se encuentra en el nivel de aceptación, por consiguiente el proyecto es viable.

### **3.5. Análisis de la demanda**

#### **3.5.1. Necesidades de los clientes.**

Después de realizar la tabulación de los datos de fuentes primarias en este caso las necesidades de los clientes potenciales se encuentra alrededor de características específicas existentes en un centro de desarrollo infantil como son:

- La seguridad: una manifestación generalizada es la preocupación de los padres por la seguridad de sus hijos, ya que buscan un centro de desarrollo que les garantice las condiciones necesarias para que este parámetro se cumpla.
- Profesionalismo: consiste en la contratación de a más de personal capacitado, personal con las aptitudes y competencias desarrolladas en la vida laboral que les permita brindar un trato amable y con disciplina a los educandos de CDI.
- Educación personalizada: los clientes potenciales buscan además que los CDI les brinden la tranquilidad de que sus hijos están recibiendo la atención y el tiempo necesarios para su desarrollo.
- Que no exista ninguna clase de maltrato: esta es una preocupación que todo padre de familia tiene al momento de dejar a sus hijos al cuidado de cualquier extraño, por otra hay que tomar en cuenta que un padre de familia no tolerará el maltrato.

- Cumplimiento de normas legales.
- Infraestructura: tanto para el esparcimiento como una infraestructura que permita brindarles a los niños una adecuada nutrición, en este contexto es necesaria la existencia de una cocina y de un comedor para los niños.

### 3.5.2. Cuantificación y proyección de la demanda.

Para realizar los cálculos de cuantificación de la demanda se relacionaran las variables obtenidas en el la investigación de mercados así como las variables obtenidas de forma secundaria, de la siguiente manera:

- La población objetivo que como se había determinado es de 7040 personas que son cabezas de familia. (a)
- El porcentaje de personas sobre la población objetivo que tienen hijos menores de 5 años y les gustaría enviar a su hijo a un centro de desarrollo infantil (b)
- La cantidad de niños que asisten actualmente a CDI, y educación inicial 867 (INEC; CSE;2011) (C)

Al relacionar estas variables.

$$(a) * (b) - (c) = 7040 * 68.94\% - 867 = 761.36 \cong 762$$

Tomando en cuenta el factor de proyección la tasa de crecimiento de la ciudad de Quito 2.22%(INEC;CPV;2010) se puede proyectar la cantidad de niños menores de 5 años cuyos padres se encuentran dispuestos a enviarlos a un CDI.

**Tabla 32. Tasa de crecimiento**

<b>Año</b>	<b>Número potencial de niños</b>
2012	1629
2013	1991
2015	2433
2016	2973
2017	4439
2018	5424
2019	6629
2020	8100
2021	9898
2022	12096

Elaborado: Víctor Coloma

### 3.5.3. Cuantificación y proyección de la oferta

#### 3.5.3.1 Participaciones en el mercado.

La participación en el mercado está estimada por la cantidad de niños que un establecimiento tiene matriculados en función del total de niños matriculados que existen a nivel de la zona analizada es decir La Magdalena.

**Tabla 33. Mercado actual 2012**

CDI	% Mercado 2012	N.- Niños	Capacidad Instalada	% capacidad instalada usada
Burbujitas	9,10	80	115	69,57
Caritas	10,20	90	140	64,29
Centro Municipal	1,10	10	65	15,38
Hermano Miguel	42	372	520	71,29
La Magdalena	10,20	90	140	64,29
Ludoteca	10,20	90	180	50
Mundo de Mozart	4,5	40	80	50
Pequeños Tesoros	5,7	50	95	52,63
Quipus Sañay	5,7	50	100	50
Sembrando Semilla	5,7	50	100	50
	1,10	10	52	19,23

Elaborado: Víctor H. Coloma

**Tabla 34. Mercado 2007**

CDI	% Mercado 2007	N.- Niños	Capacidad Instalada	% capacidad instalada usada
Burbujitas	10,40	49	80	77,11
Caritas	11,70	55	100	70,98
Hermano Miguel	48,10	224	400	78,29
La Magdalena	11,70	55	100	70,98
Ludoteca	11,70	55	90	55,77
Quipus Sañay	6,50	30	100	54,22

Elaborado: Víctor Coloma

Para la determinación de la tasa de crecimiento de la oferta se estimara en función del crecimiento de la capacidad instalada y el crecimiento de la capacidad instala ocupada.

$$g = \sqrt[n]{\frac{M}{C}} - 1$$

Tasa de crecimiento de la capacidad instalada.

$$g = \sqrt[5]{\frac{1487}{870}} - 1 = 11.32\%$$

Tasa de ocupación de la capacidad instalada

$$g = \sqrt[5]{\frac{882}{467}} - 1 = 13.56\%$$

**Tabla 35. Proyección de la demanda.**

Año	Capacidad instalada	Uso de la capacidad instalada
2012	1487	882
2013	1655	1002
2014	1843	1137
2015	2051	1292
2016	2830	1467
2017	2542	1666
2018	2830	1892
2019	3150	2148
2020	3507	2439

Elaborado: Víctor Coloma

#### **3.5.4. Proyección de la demanda insatisfecha.**

La demanda insatisfecha se entiende como el número de niños que no pueden ser atendidos tanto la oferta existente.

**Tabla 36. Proyección de la demanda insatisfecha**

<b>Año</b>	<b>Capacidad Instalada</b>	<b>Uso de la capacidad instalada</b>	<b>Demanda Proyectada</b>	<b>Demanda Insatisfecha proyectada</b>
2012	1487	882	1629	747
2013	1655	1002	1991	989
2014	1843	1137	2433	1295
2015	2051	1292	2973	1295
2016	2284	1467	3633	2166
2017	2542	1666	4439	2773
2018	2830	1892	5424	3533
2019	3150	2148	6629	4481
2020	3507	2439	8100	5661

Elaborado: Víctor Coloma

## **CAPITULO IV**

### **ESTUDIO TECNICO**

El estudio técnico conforma una parte importante de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requerida. (BACA Gabriel, "Evaluación de Proyectos", Mac Graw Hill, 3ª edición, México, Pág 339.)

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.

En particular, los objetivos del estudio técnico para el presente proyecto son los siguientes (Idem 1)

- Enunciar las características con que cuenta la zona de influencia donde se ubicará el proyecto.
- Definir el tamaño y capacidad del proyecto.
- Enunciar Los recursos, equipos y su distribución en las instalaciones.

#### **4.1 Localización del proyecto**

Es importante conocer las características del lugar y las personas que conforman el sector en el cual se va a implementar este negocio, las empresas que brindan el mismo servicio e identificar el segmento de mercado.

Este estudio y análisis es de utilidad para para determinar el éxito o fracaso de un negocio, la decisión sobre en dónde ubicar este proyecto no solo considerará criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros. Por lo tanto el objetivo más importante, independientemente de la ubicación misma, es el de elegir aquel que conduzca a la maximización de la rentabilidad del proyecto entre las alternativas que se consideren factibles, este estudio se divide en dos partes: Macrolocalización y Microlocalización,

## 4.2 Macro localización.

Es la zona geográfica o según donde se encuentra ubicado el negocio, para el presente caso es de la siguiente manera:

**Gráfico 24. Macro Localización**



Provincia: Pichincha , Ciudad: Quito, Cantón: Quito (<http://maps.google.es/>)

## 4.3 Concentraciones de Clientes y Tendencias

Las mujeres en Ecuador registran un ingreso promedio de 257,75 dólares mensuales frente a los 386,1 dólares de los hombres, es decir, 129,35 dólares menos, según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Del total de mujeres con empleo, el 8% son jefes de hogar, el 40,47% de ellas trabaja por cuenta propia, siendo el sector del comercio el que registra mayor número de mujeres empleadas con el 27,1%.

Este estudio también refleja que el 24,2% de las mujeres que son jefas de hogar se encuentran en el quintil 5 (sector de la población con mayores ingresos), mientras el 15,6% se encuentra en el quintil 1 (sector de la población con menores ingresos).

El 32,6% de las mujeres está casada, el 39% solteras, el 15,4% en unión libre y el 1,8% se encuentran divorciadas. ([www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec))

### **Actitudes de la Localidad Hacia Nuevas Ubicaciones de Instalaciones**

No se puede citar ninguna actitud negativa frente a la ubicación, no existe ninguna resistencia en la ubicación de este negocio ya que no en un negocio industrial y pueda atentar en contra la salud de la población, la creación de nuevas empresas aporta al desarrollo de un país.

### **Disponibilidad del Sistema de Transporte**

La ciudad de Quito cuenta con servicio de transporte tanto rural como urbano, lo cual garantiza la logística tanto dentro como fuera de la ciudad, en cuanto al costo de transporte se encuentra establecido en base a decreto gubernamental.

#### 4.4 Micro localización.

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para la instalación de este proyecto el cual permitirá cumplir con los objetivos planteados es decir rentabilidad o productividad al mínimo costo unitario.

La plaza en la que se ubicará este negocio se encuentra en el sur de la ciudad de Quito, al sur de la loma del Panecillo en la parroquia La Magdalena.

Esta parroquia se encuentra conformada por Seis colegios Centros médicos: Centro de Salud Número 5, Áreas Verdes: 2 parques, Parque Central y Parque conocido como de la Luna, 4 barrios en la Parroquia La Magdalena, Barrio 5 de Junio, Urbanización La Barahona, Barrio San José de La Magdalena y La Magdalena.

**Gráfico 25. Micro Localización**



El negocio se encontrará en las calles De los libertadores y S/N.

- Las instalaciones cuentan con la infraestructura y servicios básicos agua potable, electricidad, pavimentación, alcantarillado, teléfono.
- Uno de los aspectos que podría causar un impacto favorable al proyecto es que el lugar en donde se encuentra el Centro de Desarrollo se encuentra frente al Colegio Paulo VI y a pocos metros de una de la avenida más importante de la zona.

#### **4.5 Descripción de la zona**

La Magdalena es una parroquia urbana en el norte del sur de la ciudad de Quito, en Ecuador, nombrada así por María Magdalena. La parroquia se encuentra al sur de la loma de El Panecillo.

Cuenta con una Población: de 30288 personas

Planteles: Seis colegios

Centros médicos: Centro de Salud Número 5

Áreas Verdes: 2 parques, Parque Central y Parque conocido como de la Luna.

Actualmente se encuentran ubicados 4 barrios en la Parroquia La Magdalena: Barrio 5 de Junio, Urbanización La Barahona, Barrio San José de La Magdalena y La Magdalena.

## **4.6 Ingeniería del proyecto**

### **4.6.1 Edificio e infraestructura**

Las características de las instalaciones deberán permitir un servicio de primera calidad, que cumpla con los requerimientos legales, especificaciones técnicas y cumpla las necesidades de los infantes los cuales son los principales clientes.

Este proyecto tendrá una capacidad instalada para atender a 45 niños, se detalla a continuación las dimensiones de cada una de las áreas que en conjunto permitan la operación más económica y eficiente aprovechando de la mejor manera posible los espacios y recursos de que se dispone, manteniendo a su vez las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para quienes hagan uso de esta.

#### 4.6.2. Distribución de las instalaciones

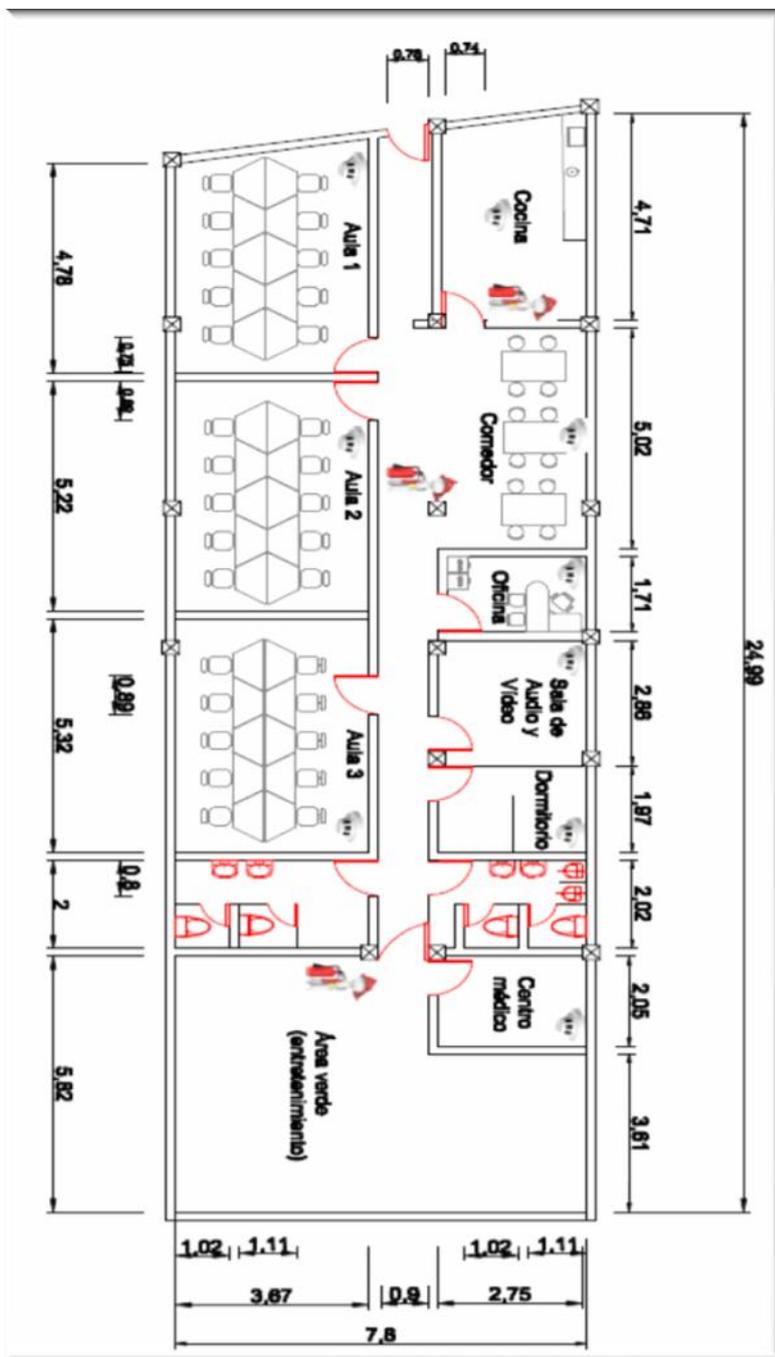
**Tabla 37. Distribución de instalaciones**

Nombre de letra	Área	Superficie
1	Aula 1	17,54
2	Aula 2	19,16
3	Aula 3	19,52
4	Dormitorio	5,42
5	Sala de Audio y Video	7,87
6	Oficina	7,87
7	Comedor	13,81
8	Cocina	12,96
9	Centro Médico	5,64
10	Baño 1	5,56
11	Baño 2	5,56
12	Área Verde	35,57
	Total	156,48

Elaborado: Víctor H. Coloma

4.6.3 Plano

Gráfico 26. Plano



Elaborado: Víctor H. Coloma

## **4.7. Ingeniería del producto (servicio)**

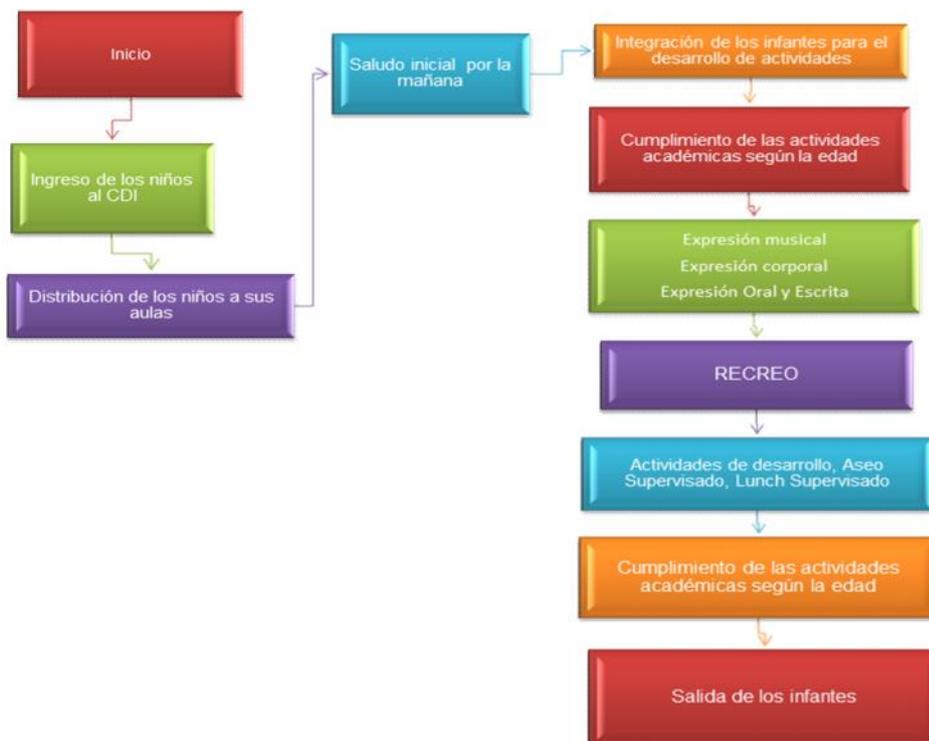
La descripción de las actividades que serán parte del día a día de los infantes en el Centro de Desarrollo Infantil.

### **4.7.1. Descripción del servicio**

Este CDI busca satisfacer las necesidades del niño de hoy en horarios de medio y tiempo completo comprendido entre las edades de un año a cuatro años siete meses, tomando en cuenta el ambiente en el cual crecen los infantes, este centro contribuirá al desarrollo y protección integral cumpliendo con las leyes establecidas por el código de menores.

4.7.2. Proceso operativo

Gráfico 27. Proceso Operativo



Elaborado: Víctor H. Coloma

4.7.3 PROCESO DE MATRICULACION

Gráfico 28. Proceso de Matriculación



Elaborado: Víctor H. Coloma

#### **4.8. Clasificación estudiantil**

Se organizará tres grupos de educación.

- Nursery (1 año 6 meses- 2 años 5 meses)
- Educación inicial (2 años 6 meses – 3 años 5 meses)
- Pre-básica (3 años 6 meses – 4 años)

Las actividades estarán enfocadas al desarrollo de las destrezas y habilidades del infante de acuerdo a su edad, estarán dirigidas y supervisadas por el personal docente, estas actividades corresponderán a las características evolutivas de los infantes posibilitando su desarrollo integral es decir motricidad, lenguaje, socialización etc.

Se realizará actividades como:

- Saludo inicial por la mañana acompañada de música.
- Ejercicios físicos.
- Actividades de desarrollo mental como lógico matemáticas.
- Expresión oral y escrita con el desarrollo del vocabulario, funciones del lenguaje, desarrollo de habilidades psicomotrices.

Las actividades de desarrollo serán enfocadas a potencializar las normas de relación de convivencia, orden, aseo.

Estamos en la obligación de realizar un programa pedagógico en el cual desarrollaremos la capacidad de imaginación y creación de los niños, conseguir una mejor comunicación y expresión, desarrollo de la capacidad de escuchar, atender y observar.

Para la estimulación de los infantes se requerirán los siguientes implementos tomado en consideración cada etapa.

#### **Juguetes para niños de 12 a 18 meses**

Entre el año y el año y medio, un niño ya ha aprendido a caminar y adquirió cierta habilidad manual. Le gusta experimentar con objetos que desafían su capacidad de manipulación. También disfrutará de escuchar cuentos apropiados para su edad.

**Libros:** Son ideales los que permiten explorar texturas diferenciadas con colores brillantes.

**Cajas y otros juguetes musicales:** Resultan atractivos por la posibilidad de ejecutar el sonido a voluntad.

**Rompecabezas:** De encastre, figuras simples y pocas piezas.

**Materiales para colorear:** La motricidad fina ya ha evolucionado lo suficiente como para que el bebé se interese por las actividades grafoplásticas.

**Encastre tridimensional:** Los juguetes para encajar, armar y apilar, despiertan el interés por las seriaciones y la visualización espacial. En este estilo encontramos anillos, cubos, etc.

**Juguetes para empujar y arrastrar:** Con cuerdas para tirar o manijas rígidas para empujar resultan motivadores para un niño que aprende a caminar. Los carritos para cargar y descargar también resultan atractivos.

### **Juguetes para niños de 18 meses a 2 años**

Hasta aproximadamente los dos años, al niño no le gusta compartir sus juguetes, es un período de juego en paralelo en el cual el niño juega en compañía de otro, pero atendiendo su propio universo lúdico, un niño de esta edad, generalmente, pasará mucho tiempo jugando solo con juguetes que pueda manipular por sí mismo y tendrán particular interés por los juegos que le permitan imitar a los adultos.

**Muñecos:** Sobre todo aquellos a los que se les pueda cambiar la ropa, resultan muy atractivos.

**Juguetes para martillar:** Estimular la coordinación y además permiten descargar energías.

**Juguetes para clasificar o enhebrar:** Estimulan el desarrollo de la motricidad fina y ejercitan el desarrollo intelectual.

**Música:** Las canciones infantiles despiertan un interés diferente a esta edad. Los instrumentos musicales de percusión, como panderetas y xilófonos son una interesante propuesta.

**Material para modelar:** Los materiales maleables como la masa, abren muchas posibilidades para la expresión creativa.

**Juguetes con ruedas o arrastre:** Para ser trasladados en distintos terrenos, dentro y fuera de la casa, estimularan al niño a expandir la exploración del entorno.

**Teléfonos de juguete:** Habilitan la ejercitación del lenguaje y la conversación.

### **Juguetes para niños de 2 y 3 años y medio**

A medida que aumenta la independencia del niño y el control del lenguaje, comienza a dominar nuevas destrezas. Aun demanda mucha supervisión ya que carece de sentido del peligro. Armar, desarmar y construir como todo lo que ponga a prueba su habilidad, será muy estimulante en esta etapa.

**Materiales para actividad plástica:** Tempera, acuarelas y tijeras para niños, la motricidad fina ya se ha desarrollado como para utilizar materiales más variados y complejos de manipular.

**Juguetes para construir:** Estos estimularán la inteligencia espacial del niño y lo mantendrán entretenido durante horas.

**Disfraces y herramientas:** Los disfraces estimulan la imaginación y los juegos de roles, tan importantes para la maduración social, entran en esta categoría los juguetes imitación de herramientas y electrodomésticos, que permiten imitar la actividad de los adultos.

**Rompecabezas grandes:** Los juegos que ponen a prueba el ingenio, cuando son adecuados al nivel del desarrollo, resultan muy atractivos.

### **Juguetes para niños de 3 años y medio a 5 años**

En esta etapa se inicia el juego en compañía de otros niños. La curiosidad aumenta, lo que lo lleva a hacer constantes preguntas. También estará interesado en probar sus habilidades físicas. También podrá ocuparse solo en alguna actividad por un tiempo bastante prolongado.

**Disfraces:** En plena etapa de juegos de roles y dramatización, los niños apreciarán diferentes tipos de disfraces y especialmente las niñas, los de hadas y princesas.

**Elementos para la construcción y modelos en escala:** Autos, aviones, o otros vehículos para construir o para jugar, ya pueden tener piezas más pequeñas sin riesgos para el niño.

**Pizarrones magnéticos o de felpa con abrojo:** Ideales para estimular la lectoescritura cuando tiene letras y números.

**Juguetes deportivos:** El niño comienza a interesarse en el juego competitivo, a la vez que se estimulará la coordinación y la motricidad.

**Libros:** Historias más complejas, troquelados, para completar, que respondan a las preguntas que empiezan a formular, relacionados con la aritmética, resultan atractivos y estimulantes.

**Lupa y binoculares:** Ayudan a explorar el entorno y a satisfacer la enorme curiosidad de la etapa. ([www.kinderperu.com](http://www.kinderperu.com))

#### **4.9. ALIMENTACION**

Este Centro de Desarrollo Infantil está en la obligación de mantener un componente de Seguridad Alimentaria Nutricional (SAN) encaminadas a garantizar la disponibilidad, el acceso a la preparación y el consumo adecuado de alimentos saludables para los niños.

Se contará principalmente con prácticas de higiene, conservación e identificación de alimentos de calidad y su correcta preparación, de esta manera se asegurará que los infantes que requieren de este servicio cuenten con alimentos nutritivos e inocuos.

Para llevar un mayor control y mejorar la calidad de los alimentos se realizará conjuntamente con el médico acciones de evaluación y análisis de los mismos así como también un monitoreo semanal de los alimentos que se ofrecerán y de la misma manera un control de los alimentos que los padres envían a sus niños.

Se realizará una guía técnica y operativa considerando las necesidades nutricionales, habilidades de alimentación de los niños y niñas en sus diferentes etapas de desarrollo y considerando las realidades culturales locales.

Las guías de Diseño y Planificación de Menús e Higiene y Manipulación de Alimentos, contienen un lenguaje práctico y sencillo, que garantiza la comprensión de sus usuarias y el cumplimiento de sus objetivos.

#### **4.10. POLITICAS**

Como lo mencionamos anteriormente, este centro estará organizado con tres clases de clientes.

Los niños ingresarán desde las 8H00 a.m. hasta las 8H30, su horario de salida es desde las 12H15 hasta las 14H00.

Si el contrato establecido es de tiempo completo, el horario de salida será hasta las 17H30, esto dependerá de la disposición de los padres de familia y el acuerdo con el centro infantil.

Todos los niños comprendidos en edades de 2 años 6 meses hasta los 4 años deberá tener su uniforme de educación física y traerlo puesto los días miércoles y viernes.

Todo niño desde 1 año 6 meses hasta los 4 años, debe tener su mandil azul y traerlo puesto todos los días de lunes a viernes.

Cada niño/a debe traer su toalla pequeña, jabón y cepillo de dientes

## **CAPITULO V**

### **ESTRATEGIAS DE MERCADO**

La estrategia empresarial es el conjunto de acciones que llevará al Centro de Desarrollo Infantil a llegar a la misión y visión. Según Michael Porter, es lo que hará a una organización diferente, brindando una ventaja competitiva que permita a la empresa prosperar y lograr una rentabilidad superior.

La estrategia empresarial es la búsqueda del camino o los caminos a seguir para orientar a la empresa al proceso de desarrollo, de esta manera se lograrán los objetivos estratégicos propuestos.

Se considerará que las estrategias deben de tener las siguientes características:

- Deberán de generar ventaja sobre la competencia.
- Se deben de elaborar antes que se realice las acciones.
- Se las debe desarrollar de manera consciente.
- Se busca un propósito determinado, aunque no siempre estén por escrito.

## 5.1. CLASIFICACION DE LAS ESTRATEGIAS

Las estrategias se clasifican según los siguientes criterios.

### 5.1.1 Estrategias de crecimiento

**Tabla 38. Estrategias de crecimiento**

Estrategias de Crecimiento (C)		Nomenclatura	Número
Intensivo	Penetración	C 1	1
	Desarrollo de mercados	C 2	2
	Desarrollo de productos	C 3	3
Integrado	Integración hacia arriba	C 4	4
	Integración hacia abajo	C 5	5
	Integración horizontal	C 6	6
Diversificado	Diversificación	C 7	7
	Concéntrica	C 8	8
	Diversificación pura	C 9	9

Elaborado: Víctor H. Coloma

**Intensivo****Penetración de Mercado.**

Buscan un crecimiento en ventas del producto o del servicio mediante la promoción, busca la fidelización de clientes fortuitos, tiene por objetivo mantener

el nivel de penetración en el mercado.

**Desarrollo de Mercados.**

Con la aplicación de esta estrategia se busca el ampliar el negocio buscando nuevos segmentos de mercado, vender más en nuevos mercado,

Se aplica esta estrategia cuando la empresa tiene buen posicionamiento en el mercado, es decir su capacidad de producción tiene el capital y los recursos humanos para dirigir operaciones de mayor expansión.

**Desarrollo de productos.**

Con esta estrategia se busca aumentar las ventas a través del mejoramiento o la modificación de los servicios y productos actuales, se debe aplicar esta estrategia cuando la empresa cuenta con experiencia en el desarrollo de nuevos productos, cuenta con capacidad para la investigación y desarrollo y sus productos o servicios se encuentran en una etapa de madurez.

**Integrado****Integración hacia arriba.**

Se fundamenta en estabilizar y proteger la fuente y los costos del abastecimiento de importancia estratégica.

**Integración hacia abajo.**

Esta estrategia garantiza el control de las salidas de los productos a través de tiendas propias, asegura el control del canal de distribución

**Integración horizontal.**

Esta estrategia busca aumentar u obtener mayor control sobre la competencia, se requiere reforzar la posición competitiva absorbiendo y controlando al competidor.

**Diversificado****Diversificación concéntrica.**

Se aplica esta estrategia cuando la empresa utiliza la misma tecnología para desarrollar de otros productos o la prestación de servicios aplicando los mismos procesos y utilizando su misma tecnología o comercialización.

**Diversificación Pura.**

Se desarrolla esta estrategia cuando la empresa entra en actividades nuevas sin relación con otras actividades tradicionales, buscando actualizar procesos.

### 5.1.2. Estrategias básicas

**Tabla 39. Estrategias básicas**

Estrategias básicas (B)	Nomenclatura	Número
Liderazgo de costos	B 1	9
Diferenciación	B 2	10
Concentración	B 3	11

Elaborado: Víctor H. Coloma

#### **Liderazgo de costos**

Este tipo de estrategias se refiere al manejo de costos bajos de producción en la empresa, dando de esta manera ventajas frente a la competencia, hay que tomar en cuenta que se encuentra ligada a la experiencia.

Se recomienda la aplicación de esta estrategia en empresas de industria manufacturera, empresas que manejan economías de escala, empresas que cuentan con altos volúmenes de producción, empresas que cuentan con un control de costos y estabilidad económica.

**Diferenciación**

Esta estrategia busca dar cualidades distintivas, único frente al cliente buscando satisfacer sus necesidades los cuales sean percibidos por estos como importantes.

Con la aplicación de estas estrategias se busca aumentar la fidelidad de los clientes la empresa con la comercialización de productos únicos los cuales no presenta la competencia fidelizando a los clientes actuales y siendo atractivo para clientes potenciales.

**Especialización.**

Para realizar y definir las estrategias, es necesario identificar plenamente el nicho de mercado, sus requerimientos, necesidades y preferencias, definir claramente la calidad en el servicio, rapidez en tiempo de respuesta.

### 5.1.3. Estrategias competitivas

**Tabla 40. Estrategias competitivas**

Estrategias de Crecimiento (CO)	Nomenclatura	Número
Estrategia del líder	CO 1	12
Estrategia del retador	CO 2	13
Estrategia del seguidor	CO 3	14
Estrategia del especialista	CO 4	15

Elaborado: Víctor H. Coloma

#### **Estrategias del líder.**

Con esta estrategia, la empresa líder adopta y permite tener una posición dominante dentro del mercado, dirige a las demás empresas en cambios de precios, introducciones de nuevos productos entre otras acciones.

#### **Estrategias de retador.**

Esta estrategia es directamente formulada y agresiva contra el líder y tiene por objetivo mejorar la participación de mercado quitándole clientes al líder del mercado, el mercado elige atacar directamente al líder y ser su retador o adoptar un comportamiento de seguidor alineándose con la empresa dominante.

### **Estrategias de seguidor.**

La estrategia del seguidor la adoptan las empresas que se han adaptado a su cuota reducida de mercado en muchas ocasiones adoptan las estrategias de la competencia.

### **Estrategias del especialista.**

Esta estrategia se especializa en el segmento de mercado a ser atacado, no compite directamente con el líder, se interesa en uno o varios segmentos y no en la totalidad del mercado.

#### **5.1.4. Estrategias de innovación y tecnología**

**Tabla 41. Estrategias de innovación y tecnología**

Estrategias de innovación y tecnología ( T )	Nomenclatura	Número
De Administración del conocimiento	T 1	16
De Planeación estratégica	T 2	17
De Calidad Total	T 3	18
Orientadas al cliente	T 4	19

Elaborado: Víctor H. Coloma

**Estrategias de Administración del conocimiento**

Involucra el desarrollo del capital humano, incremento de sus habilidades, destrezas, conocimientos con lo cual se da valor agregado a la empresa.

**Estrategias de Planeación Estratégica.**

Con la planeación estratégica la empresa tiene claramente delineado el camino hacia la meta, adonde quiere llegar, cuáles son sus objetivos , con lo cual logrará cumplir con su misión y visión.

**Estrategias de Calidad Total.**

Esto implica planeación y cambios permanentes en los procesos, capacitación del personal para mantenerlos actualizados y poder ofrecer al mercado excelentes productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes.

**Estrategias de Orientación al Cliente.**

Los productos y servicios que la empresa crea son para los clientes, por lo tanto deben ser orientados a satisfacer sus necesidades, es así que la empresa debe investigar el mercado para saber cuáles son sus gustos, preferencias, hábitos de consumo y elaborar productos acorde a sus exigencias.

Hay que indicar, que la empresa no solo se debe centrar en los clientes externos, sino también en los internos ya que la satisfacción de los mismos permite generar productos y servicios de calidad en el mercado.

**5.2. Cuadro de perfil estratégico****Estrategia de personal**

El objetivo de la Estrategia Personal es la construcción de sentido personal y profesional de los seres humanos, se deberá construir un clima organizacional óptimo con el fin de crear compromiso en los funcionarios de CDI

**Tabla 42. Estrategias aplicadas al personal**

Indicador	Meta	Calificador	Estrategia	Medición	Responsable
Servicio al cliente	100%	Evaluación de personal	Capacitación	Semestral	Director
Cumplimiento de objetivos	100%	Tabla de cumplimiento de objetivos	Plan de cumplimiento	Trimestral	Director

Elaborado: Víctor H. Coloma

### Estrategia de precio

El objetivo de las estrategias aplicadas al precio es contar con precios competitivos y atractivos en el mercado a ser atacado.

**Tabla 43. Estrategias aplicadas al precio**

Indicador	Meta	Calificador	Estrategia	Medición	Responsable
Fijación de precios	100%	Precio del servicio en el mercado	Fijar precios acorde al servicio diferenciado y el mercado a ser atacado	Anual	Directorio
Paquetes en el servicio	100%	Paquetes en los servicios a ser ofertados	Creación de paquetes de acuerdo a la necesidad	Anual	Directorio

Elaborado: Víctor H. Coloma

## Estrategia de promoción

El objetivo de las estrategias aplicadas a la promoción es el posicionamiento en el mercado.

**Tabla 44. Estrategias aplicadas a la promoción**

Indicador	Meta	Calificador	Estrategia	Medición	Responsable
Ferias de educación	100%	Incremento en la demanda	Fijar precios acorde al servicio diferenciado y el mercado a ser atacado	Anual	Directorio
Paquetes promocionales	100%	Descuento por la compra de paquetes	Creación de paquetes de acuerdo a la necesidad	Anual	Directorio

Elaborado: Víctor H. Coloma

## Estrategia de plaza y servicio

El objetivo de las estrategias aplicadas a la plaza y al servicio es el mejorar los servicios prestados.

**Tabla 45. Estrategias aplicadas a la plaza y servicio**

Indicador	Meta	Calificador	Estrategia	Medición	Responsable
Infraestructura	100%	Ubicación y distribución de las instalaciones	Cumplimiento con la normativa gubernamental	Anual	Directorio
Servicios adicionales	100%	Servicios complementarios	Alianzas estratégicas con servicios complementarios	Anual	Directorio
Numero servicios adicionales que les brinden al cliente un mayor disfrute del	100%	Servicios adicionales que cumplan las expectativas del cliente	Implementar tecnología para mejorar la calidad del servicio	Anual	Directorio y director

Elaborado: Víctor H. Coloma

## **CAPITULO VI**

### **LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN**

#### **6.0 BASE LEGAL**

##### **6.1 BASE REGLAMENTARIA Y ADMINISTRATIVA**

Para la apertura de este Centro de Desarrollo infantil, deberá de cumplir con la normativa exigida por los organismos de control quienes precautelan la integridad de los infantes, y es el Ministerio de Inclusión Económica y Social, MIES, a través del Instituto de la Niñez y la Familia, INFA, quienes son los encargados de la normativa, autorización y legalización de todos los centros infantiles públicos y privados.

##### **6.2 MARCO LEGAL**

De acuerdo con el Reglamento vigente, aprobado mediante acuerdo ministerial No. 040-DG-INFA-2010 LOS CENTROS DE DESARROLLO INFANTIL se norman mediante Reglamento específico y en lo esencial determina que:

Todos los centros de desarrollo infantil deben obtener la autorización respectiva del Ministerio de Inclusión Económica y Social.

Los CDI son servicios prestados a través de unidades de atención para niños y niñas comprendidos entre los tres meses y cinco años de edad. Podrán atender en horarios de medio tiempo, tiempo parcial y tiempo completo de conformidad con la demanda existente.

El MIES – INFA resuelve que el permiso de funcionamiento de un Centro de Desarrollo Infantil tendrá ahora una vigencia de cuatro años, con evaluaciones periódicas por cada año de ejecución, se considerará la calidad del cuidado brindado a los niños y niñas, la nutrición, recreación, afecto entre otros.

En caso de presentarse anomalías o quejas sobre el servicio brindado, el MIES-INFA está facultado según la causa, a sancionar, amonestar, cerrar temporal o definitivamente un centro privado o público (Artículos del 42 al 46 de la Resolución Administrativa 040)

Los requisitos para obtener la autorización de funcionamiento de Centros de Desarrollo Infantil públicos y privados (atención de niños y niñas menores de 5 años).

- Solicitud escrita del propietario adjuntando copia de cédula de ciudadanía y certificado de votación, dirigida al Director de Atención Integral a la Niñez y Adolescencia (para Pichincha)
- Escritura pública de propiedad o contrato de arrendamiento del local en donde va a funcionar el Centro de Desarrollo Infantil, registrado este último, en un Juzgado de Inquilinato o Juzgado de los Civil.
- Plano del local en el que se determine la distribución del espacio físico, haciendo constar el área en metros cuadrados, hay que tomar en cuenta que debe existir la infraestructura y es necesario tener al menos 2 metros cuadrados por niño, también permiso de bomberos y certificado médico del personal otorgados por el IESS o un centro de salud.
- Plan de trabajo en base a los lineamientos y estándares mínimos establecidos por el MIES;
- Manual de Procedimiento Interno del Centro de Desarrollo Infantil, elaborado en base a los lineamientos del Ministerio, el mismo que será aprobado en el proceso.
- Nómina de personal que laborará en el Centro de Desarrollo Infantil, adjuntando el curriculum vitae con firma de responsabilidad que será documentadamente respaldado y verificado.
- Presupuesto e Inventario de mobiliario y material didáctico.

Con la presentación de esta documentación, las unidades competentes del Ministerio de Inclusión Económica y Social, en su jurisdicción, proceden al estudio respectivo, y a la inspección técnico jurídico para verificar las instalaciones, equipamiento, mobiliario y material didáctico del Centro de Desarrollo Infantil, de lo cual emitirán los correspondientes informes técnicos ([www.infa.gob.ec](http://www.infa.gob.ec))

### **6.3 Constitución de la empresa**

Una compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades, en un contrato se rige por las disposiciones de esta ley, por el código de comercio, por los convenios de las partes u por las disposiciones del código civil. ([www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec))

Existen 5 tipos de compañías.

- Compañía de nombre colectivo.
- Compañía en comandita simple.
- Compañía de responsabilidad limitada.
- Compañías anónimas.
- Compañías de economía mixta

El proyecto estará constituido como una empresa de responsabilidad limitada CIA.LTDA. Ya que cumple con las condiciones requeridas para serlo según la legislación del Ecuador, es decir, estará sujeta a la vigilancia y fiscalización de la Súper Intendencia de Compañías y para su funcionamiento requiere de un Capital no menor a \$400,00 dólares, y se la constituye entre tres o más personas.

La Compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportes individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “compañía limitada”, o su correspondiente abreviatura (Ley de Compañías 1.997, pagina 20)

### **Tipo de Empresa**

### **Sector**

Es una empresa destinada al cuidado y desarrollo integral de niños de uno a cuatro años de edad, ubicándose en el sector de la educación, en el sector de servicios la cual deberá cumplir con la normativa exigida por los organismos de control quienes precautelan la integridad de los infantes.

Plan de contingencia para gestión del Riesgo para Centros de Desarrollo Infantil Públicos y Privados.

Certificado médico otorgado por el IESS o un Centro de Salud Público de los Representantes del Centro de desarrollo y de todo el personal que labora en el mismo

Certificado de Permiso de funcionamiento emitido por el Cuerpo de Bomberos, el cual se actualizará cada año.

Hoja de Ponderación de la aplicación de Estándares de Calidad referente a infraestructura, equipamiento, material didáctico y menaje que debe ser parte del informe de viabilidad cumplirán funciones de carácter administrativo y velarán por el cumplimiento de los lineamientos, disposiciones y directrices establecidos por el INFA para el desarrollo integral de la niñez.

Mantendrán una corresponsabilidad con el efectivo y correcto desempeño de las actividades desarrolladas en el Centro de Desarrollo Infantil

En el Distrito Metropolitano de Quito, para abrir un Centro de Desarrollo Infantil se debe respetar la distancia de 400 metros con otros Centros de Desarrollo Infantiles, disposición que consta en Ordenanza Municipal.

El trámite aproximadamente es de 30 días, si se cumple con todos los requisitos. ([www.mies.gob.ec](http://www.mies.gob.ec))

## 6.4. Razón Social, Logotipo y Slogan

### 6.4.1. Razón Social

El nombre del Centro de Desarrollo Infantil debe ser de fácil pronunciación y familiaridad con los infantes.

#### CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL MUNDO DE COLORES

### 6.4.2. Logotipo y Slogan

#### Gráfico 29. Logotipo



## **6.5 Base filosófica de la empresa**

### **5.5.1. Visión**

Ser una institución educativa sólida, líder en la prestación de servicios de educación, la cual contribuirá al desarrollo integral de los infantes en sus primeros años de vida.

### **6.5.2. Misión:**

Ser un Centro de Desarrollo Infantil sólido, que genere credibilidad y fidelidad en sus clientes promoviendo el desarrollo integral de la comunidad conjuntamente con un equipo comprometido en todas sus actividades.

## **6.6. PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS**

Los valores corporativos detallados serán los únicos que enmarcarán todas las actividades a realizarse en esta organización, serán comprendidos por todos los miembros de la organización llegando a tener un sentido de pertenencia de los mismos.

### **6.6.1. Clientes y Servicio**

- Difundir confianza y seguridad en los clientes mediante la ética y profesionalismo en todas las actividades a realizarse.
- Compromiso con la empresa y los clientes con un servicio de calidad.
- Respeto y cordialidad.

### **6.6.2. Trabajo y Desarrollo Integral**

- Confianza entre los miembros de la organización.
- Comunicación Interna asertiva y rápida.
- Crear un óptimo ambiente organizacional mediante el respeto en todos los niveles jerárquicos.
- Trabajo en equipo.

### **6.6.3. Resultados**

- Capacitación y desarrollo del personal.
- Planes de compensación mediante los resultados.
- Motivación económica como no económica del personal.

## **6.7 OBJETIVOS CORPORATIVOS**

Son aquellos que indican el fin de una organización, que es lo que quiere lograr en un tiempo determinado, dan el norte de a dónde dirigir los recursos y esfuerzos, determinar las directrices de la empresa.

- Crear un clima laboral satisfactorio.
- Estabilidad laboral, crecimiento integral del personal.
- Posicionar a la empresa en la mente del consumidor como una empresa seria y responsable de sus seres más importantes.

## **6.8. POLITICAS**

- Realizar una inducción sobre el servicio y las instalaciones a los padres o representantes de los infantes.
- Establecer resultados medibles y cuantificables del progreso de los niños.
- Establecer un programa de aprendizaje óptimo.
- Explicar permanentemente el avance integral de los niños en cada una de sus etapas.
- Control permanente del trato que reciben los infantes en sus casas y reportar a las autoridades pertinentes cualquier novedad.

## **6.9. ESTRATEGIAS CORPORATIVAS**

- Capacitación y desarrollo del personal que se encuentra trabajando en la empresa.
- Contar con una Infraestructura de calidad la cual brinde seguridad integral a todos sus integrantes.
- Reuniones permanentes con los representantes de los infantes con el propósito de conocer sus comentarios relacionados con el servicio.
- Realizar actividades de integración familiar e institucional.

## **6.10. PRINCIPIOS Y VALORES**

- Respeto.
- Integridad.
- Calidad
- Perseverancia.
- Ética.
- Calidad de servicio.

## **6.11. PERSONAL REQUERIDO**

**Del personal.-** El Centro de Desarrollo Infantil, debe disponer del siguiente personal con los siguientes cargos y perfiles:

La estructura administrativa y técnica de los centros se establece jerárquicamente de la siguiente forma:

**Nivel Directivo:** Puede ser el propietario, Director o representante legal.

**Nivel Técnico:** Correspondiente a educadoras, auxiliares infantiles, médico pediatra, psicólogo educativo, terapistas y profesores especiales.

Nivel Administrativo y de servicios: auxiliares de limpieza, cocina, guardianía, conserjería.

**Perfil****Tabla 46. Perfiles**

<b>NOMBRE DE LA POSICIÓN</b>
Administrador
<b>A QUIEN REPORTA</b>
Directorio
<b>QUIÉNES LE REPORTAN</b>
Director, Personal Operativo
<b>LUGAR DONDE DESEMPEÑARÁ SUS FUNCIONES</b>
Quito
<b>HORARIO DE TRABAJO</b>
8H00 A 17H00

**RESPECTO A LAS FUNCIONES**

<b>DETALLE DE RESPONSABILIDADES</b>
Cumplirán funciones de carácter administrativo, control de personal, elaboración del presupuesto anual de la empresa, contacto con proveedores.

## RESPECTO A COMPETENCIAS

<b>ADMINISTRATIVAS</b>
Liderazgo
Trabajo en equipo
Buena comunicación
Orientación a resultados
Orientación al cliente interno/externo
<b>IDIOMAS/ NIVEL</b>
Inglés avanzado.

## RESPECTO AL CANDIDATO

<b>SEXO</b>	<b>EDAD</b>	<b>ESTADO CIVIL</b>
Indiferente	30 a 45 años	Indiferente
<b>NACIONALIDAD</b>		
Ecuatoriana		
<b>TÍTULO/ MAESTRÍAS/ ESPECIALIZACIONES</b>		
Ingeniero comercial, administrador de empresas o carreras afines.		
<b>TIEMPO DE EXPERIENCIA EN AÑOS/ SECTOR/ CARGO</b>		
3 años en posiciones similares.		

## PERFIL

<b>NOMBRE DE LA POSICIÓN</b>
Director
<b>A QUIEN REPORTA</b>
Administrador/Directorio
<b>QUIÉNES LE REPORTAN</b>
Personal Operativo
<b>LUGAR DONDE DESEMPEÑARÁ SUS FUNCIONES</b>
Quito
<b>HORARIO DE TRABAJO</b>
8H00 A 17H00

**RESPECTO A LAS FUNCIONES**

<b>DETALLE DE RESPONSABILIDADES</b>
Cumplirán funciones de carácter administrativo y velarán por el cumplimiento de los lineamientos, disposiciones y directrices establecidos por el INFA para el desarrollo integral de la niñez. Mantendrán una corresponsabilidad con el efectivo y correcto desempeño de las actividades desarrolladas en el Centro de Desarrollo Infantil.

## RESPECTO A COMPETENCIAS

ADMINISTRATIVAS
Liderazgo
Trabajo en equipo
Buena comunicación
Orientación a resultados
Orientación al cliente interno/externo
IDIOMAS/ NIVEL
Inglés avanzado.

## RESPECTO AL CANDIDATO

SEXO	EDAD	ESTADO CIVIL
Indiferente	30 a 45 años	Indiferente
NACIONALIDAD		
Ecuatoriana		
TÍTULO/ MAESTRÍAS/ ESPECIALIZACIONES		
Profesionales en ciencias de la educación con especializaciones en educación inicial, pedagogos, parvularios, psicólogos educativos, administradores educativos.		
TIEMPO DE EXPERIENCIA EN AÑOS/ SECTOR/ CARGO		
3 años en posiciones similares.		

**PERFIL**

<b>NOMBRE DE LA POSICIÓN</b>
Educadores
<b>A QUIEN REPORTA</b>
Director
<b>QUIÉNES LE REPORTAN</b>
No aplica
<b>LUGAR DONDE DESEMPEÑARÁ SUS FUNCIONES</b>
Quito
<b>HORARIO DE TRABAJO</b>
8H00 A 17H00

**RESPECTO A LAS FUNCIONES**

<b>DETALLE DE RESPONSABILIDADES</b>
<p>Cumplir con la planificación anual, mensual y diaria, llevar el registro de asistencia, elaboración y manejo de material didáctico, encargada de la educación, responsable de la seguridad de los infantes, cumplimiento de las actividades curriculares y extracurriculares.</p> <p>Apoyo total en las actividades que se desarrollan en el Centro de Desarrollo Infantil.</p>

## RESPECTO A LOS CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

ADMINISTRATIVAS
Liderazgo
Trabajo en equipo
Buena comunicación
Orientación a resultados
IDIOMAS/ NIVEL
Inglés avanzado.

## RESPECTO AL CANDIDATO

SEXO	EDAD	ESTADO CIVIL
Indiferente	25 a 35 años	Indiferente
NACIONALIDAD		
Ecuatoriana		
TÍTULO/ MAESTRÍAS/ ESPECIALIZACIONES		
Profesionales o egresados en ciencias de la educación con especializaciones en educación inicial, pedagogos, parvularios, psicólogos educativos, administradores educativos.		
TIEMPO DE EXPERIENCIA EN AÑOS/ SECTOR/ CARGO		
2 años en posiciones similares.		

## PERFIL

NOMBRE DE LA POSICIÓN
Médico
A QUIEN REPORTA
Administrador
QUIÉNES LE REPORTAN
No aplica
LUGAR DONDE DESEMPEÑARÁ SUS FUNCIONES
Quito
HORARIO DE TRABAJO
8H00 A 17H00

## RESPECTO A LAS FUNCIONES

DETALLE DE RESPONSABILIDADES
<p>Encargado de las fichas médicas de los infantes.</p> <p>Realizar el control general, charlas de nutrición a los padres.</p> <p>Planificación y control de vacunación, asistencia médica en casos de emergencia.</p>

## RESPECTO A COMPETENCIAS

ADMINISTRATIVAS
Liderazgo
Trabajo en equipo
Buena comunicación
Orientación a resultados
Orientación al cliente interno/externo
IDIOMAS/ NIVEL
Inglés avanzado.

## RESPECTO AL CANDIDATO

SEXO	EDAD	ESTADO CIVIL
Indiferente	30 a 45 años	Indiferente
NACIONALIDAD		
Ecuatoriana		
TÍTULO/ MAESTRÍAS/ ESPECIALIZACIONES		
Médico con especialidad en pediatría, medicina familiar o medicina general		
TIEMPO DE EXPERIENCIA EN AÑOS/ SECTOR/ CARGO		
3 años en posiciones similares.		

## PERFIL

<b>NOMBRE DE LA POSICIÓN</b>
Auxiliares parvularios
<b>A QUIEN REPORTA</b>
Director
<b>QUIÉNES LE REPORTAN</b>
No aplica
<b>LUGAR DONDE DESEMPEÑARÁ SUS FUNCIONES</b>
Quito
<b>HORARIO DE TRABAJO</b>
8H00 A 17H00

## RESPECTO A LAS FUNCIONES

<b>DETALLE DE RESPONSABILIDADES</b>
Brindará soporte a los educadores en las diferentes actividades que se realicen sean en ámbitos curriculares y extracurriculares

## RESPECTO A COMPETENCIAS

ADMINISTRATIVAS
Liderazgo
Trabajo en equipo
Buena comunicación
Orientación a resultados
Orientación al cliente interno/externo
IDIOMAS/ NIVEL
Inglés básico

## RESPECTO AL CANDIDATO

SEXO	EDAD	ESTADO CIVIL
Indiferente	25 a 30 años	Indiferente
NACIONALIDAD		
Ecuatoriana		
TÍTULO/ MAESTRÍAS/ ESPECIALIZACIONES		
Bachiller en ciencias de la educación con especializaciones en educación inicial, pedagogos, parvularios, psicólogos educativos, administradores educativos.		
TIEMPO DE EXPERIENCIA EN AÑOS/ SECTOR/ CARGO		
1 año en posiciones similares.		

## PERFIL

NOMBRE DE LA POSICIÓN
Auxiliar de cocina
A QUIEN REPORTA
Director
QUIÉNES LE REPORTAN
No aplica
LUGAR DONDE DESEMPEÑARÁ SUS FUNCIONES
Quito
HORARIO DE TRABAJO
8H00 A 17H00

## RESPECTO A LAS FUNCIONES

DETALLE DE RESPONSABILIDADES
Estará a cargo de la elaboración de alimentos para el personal de la empresa como de los infantes.
Control de fechas de caducidad y control de calidad de alimentos.

## RESPECTO A LOS CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

ADMINISTRATIVAS
Trabajo en equipo
Buena comunicación
Orientación a resultados
Orientación al cliente interno/externo
IDIOMAS/ NIVEL
Indiferente

## RESPECTO AL CANDIDATO

SEXO	EDAD	ESTADO CIVIL
Indiferente	30 a 35 años	Indiferente
NACIONALIDAD		
Ecuatoriana		
TÍTULO/ MAESTRÍAS/ ESPECIALIZACIONES		
Bachiller secundaria		
TIEMPO DE EXPERIENCIA EN AÑOS/ SECTOR/ CARGO		
1 año en posiciones similares.		

**PERFIL**

<b>NOMBRE DE LA POSICIÓN</b>
Auxiliar de servicios generales
<b>A QUIEN REPORTA</b>
Director
<b>QUIÉNES LE REPORTAN</b>
No aplica
<b>LUGAR DONDE DESEMPEÑARÁ SUS FUNCIONES</b>
Quito
<b>HORARIO DE TRABAJO</b>
8H00 A 17H00

**RESPECTO A LAS FUNCIONES**

<b>DETALLE DE RESPONSABILIDADES</b>
Estará a cargo de la limpieza del Centro de Desarrollo infantil. Control de material de limpieza, apoyo en trámites operativos de la empresa.

## RESPECTO A LOS CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS

ADMINISTRATIVAS
Trabajo en equipo
Buena comunicación
Orientación a resultados
Orientación al cliente interno/externo
IDIOMAS/ NIVEL
Indiferente

## RESPECTO AL CANDIDATO

SEXO	EDAD	ESTADO CIVIL
Indiferente	30 a 35 años	Indiferente
NACIONALIDAD		
Ecuatoriana		
TÍTULO/ MAESTRÍAS/ ESPECIALIZACIONES		
Bachiller secundaria		
TIEMPO DE EXPERIENCIA EN AÑOS/ SECTOR/ CARGO		
1 año en posiciones similares.		

Para brindar un servicio de calidad a los infantes se necesitará del siguiente recurso humano.

- Un Administrador
- Un Director
- Dos educadores
- Un auxiliar parvulario
- Médico
- Auxiliar de Cocina
- Auxiliar de servicios generales

En caso de que el centro de desarrollo infantil ofrezca servicios de computación, inglés, natación, u otros, se deberá justificar que dichas actividades están consideradas en el proyecto del CD1 para lo cual el personal encargado de estas actividades deberá tener un perfil acorde y experiencia específica soportada mediante documentación que lo acredite.

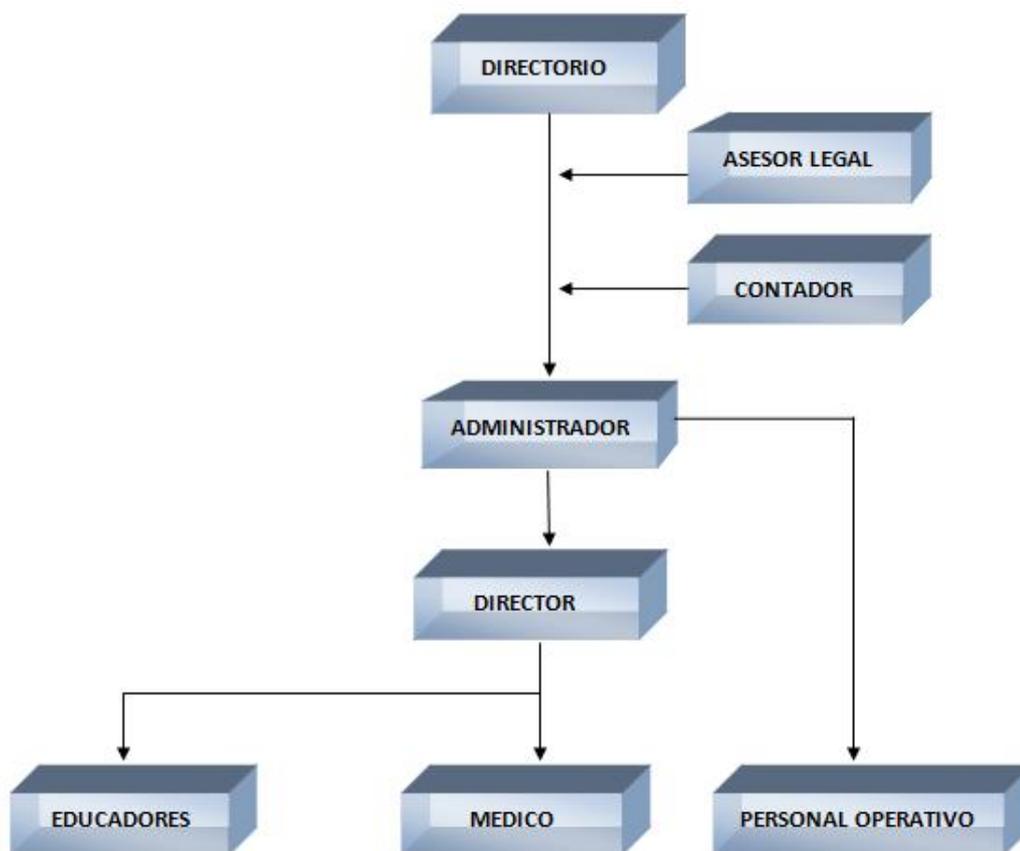
Al menos una de las personas que trabaja toda la jornada de atención, debe tener conocimientos de auxiliar de enfermería, primeros auxilios o similares, además deberá capacitarse en gestión de riesgos en los institutos especializados para el efecto como cruz roja o cuerpo de bomberos para lo cual presentará al INFA, el correspondiente certificado del curso realizado.

Las funciones y responsabilidades del personal, estarán establecidas en el manual de procedimiento interno del respectivo centro.

Médico o médica: Con especialidad en pediatría, medicina familiar o medicina general.

## 6.12 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Gráfico 30. Organigrama estructural



Elaborado: Víctor Hugo Coloma

## **CAPITULO VII**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

#### **7.1. Presupuestos.**

Para la puesta en marcha de un proyecto es necesarias las estimaciones necesarias concernientes a la inversión y para la operación, entiéndase la primera como el capital necesario para la implementación de activos, construcciones, equipos que pasarán a formar parte de los activos de la empresa, por otra parte con lo que respecta a la operación se entiende como los montos mínimos de inversión en capital de trabajo que permitan la sustentación inicial del proyecto hasta que este puede mantenerse por sí mismo.

##### **7.1.1. Presupuesto de inversión.**

El presupuesto para la inversión se encuentra dividido en los activos fijos y mobiliarios necesarios para la puesta en operación del proyecto, para lo cual se ha tomado como consideración la división de la siguiente manera:

- El monto necesario para las readecuaciones, que como se mencionó en los anteriores capítulos se cuenta con una propiedad, la cual es una vivienda pero que posee el potencial necesario tanto en infraestructura como en ubicación para la implementación de este proyecto.

**Tabla 47. Readecuación**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>Suma de P. total</b>
Readecuación de ambientes	1	\$ 15.000,00	15000
Total general			15000

Elaborado: Víctor H. Coloma

- Los muebles y enseres que se presentan a continuación son los que fueron determinados como necesarios según el estudio del capítulo técnico.

Tabla 48. Muebles y Enseres

<b>Muebles y Enseres</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>Suma de Precio total.</b>
Archivador tres gavetas	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Camas infantiles	5	\$ 80,00	\$ 400,00
Camilla	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Comedor infantil 10 puestos	3	\$ 180,00	\$ 540,00
Escritorio	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Escritorio simple	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Juegos infantiles de patio	3	\$ 250,00	\$ 750,00
Juego de muebles	1	\$ 900,00	\$ 900,00
Menaje de cocina	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Mezas infantiles redondas	10	\$ 50,00	\$ 500,00
Mueble para equipo de entretenimiento	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Pizarras de Tiza líquida	3	\$ 120,00	\$ 360,00
Sillas infantiles	60	\$ 12,00	\$ 720,00
<b>Total general</b>			<b>\$ 6.590,00</b>

Elaborado: Víctor H. Coloma

- Los equipos necesarios para la puesta en marcha de este proyecto, no requieren de aplicaciones tecnológicas complejas o costosas, ya que entre estos tenemos electrodomésticos y equipos de audio y video.

Tabla 49. Equipos

<b>Equipos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Suma de Precio total.</b>
Balanza/Tallimetro	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Blue Raí	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Cocina	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Computadora.	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Refrigeradora	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Sillas	6	\$ 60,00	\$ 360,00
Teléfono	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Televisor LED 32"	1	\$ 750,00	\$ 750,00
Un botiquín de primeros auxilios	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>Total general</b>			<b>\$ 3.770,00</b>

Elaborado: Víctor H. Coloma

- Como, parte integral de la implementación se consideran inversiones extras, para completar la infraestructura y puesta en marcha del proyecto además de una consideración de imprevistos por un total del 2% de las inversiones totales.

Tabla 50. Otros

Otros	Cantidad	Precio unitario	Suma de Precio total.
Guitarra	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Juguetes (inversión estimada para juguetería en general)	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Maracas (par)	20	\$ 4,00	\$ 80,00
Panderetas	20	\$ 1,50	\$ 30,00
Sintetizador	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Gastos de constitución	1	\$1.200,00	\$1.200,00
Imprevistos	1	\$ 571,00	\$ 571,00
<b>Total general</b>			<b>\$3.781,00</b>

Elaborado: Víctor H. Coloma

Una vez descritos todos los parámetros del presupuesto de inversión se calcula los montos totales de las inversiones necesarias para la implementación del proyecto.

Tabla 51. Inversión Total

Inversión total	Suma de Inversión total.
<b>Equipo</b>	\$ 3.770,00
<b>Inversión en Readecuaciones</b>	\$ 15.000,00
<b>Muebles y Enseres</b>	\$ 6.590,00
<b>Otros</b>	\$ 3.781,00
<b>Total general</b>	<b>\$ 29.141,00</b>

Elaborado: Víctor H. Coloma

Las inversiones necesarias para la implementación de los activos y acondicionamientos para la implementación del proyecto ascienden a \$29,141.00 Dólares.

### 7.1.2. Presupuesto de operación.

Se entiende como el presupuesto de operación a todos aquellos gastos necesarios para gestionar el normal funcionamiento tanto en la fase de implementación del proyecto como durante las operaciones cotidianas del mismo, en este contexto los presupuestos de operación anuales son:

#### Personal.

**Tabla 52. Personal**

Cargo	Unidad	Cantidad	Cantidad 2	R. mensual (\$)	T. anual (\$)
Administrador	Mensual	1	12	500,00	6.000,00
Director	Mensual	1	12	450,00	5.400,00
Educadores	Mensual	2	24	320,00	7.680,00
Auxiliar parvulario	Mensual	1	12	310,00	3.720,00
Médico	Mensual	1	12	150,00	1.800,00
Auxiliar de Cocina	Mensual	1	12	300,00	3.600,00
Auxiliar de servicios generales	Mensual	1	12	300,00	3.600,00
<b>TOTAL</b>			96	2330,00	31,800,00
<b>Mano de obra directa</b>					11.400,00
<b>Mano de obra indirecta</b>					20.400,00

Elaborado: Víctor H. Coloma

El costo anual en Mano de Obra se encuentra dividida tanto en mano de obra directa como en mano de obra indirecta, entiéndase como mano de obra directa (MOD) a aquel personal que está en directo contacto con los procesos productivos, en el caso de este proyecto se entiende a los educadores que están en contacto directo con los niños y por ende son los responsables de su formación.

**Insumos: Materiales didácticos.**

Como parte del costo operativo normal se contemplan los rubros referentes a los materiales didácticos que usarán los niños durante su periodo normal de aprendizaje durante un año.

**Tabla 53. Materiales Didácticos**

RUBROS	UNIDAD	CANTIDAD	P. UNITARIO (\$)	P. TOTAL (\$)
Cuadernos de dotación	Unidad	200	\$ 0,50	\$ 100,00
Libros	Unidad	100	\$ 1,50	\$ 150,00
Materiales varios	Unidad	50	\$ 3,20	\$ 160,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 410,00</b>

Elaborado: Víctor H. Coloma

### Mantenimiento.

El mantenimiento es uno de los rubros de mayor importancia ya que en este se contempla los referentes al mantenimiento de la infraestructura de una forma que garanticen la seguridad integral de los niños.

**Tabla 54. Mantenimiento**

Rubros	Cantidad	P. Unitario (\$)	V. útil (años)	P. total (\$)
Materiales Varios	1	35,00	1,00	35,00
Cambio de extintores y equipos de seguridad	1	200,00	1,00	200,00
Artículos de limpieza e inocuidad general	3	50,00	1,00	150,00
Otros	1	100,00	1,00	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>			<b>485,00</b>

Elaborado: Víctor H. Coloma

## Materiales de oficina

**Tabla 55. Materiales de oficina**

<b>Rubros</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. unitario (\$)</b>	<b>P. Total (\$)</b>
<b>Materiales de oficina</b>	Unidad	1	\$ 200	\$ 200,00

Elaborado: Víctor H. Coloma

## Depreciación

Se entiende como la pérdida de valor los activos durante el paso del tiempo, desgaste de obras civiles, equipos y mobiliarios.

Se debe tomar en cuenta que los periodos de depreciación son deferentes, dependiendo del activo del cual se estece tratando, en este caso, y con el fin de precautelar un servicio de primera algunos de los equipos se depreciaran de manera acelerada y se gestionara su remplazo cuando lo amerite, este concepto involucra que se deba realizar una reinversión en ciertos periodos de los equipos.

**Tabla 56. Depreciación**

Activo Fijo	Inversión (\$)	Vida útil (años)	D. Anual (\$)	D. Acumulada	Valor residual
Computadora.	700,00	3	233,33	700,00	0,00
Teléfono	80	10	8,00	80,00	0,00
Sillas	360,00	10	36,00	360,00	0,00
Archivador tres gavetas	450,00	10	45,00	450,00	0,00
Balanza/Tallmetro	130,00	10	13,00	130,00	0,00
Televisor LED 32"	750,00	10	75,00	750,00	0,00
Blue Raí	150,00	10	15,00	150,00	0,00
Cocina	400,00	10	40,00	400,00	0,00
Refrigeradora	700,00	10	70,00	700,00	0,00
Readecuación de ambientes (obras civiles)	15.000,00	10	1.500,00	15.000,00	0,00
Escritorio	600,00	10	60,00	600,00	0,00
Camilla	200,00	10	20,00	200,00	0,00
Mezas infantiles redondas	500,00	10	50,00	500,00	0,00
Sillas infantiles	720,00	10	72,00	720,00	0,00
Escritorio simple	450,00	10	45,00	450,00	0,00
Pizarras de Tiza líquida	360,00	10	36,00	360,00	0,00
Mueble para equipo de entretenimiento	220,00	10	22,00	220,00	0,00
Camas infantiles	400,00	10	40,00	400,00	0,00
Juegos infantiles de patio	750,00	10	75,00	750,00	0,00

Elaborado: Víctor H. Coloma

### 7.1.2. Capital de trabajo.

El capital de trabajo está constituido por el conjunto de recursos mínimos necesarios para garantizar el normal funcionamiento del proyecto hasta que este se ponga en marcha de manera que pueda ser sustentable por sí mismo.

Como componentes de este rubro tenemos todos los costos directos e indirectos que se generan al ofrecer el servicio.

Como parámetro de funcionamiento y establecido como parámetro genérico se calculara un capital de trabajo necesario para la operación de los 4 primeros meses de operación del proyecto.

**Tabla 57. Capital de trabajo**

<b>Rubro</b>	<b>Monto</b>
<b>Personal</b>	\$ 7.950,00
<b>Materiales varios para mantenimiento</b>	\$ 121,25
<b>Materiales</b>	\$ 50,00
<b>Materiales didácticos</b>	\$ 102,50
<b>Capital de trabajo</b>	\$ 8.223,75

Elaborado: Víctor H. Coloma

**Inversión total****Tabla 58. Inversión total**

<b>ITEMS</b>	<b>TOTAL</b>
Computadora.	\$ 700,00
Teléfono	\$ 80,00
Sillas	\$ 360,00
Archivador tres gavetas	\$ 450,00
Un botiquín de primeros auxilios	\$ 500,00
Balanza/Tallmetro	\$ 130,00
Televisor LED 32"	\$ 750,00
Blue Raí	\$ 150,00
Cocina	\$ 400,00
Refrigeradora	\$ 700,00
Readecuación de ambientes (obras civiles)	\$ 15.000,00
Escritorio	\$ 600,00
Camilla	\$ 200,00
Mezas infantiles redondas	\$ 500,00
Sillas infantiles	\$ 720,00
Escritorio simple	\$ 450,00
Pizarras de Tiza líquida	\$ 360,00
Mueble para equipo de entretenimiento	\$ 220,00
Camas infantiles	\$ 400,00
juegos infantiles de patio	\$ 750,00
Menaje de cocina	\$ 500,00
Comedor infantil 10 puestos	\$ 540,00
Juego de muebles	\$ 900,00
Juguetes (inversión estimada para juguetería en general)	\$ 1.500,00
Guitarra	\$ 150,00
Sintetizador	\$ 250,00
Panderetas	\$ 30,00
Maracas (par)	\$ 80,00
Gastos de Constitución	\$ 1.200,00
Imprevistos	\$ 571,00
Capital de trabajo	\$ 8.223,75
<b>INVERSION INICIAL</b>	<b>\$ 37.364,75</b>

Elaborado: Víctor H. Coloma

## Gastos operativos primer año

**Tabla 59. Costos operativos primer año**

<b>Componentes</b>	<b>Valor (\$)</b>
<b>Personal</b>	\$ 20.400,00
<b>Herramientas</b>	\$ 485,00
<b>Materiales</b>	\$ 200,00
<b>Dotaciones</b>	\$ -
<b>Depreciación anual</b>	\$ 2.416,00
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>\$ 23.501,00</b>

Elaborado: Víctor H. Coloma

## 7.2. FINANCIAMIENTO.

El apalancamiento financiero es uno de los pilares fundamentales que permite la gestión de los proyectos para su implementación, en este contexto se asumirá una composición del 70% de endeudamiento y 30% de composición de capital propio.

Características del financiamiento:

Monto total de la inversión: \$37364,75

Se realizará un préstamo de \$26155 al Banco Pichincha con una tasa de interés de 11.65% Anual con un plazo de 10 años con pagos mensuales.

### Tabla de amortización

La presente tabla de amortización muestra la síntesis de los egresos anuales en los periodos contemplados en la frontera de vida del proyecto, se contemplan los egresos por concepto de pagos de capital y concepto de pago de intereses anuales.

**Tabla 60. Amortización**

<b>Periodo Años</b>	<b>Egreso anual de Capital</b>	<b>Suma de interés</b>	<b>Suma de cuota</b>
2012	\$ 2.615,53	\$ 2.907,44	\$ 5.522,97
2013	\$ 2.615,53	\$ 2.602,73	\$ 5.218,26
2014	\$ 2.615,53	\$ 2.298,02	\$ 4.913,55
2015	\$ 2.615,53	\$ 1.993,31	\$ 4.608,84
2016	\$ 2.615,53	\$ 1.688,60	\$ 4.304,13
2017	\$ 2.615,53	\$ 1.383,89	\$ 3.999,42
2018	\$ 2.615,53	\$ 1.079,18	\$ 3.694,71
2019	\$ 2.615,53	\$ 774,47	\$ 3.390,00
2020	\$ 2.615,53	\$ 469,76	\$ 3.085,29
2021	\$ 2.615,53	\$ 165,05	\$ 2.780,58
<b>Total general</b>	<b>\$ 26.155,33</b>	<b>\$ 15.362,44</b>	<b>\$ 41.517,76</b>

Elaborado: Víctor H. Coloma

### 7.3. PUNTO DE EQUILIBRIO.

Se entiende como el nivel de ingresos que es igual a los gastos, para lo cual es necesaria la estimación CVu los CF y el precio de venta del servicio para lo cual se emplea la siguiente formula.

$$I = G \quad Q * P = CVu * Q + CF$$

$$Q * P - CVu * Q = CF$$

$$Q(P - CVu) = CF$$

$$Q = \frac{CF}{(P - CVu)}$$

Donde

P= \$840 (PRECIO ANUAL)

CVu= \$262.44 (COSTO VARIABLE UNITARIO ANUAL)

CF= 23,501

$$Q = \frac{23,501}{(840 - 262.44)} = 40.69 \cong 41$$

El punto de equilibrio para este proyecto se encuentra estimado en 41 niños, es decir se debería tener en promedio 41 niños matriculados mensualmente para poder cubrir los costos fijos y variables.

Gráfico 31. Punto de Equilibrio



Tabla 61. Punto de Equilibrio

Costo Fijo	Costo Total	Ingreso	Cantidad	Margen	
23.501,00	32161,52	27720	33	-4441,52	
23.501,00	32423,96	28560	34	-3863,96	
23.501,00	32686,4	29400	35	-3286,4	
23.501,00	32948,84	30240	36	-2708,84	
23.501,00	33211,28	31080	37	-2131,28	
23.501,00	33473,72	31920	38	-1553,72	
23.501,00	33736,16	32760	39	-976,16	
23.501,00	33998,6	33600	40	-398,6	
<b>23.501,00</b>	<b>34261,04</b>	<b>34440</b>	<b>41</b>	<b>178,96</b>	<b>Punto de equilibrio</b>
23.501,00	34523,48	35280	42	756,52	
23.501,00	34785,92	36120	43	1334,08	
23.501,00	35048,36	36960	44	1911,64	

Elaborado: Víctor H. Coloma

## 7.4. Estados financieros proforma.

### 7.4.1. Estado de resultados (P y G)

**Tabla 62. Estado de Pérdidas y Ganancias**

<b>INGRESOS</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Por venta del servicio</b>	\$ 37.800,00	\$ 39.960,00	\$ 41.580,00	\$ 43.200,00	\$ 45.360,00	\$ 48.600,00	\$ 51.300,00	\$ 54.000,00
<b>Total Ingresos</b>	\$ 37.800,00	\$ 39.960,00	\$ 41.580,00	\$ 43.200,00	\$ 45.360,00	\$ 48.600,00	\$ 51.300,00	\$ 54.000,00
<b>Costos de operación</b>	\$ 35.311,00	\$ 35.665,30	\$ 36.030,23	\$ 36.406,11	\$ 36.793,26	\$ 37.192,03	\$ 37.602,76	\$ 38.025,81
<b>Gasto Financiero</b>	\$ 2.907,44	\$ 2.602,73	\$ 2.298,02	\$ 1.993,31	\$ 1.688,60	\$ 1.383,89	\$ 1.079,18	\$ 774,47
<b>Depreciación</b>	\$ 2.416,00	\$ 2.416,00	\$ 2.416,00	\$ 2.416,00	\$ 2.416,00	\$ 2.416,00	\$ 2.416,00	\$ 2.416,00
<b>Utilidad</b>	\$ (2.834,44)	\$ (724,03)	\$ 835,75	\$ 2.384,59	\$ 4.462,14	\$ 7.608,08	\$ 10.202,06	\$ 12.783,72

Elaborado: Víctor H. Coloma

## 7.4.2. Flujo neto de fondos.

Tabla 63. Flujo Neto de Fondos

INGRESOS	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Por venta del servicio		\$37.800,00	\$39.960,00	\$41.580,00	\$43.200,00	\$45.360,00	\$48.600,00	\$51.300,00
<b>Total Ingresos</b>		\$37.800,00	\$39.960,00	\$41.580,00	\$43.200,00	\$45.360,00	\$48.600,00	\$51.300,00
<b>Costos de operación</b>		\$35.311,00	\$35.665,30	\$36.030,23	\$36.406,11	\$36.793,26	\$37.192,03	\$37.602,76
<b>Gasto Financiero</b>		\$ 2.907,44	\$ 2.602,73	\$ 2.298,02	\$ 1.993,31	\$ 1.688,60	\$ 1.383,89	\$ 1.079,18
<b>(+) Depreciación</b>		\$ 2.416,00	\$ 2.416,00	\$ 2.416,00	\$ 2.416,00	\$ 2.416,00	\$ 2.416,00	\$ 2.416,00
<b>(-) Pagos de Capital</b>		\$ 2.615,53	\$ 2.615,53	\$ 2.615,53	\$ 2.615,53	\$ 2.615,53	\$ 2.615,53	\$ 2.615,53
<b>INVERSIONES</b>	\$(7.846,60)	\$ -	\$ -	\$ 950,00	\$ -	\$ -	\$ 950,00	\$ -
<b>Flujo neto de fondos</b>	\$(7.846,60)	\$ (617,97)	\$ 1.492,44	\$ 2.102,22	\$ 4.601,05	\$ 6.678,61	\$ 8.874,55	\$ 12.418,53

Elaborado: Víctor H. Coloma

## **7.5. Evaluación financiera.**

### **7.5.1. Determinación de la tasa de descuento**

La tasa de descuento o TMAR (Tasa mínima aceptable de rendimiento) es la proporción que se utiliza como dividendo para realizar la actualización de los valores futuros y traerlos a valor presente.

Los componentes de una TMAR están dados por variables exógenas al control de cualquier implementación de proyecto, este contexto se refiere a la inflación anual, otro de los componentes que forman parte de esta tasa es el margen que los bancos pagan a los inversionistas por dejar sus capitales en inversiones a plazo fijo, este comúnmente se lo conoce como costo de oportunidad, es decir lo que un inversionista ganaría si no invirtiera en este proyecto e invirtiera en un banco.

Como un factor adicional se puede tomar en consideración un factor de riesgo del sector que generalmente se puede aceptar en el 5% en este contexto

Se tiene una inflación acumulada aproximada del 5%

Una tasa pasiva promedio del 6%

Y un riesgo estimado en 5%

Como resultado se tiene una TMAR de inversionista del 16%, la cual será usada como tasa de actualización de flujos futuros.

### 7.5.2. Criterios de evaluación.

Las consideraciones mínimas para la aceptación de este proyecto como viable se consideran que la sumatoria de los flujos futuros descontados según la TMAR sea igual o mayor a la inversión realizada.

En este contexto se consideraran dos escenarios, el primero, en el cual se considera la inversión realizada al 100% por los inversionistas y un segundo escenario en el cual se considerará la estructura financiera que se planteó anteriormente.

VAN=>0 es viable

TIR >= TMAR

Relación beneficio costo > 1

### 7.5.3. Valor actual Neto

**VAN del Proyecto;** se considera este rubro en el caso de que la inversión se realiza 100% por los inversionistas de este proyecto:

$$VAN = \sum_{F_1}^{F_n} \frac{f_1}{(1 + TMAR)^N} - I_0$$

**Tabla 64. VAN de Proyecto**

<b>Periodos</b>	<b>Flujo neto</b>	<b>Flujo actualizado</b>
0		\$ (37.364,75)
1	\$ 4.905,00	\$ 4.228,45
2	\$ 6.710,70	\$ 4.987,14
3	\$ 7.015,77	\$ 4.494,71
4	\$ 9.209,89	\$ 5.086,54
5	\$ 10.982,74	\$ 5.229,03
6	\$ 12.873,97	\$ 5.284,02
7	\$ 16.113,24	\$ 5.701,34
8	\$ 18.390,19	\$ 5.609,48
9	\$ 19.704,45	\$ 5.181,34
10	\$ 22.905,63	\$ 5.192,33
<b>VAN PROYECTO</b>		<b>\$ 13.629,63</b>

Elaborado: Víctor H. Coloma

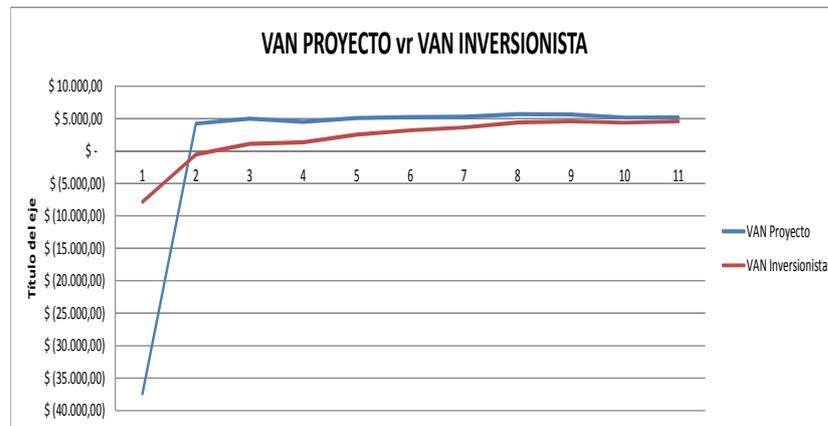
En el segundo escenario se evaluará el VAN generado para el inversionista en el cual se tomara en cuenta el apalancamiento financiero con el cual se establecerá la diferencia y si es o no viable con respecto al costo de oportunidad TMAR:

**Tabla 65. VAN del Inversionista**

Periodos	Flujo neto	Flujo actualizado
0		\$ (7.846,60)
1	\$ (617,97)	\$ (532,73)
2	\$ 1.492,44	\$ 1.109,13
3	\$ 2.102,22	\$ 1.346,80
4	\$ 4.601,05	\$ 2.541,12
5	\$ 6.678,61	\$ 3.179,77
6	\$ 8.874,55	\$ 3.642,49
7	\$12.418,53	\$ 4.394,04
8	\$ 15.000,19	\$ 4.575,44
9	\$ 16.619,15	\$ 4.370,06
10	\$ 20.125,05	\$ 4.562,02
VAN Inversionista.		\$ 21.341,54

Elaborado: Víctor H. Coloma

Se puede observar que en los dos casos existe un VAN positivo y mayor a la inversión realizada, en este contexto se puede notar la ventaja de realizar una inversión con apalancamiento financiero, en la cual denota una diferencia bastante acentuada entre el VAN del proyecto y el VAN del inversionista.

**Gráfico 32. VAN proyecto vr VAN inversionista**

Elaborado: Víctor H. Coloma

#### 7.5.4. Tasa interna de retorno

Este criterio evalúa el proyecto en función de una tasa de actualización única la cual se proyecta en el tiempo para cada uno de los flujos futuros quitándoles el valor que la moneda pierde en el tiempo y trayéndolos a valor actual.

Sirve para la comparación del costo de oportunidad de invertir en otra oportunidad de negocio y la oportunidad actual que se presenta.

En concepto la tasa interna de retorno se entiende como la máxima tasa de descuento que puede tolerar un proyecto, ya que esta la que convierte el VAN en negativo.

$$0 = \sum_{f=1}^1 \frac{f}{(1 + Tir)^n}$$

$$**TIR = 41.55%**$$

Para este proyecto la tasa interna de retorno calculada es igual a 41.55%, la cual es mayor a la tasa de descuento (TAMR), por lo cual se deduce que el proyecto es viable económicamente.

#### **7.5.5. Periodo de recuperación de la inversión**

El periodo de recuperación se entiende como la cantidad de periodos que se necesitan en concepto de valores actuales para recuperar la inversión inicial.

Para el caso de este proyecto que es financiado se espera la recuperación total de la inversión total al final de séptimo año de operaciones.

**Tabla 66. Periodo de recuperación**

<b>Periodo de recuperación</b>		
<b>Periodos</b>	<b>Inversión</b>	<b>Flujos actualizados</b>
1,00	\$ (7.846,60)	\$ (532,73)
2,00	\$ (8.379,33)	\$ 1.109,13
3,00	\$ (7.270,20)	\$ 1.346,80
4,00	\$ (5.923,40)	\$ 2.541,12
5,00	\$ (3.382,28)	\$ 3.179,77
6,00	\$ (202,51)	\$ 3.642,49
7,00	\$ 3.439,99	\$ 4.394,04
8,00	\$ 7.834,03	\$ 4.575,44
9,00	\$ 12.409,47	\$ 4.370,06
10,00	\$ 16.779,52	\$ 4.562,02
	\$ 21.341,54	

Elaborado: Víctor H. Coloma

#### **7.5.6. Relación Beneficio/Costo.**

La relación beneficio costo, se entiende como el dividendo de los flujos futuros de los ingresos relacionados con los flujos futuros de egresos.

$$\frac{\textit{Flujos netos de ingresos.}}{\textit{Flujos netos de egresos.}}$$

Las variables analizadas de los flujos futuros dan como resultado una relación beneficio costo de: 1,31.

Quiere decir que por cada dólar invertido, ganaré \$0,31 centavos.

## 7.5.7. Análisis de Sensibilidad.

Tabla 67. Análisis de sensibilidad

Rubro	Aumento	Disminución	VAN (\$)	TIR	B/C
Ingresos		1,0%	19.168,32	38,70%	1,300
Ingresos		2,0%	16.995,10	35,92%	1,287
Ingresos		3,0%	14.821,89	33,20%	1,274
Ingresos		10,0%	-390,64	15,57%	1,182
Costos O&M	2%		17.806,42	36,74%	1,289
Costos O&M	4%		14.271,30	32,19%	1,267
Costos O&M	5%		12.503,73	30,01%	1,255
Costos O&M	12,5%		-752,97	15,22%	1,178

Elaborado: Víctor H. Coloma

## **CAPITULO VIII**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **8.1 CONCLUSIONES.**

A continuación se exponen las conclusiones y recomendaciones realizado sobre la base de objetivos que tiene este proyecto, es decir el determinar la factibilidad y rentabilidad para crear un Centro de desarrollo infantil en el sector de la MAGDALENA (SUR DE QUITO).

- La educación inicial es la de mayor importancia para toda la vida de una persona y es responsabilidad de todos el asegurar la permanencia y desarrollo integral de niños y niñas menores de cinco años de edad, en esta edad se desarrollará capacidades afectivo-social, cognitivo y psicomotriz para que de esta manera construyan y estructuren redes neurocerebrales permanentes.
- Debido a la participación de la mujer en el mercado laboral, estas se ven en la necesidad de dejar a sus hijos en Centros especializados los cuales protejan la seguridad integral de los infantes.

- El segmento de mercado escogido para el Centro de Desarrollo Infantil son los niños y niñas comprendidos entre las edades de 1 a 4 años del Barrio de La Magdalena cuyos padres tengan la capacidad económica de pagar \$70 dólares.
- Las principales características que influyen en la decisión de requerir estos servicios son la calidad en el servicio, seguridad, calidad en la enseñanza, respeto y comprensión a los infantes.
- La inversión para la implementación de este proyecto es de \$37364,75, se realizará un préstamo al Banco del Pichincha por el 70% de la inversión total.
- La relación beneficio costo es de \$0,31, quiere decir que por cada dólar se gana \$0,31, una Tasa Interna de Retorno de 41,55%, un valor neto VAN positivo y mayor a la inversión realizada \$21341,54 demostrando que el proyecto es viable.

## 8.2 RECOMENDACIONES

- El servicio que se debe prestar debe de contar con las normas establecidas por el gobierno, cumplir con toda la normativa exigida.
- El Centro de Desarrollo Infantil tiene que innovar sus procesos para de esta manera mejorar sus servicios.
- Estudiar las necesidades de los clientes para de esta manera obtener fidelización de los mismos.
- El servicio deberá ser de calidad en todas sus actividades.
- La empresa deberá tener una cultura organizacional basada en el respeto, buena comunicación y valores corporativos.
- Realizar inducción a padres de familia sobre el servicio que prestará la institución.
- Las instalaciones deberán ser de primera calidad las cuales aseguren la seguridad integral de los infantes.
- Contar con personal preparado, capacitarlo y desarrollarlo.
- Realizar constantemente reuniones con los miembros del Centro de Desarrollo, padres de familia y directivos para realizar el mejoramiento del servicio.

## Bibliografía

- BENLLOCH Montse.- Ciencias en el Parbulario. Barcelona Paidos, 1992
- ARELLANO, Estuardo.- Historia de la Educación. Editorial Abya, 1982
- AGUILAR GUILLERMO.- La Planección Estratégica, México, Editorial LIMUSA, segunda edición 2002.
- BACA, G. (2001). Evaluación de Proyectos. México: Mc Graw Hill. \$ta. Edición.
- Banco Central del Ecuador. (2012). *BCE*. Obtenido de [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
- Cámara de Comercio de Quito. (2011). Criterios Actualidad y negocios. *Publicación mensual: Criterios*.
- Cámara de Comercio de Quito. (2012). *Planificación estratégica para lograr el éxito en el negocio*. Quito.
- CDAVID, F. (1997) Conceptos de Administración Estratégica. México:Mc Graw Hill. 5ta Edición.
- GREEN, Paúl Investigación de Mercados, Editorial Limusa, 1996
- CFRED, R. (1997). Conceptos de Administración Estratégica. México: Pearson Education. 5ta. Edición.
- MALHOTRA, NARESH, Investigación de Mercados un enfoque práctico, México, Prentince Hall, 2da edición, 1997.
- M., PORTER. (2002). ESTRATEGIA COMPETITIVA. México:Compañía Editorial Continental.
- FARID A. MANTILLA V. TECNICAS DE MUESTREO UN ENFOQUE A LA INVESTIGACION DE MERCADOS, primera edición (2006) Imprenta y Offset Santa Rita Quito – Ecuador.
- INEC. (septiembre de 2010). *Resultados del V Censo económico septiembre 2010 al Municipio de Quito*. Obtenido de Instituto ecuatoriano de estadísticas y censos: [www.inec.gob.ec/](http://www.inec.gob.ec/)

- INEC. (Agosto 2011). *Resultados Censo Nacional Económico*. Ecuador.
- Superintendencia de Compañías. (2012). *Ley de Compañías*. Obtenido de [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)

### **Páginas Web:**

- [www.ccorg.org.co](http://www.ccorg.org.co) Banco Central del Ecuador. (2012). *BCE*. Obtenido de [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
- [www.babysitio.com/bebe/estimulacion\\_temprana.php](http://www.babysitio.com/bebe/estimulacion_temprana.php)
- [www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/mar/planmktkarim.htm](http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/mar/planmktkarim.htm)
- <http://es.wikipedia.org/wiki/nicho-mercado>
- [http://www.revistalideres.ec/informe-semanal/Reporte-inflacion-Ecuadormarzo\\_LIDFIL20120409\\_0001.pdf](http://www.revistalideres.ec/informe-semanal/Reporte-inflacion-Ecuadormarzo_LIDFIL20120409_0001.pdf)
- INEC. (septiembre de 2010). *Resultados del V Censo económico septiembre 2010 al Municipio de Quito*. [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec).
- Servicio de Rentas Internas. (2010). [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec).
- Superintendencia de Compañías. (Diciembre de 2010, última actualización). *Dirección de investigación y estudios, Número de Compañías por provincia y actividad económica*. Obtenido de [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec).
- Superintendencia de Compañías. (2012). *Ley de Compañías*. Obtenido de [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec)