

Objetivos

OBJETIVO GENERAL

Estudiar la factibilidad para la creación de una Empresa de servicios para atención, cuidado, enseñanza y desarrollo integral personal con calidad a niños en horario especial, ubicada en el Valle de los Chillos.

Objetivos Específicos

Estudio de Mercado

Realizar un estudio de mercado analizando la oferta y la demanda de las Guarderías del sector para determinar la demanda insatisfecha.

Estudio Técnico

Realizar un estudio técnico para determinar los procesos referentes a servicios y requerimientos de recursos para la implementación de una Guardería con horarios especiales.

Estudio Organizacional

Definir la estructura organizacional por procesos de la Empresa.

Estudio Financiero

Aplicar los criterios de evaluación financiera y medir la viabilidad del proyecto.

CAPÍTULO I.- ESTUDIO DE MERCADO

1.1.- Objetivos del Estudio de Mercado

- Determinar en el sector del Valle de los Chillos la demanda insatisfecha de las Guarderías para niños de 1 a 5 años.
- Identificar los servicios de competencia

1.2.- Estructura del Mercado

1.2.1.- Análisis Histórico

En toda familia en que la madre tiene que abandonar el hogar para dedicarse a otros menesteres de forma casual o sistemática, los niños pequeños quedan bajo la custodia de la abuela o de un hermano mayor. No en todas las casas existe una persona capaz de esta custodia. La madre también suele dejar al infante al cuidado de una vecina, en este momento estamos contemplando el comienzo de la escuela de cuidado infantil; por cuanto esta vecina tiene necesidades económicas y acepta los obsequios ofrecidos por el favor realizado

Los centros de cuidado infantil surgen de esta necesidad social y familiar, las mismas que han existido a través de todos los tiempos. Había la necesidad urgente de proteger y cuidar a los pequeños para que no estuvieran expuestos a los riesgos de la calle, al maltrato y al abandono.

Ante este hecho real, los pedagogos de todos los tiempos se han ocupado de la educación de los pequeños. A través de la Historia, existieron intentos de reuniones de niños en centros como el Asilo de

Niños Expósitos, fundado en París en el año 1640, modelo de los creados posteriormente. En Holanda se crearon las Escuelas de juego y en Inglaterra, las denominadas Dame Schools.

Las primeras escuelas de cuidado infantil fueron creadas en Inglaterra. Se deben a la idea de Robert Owen, quien hizo construir en su fábrica de New-Lanark, en 1816, escuelas para los hijos de los trabajadores, destinando una de ellas para los más pequeños. A esta escuela podían asistir los niños en cuanto sabían andar solos, allí, no les faltaba medios para que los niños se divirtieran. Esta escuela fue modelo para las nuevas creaciones de escuelas de cuidado infantil. En 1820, Samuel Wilderspin creaba un nuevo centro infantil en Londres, aventajando a la que le sirvió de modelo, el entusiasmo de este educador fue tan grande que pronto se pudo decir que estas escuelas de cuidado infantil estaban extendidas por toda Inglaterra.

El educador Samuel Wilperspin continuó con sus obras en las Indias Occidentales y fundó escuelas de cuidado infantil para negros. En España, Pablo Montesinos, imitando a las escuelas de cuidado infantil inglesas, fundó la primera escuela en Madrid.

Las Guarderías se han convertido no sólo en una opción recomendada por pedagogos y pediatras, sino en una urgente necesidad para padres y madres que casi siempre por motivos laborales no pueden cuidar de sus hijos menores.

Las Guarderías han sido un apoyo a la sociedad para tener niños más competitivos y con una alta capacidad de desenvolvimiento debido a que se aspira formar en cada niño un individuo único. Estos centros han ayudado a formar niños auténticos, alegres, sensibles, con confianza en sí mismos, cooperantes y respetuosos, favoreciéndose así su proceso de socialización.

El servicio de guardería se ha preocupado de enseñar, cuidar, dar amor y seguridad a los infantes, estos centros han tenido una gran responsabilidad ya que se considera que la edad temprana es la más apropiada para que el infante aprenda y vaya forjando sus raíces para el futuro.

1.2.2.- Análisis de la situación actual del mercado

No todos los centros cumplen con las condiciones ideales para atender a los niños. Ahora, las casas se convierten en guarderías. En los últimos 10 años han proliferado estos locales, que muchas veces son centros improvisados que no cumplen con normas pedagógicas.

En muchos centros no existe privacidad entre cada área, por ejemplo: el llanto de los bebés interrumpe el trabajo de los demás niños. Existen guarderías que no cuentan con infraestructuras adecuadas, carecen de espacios abiertos y ventilados.

Para Janeth Merizalde, directora del Centro Infantil Pequeños Ciudadanos, la competencia ha originado esta proliferación: “Con tal de ganar clientes se descuida la atención de calidad y tampoco cuentan con los permisos”.

Una guardería del Estado está equipada con los implementos necesarios para el cuidado de un niño, a pesar de que no cuenta con pediatra ni psicólogo. Sin embargo, se asignan varios rubros: para alimentación de cada niño y madre comunitaria, para material didáctico, para material fungible y para cada madre.

“Unos 625 mil infantes, son asistidos en guarderías según datos del MBS¹, indican que alrededor de 187 mil niños de 0 a 5 años, son atendidos en guarderías privadas y municipales, mientras que unos 438 mil serían atendidos por programas infantiles del MBS (Fondo de Desarrollo Infantil, Operación Rescate Infantil, Centros de Atención a la Infancia y la Adolescencia, entre otros). En todo el país, el ORI² atiende a 53.163 niños, en 1.581 guarderías, con 7.707 madres comunitarias.”³

La regulación de los centros de cuidado infantil, está a cargo del Ministerio de Bienestar Social el mismo que, exige que se cumplan con las normas de higiene, que el personal tenga título y una justificación técnica y socioeconómica para su creación.

Muy a pesar de los controles no todos los centros de cuidado infantil cumplen con los requerimientos que son necesarios para la atención y cuidado de niños.

1.2.3.- Análisis de las tendencias del mercado

Con muchas mujeres incorporadas a la fuerza laboral, resultaba imprescindible el contar con sitios seguros para dejar a los niños pequeños, los padres cada vez solicitan que la guardería cuente con servicios más completos.

La guardería debe satisfacer las necesidades físicas y de cuidado de los niños, que sean limpias y seguras, para garantizar la seguridad de los niños, por ejemplo, debe haber protectores en todos los enchufes eléctricos.

¹ Ministerio de Bienestar Social

² Organización Rescate Infantil

³ Información del MBS.

Un medio ambiente estimulante e interesante, que haya actividades apropiadas al nivel de desarrollo de los niños, que cuenten con un gran espacio para que los niños jueguen abiertamente.

Personal docente experimentado y capacitado, que tengan una madurez mental y social; estabilidad y calor afectivo; capacidad de identificación con el niño; un buen nivel de potencia emotiva; alegría y generosidad.

Tiene que existir contacto uno a uno con adultos, aunque haya otros niños en la guardería, todos deben recibir frecuente atención (y afecto) personal de las personas a su cuidado.

Los niños a más de estar bien cuidados, tienen que recibir estimulación para el desarrollo de sus habilidades y talentos para que puedan participar y socializarse con los demás.

Muchos padres prefieren que el horario sea flexible, permitiendo la entrada y salida de los niños a diferentes horas.

La alimentación tiene que estar constituida de una dieta apropiada y equilibrada para estas edades. Que incluya todo tipo de alimentos y sea agradable para la buena aceptación de los niños.

Los centros infantiles deben ser un sitio en el que el niño se encuentre seguro, pero además, en el que se estimule su curiosidad, se favorezca su sociabilidad y, sobre todo, un ambiente agradable para que el pequeño disfrute.

Los centros de cuidado infantil deben facilitar a los padres de familia el acceso a las instalaciones del mismo, sea este programado o esporádicamente, para que los padres observen el desarrollo de su niño, los cuidados que recibe, para de esta manera sentirse más confiados y seguros del lugar en el que dejan a su niño gran parte del día.

Así se formarán niñas y niños emprendedores capaces de evolucionar en el conocimiento, habilidades y destrezas y a futuro sean hombres y mujeres competitivos en el ámbito personal como profesional mediante el desarrollo de educación personalizada, atención profesional, psicólogo y pediatra.

1.3.- Caracterización del Servicio

1.3.1.-Características del Servicio

La sociedad ha tomado conciencia de la importancia que tiene el periodo de educación preescolar para el futuro de los infantes.

Hoy en día las familias demandan en mayor proporción el servicio de las guarderías. La mujer trabajadora precisa dejar sus hijos en la guardería mientras realiza su jornada laboral. Estos centros permiten que el niño experimente nuevos conocimientos, despierte sus destrezas y aprenda a compartir con niños de su edad, en lugares con espacios seguros y confiables.

Este tipo de establecimientos, al contar con infraestructura apropiada y materiales de calidad, ayuda que los niños sean saludables, emocionalmente estables, con una alta capacidad de desenvolvimiento, acompañado del desarrollo de la inteligencia en un ambiente estimulante. Los niños al estar dentro de un entorno de libertad y responsabilidad, pueden desarrollar destrezas y habilidades acorde a su edad.

1.3.2.-Clasificación por su Uso-Efecto

La clasificación más idónea es la que rige la edad de los niños puesto que, cuando más homogéneo sea el grupo con el que se ha de trabajar, más productivos serán sus resultados.

De acuerdo a la edad se prepara el programa a seguir y este tiene que cubrir tres áreas:

- Cognitivo
- Sicomotriz
- Socio afectiva

Estos programas se van intensificando según la edad de cada grupo. Todas las actividades siempre se realizarán con supervisión de la parvulista.

Los grupos estarán divididos en:

- **Nursery:** comprende la edad de 1 año a 2 años
En este grupo habrá un máximo de diez niños por aula, en caso de mayor demanda se abrirá otra aula, pero cada grupo no pasará los diez niños.
Generalmente se hará motricidad fina y gruesa
Primeras combinaciones de dos palabras
Habilidades de equilibrio y locomoción
Expresión corporal, plástica y musical
Intenta influir en el comportamiento de los demás
- **Maternal:** Comprende la edad de 2 años a 3 años
En este grupo habrá un máximo de quince niños por aula, en caso de mayor demanda se abrirá otra aula, pero cada grupo no pasará los quince niños.
Control de esfínteres
Identificación de colores primarios
Emancipación motora: corre, para y gira
Mueve su cuerpo al ritmo de la música

- **Transición:** Comprende la edad de 3 años a 4 años.

En este grupo habrá un máximo de 15 niños por aula, en caso de mayor demanda se abrirá otra aula, pero cada grupo no pasará los quince niños.

De los tres años a los cuatro es una edad de transición, los niños deben ajustarse a un horario y disciplina.

En este periodo los ciclos a desarrollar serán:

Hábitos de limpieza, control de esfínteres, identificación de los colores secundarios, hábitos motrices, desarrollo de sus músculos sensoriales, contacto con la naturaleza, juegos al aire libre, desarrollo del sentido artístico, ampliación y perfeccionamiento del lenguaje familiar, construcción de bloques, se enseñarán libros de estampas y dibujos con la característica de su sencillez, con ilustraciones de objetos familiares del niño.

- **Pre kínder o pre-básica:**

Comprende la edad de 4 años a 5 años

En este grupo habrá un máximo de quince niños por aula, en caso de mayor demanda se abrirá otra aula, pero cada grupo no pasará los quince niños.

El desarrollo a efectuar en esta edad serán:

Iniciación e introducción a las técnicas instrumentales en la fase de preparación, como la pre-escritura y pre-lectura, así como el cálculo mediante ejercicios de dibujo, líneas, letras, dibujos, identificación de todos los colores, etc.

Desarrollo de los músculos psicomotrices, con ejercicios, recortes y plegado, anudando lanas o cintas de colores, etc.

Realizar ejercicios físicos como entrar, salir, correr, levantarse, agacharse, juegos en arena y agua, etc.

Desarrollo de las experiencias artísticas mediante dramatizaciones de cuentos, poesías, etc.

Manejo de libros, para introducirlos en la pre-lectura.

1.3.3.-Servicios Complementarios y/o Sustitutos

- **Bienes o Servicios Sustitutos:** Son aquellos bienes o servicios que satisfacen una necesidad similar, y por tanto el consumidor podrá optar por el consumo de ellos en lugar del bien del proyecto, si este subiera de precio.

Entre los servicios sustitutos se consideran los siguientes: familiares, empleadas domésticas, niñeras especializadas en cuidado infantil.

- **Bienes o Servicios Complementarios:** Son aquellos que se consumen en forma conjunta, y, por lo tanto, si aumenta la cantidad consumida de uno de ellos, necesariamente aumenta la cantidad consumida del otro bien o servicio y viceversa.

Entre los servicios complementarios se consideran los siguientes: transporte, alimentación, servicio médico, bibliotecas.

1.4.- Investigación de Mercado

1.4.1.-Segmentación del Mercado

Tabla 1.1
Segmentación del Mercado

Segmentación Geográfica	
País	Ecuador : 12.156.608 habitantes
Región	Sierra: 5.760.738 habitantes
Provincia	Pichincha : 2.388.817 habitantes
Cantón	Quito: 1.839.853 habitantes Rumiñahui: 56.794 habitantes
Parroquias de estudio	Conocoto, Amaguaña, Alangasí, Pintag, La Merced, Guangopolo, Sangolquí, San Rafael, San Pedro de Taboada.
Sector	Valle de los Chillos: 173.352 habitantes.
Segmentación Demográfica	
Sexo	Masculino, femenino
Nivel Educativo	Primaria, secundaria, Técnico, Superior.
Ingresos	Media - media Media - alta Alta
Ocupación	Sin distinción
PSICOGRAFICA	Ubicación centros Infantiles, horarios, transporte, alimentación nutritiva, atención médica, etc.

Fuente: INEC, VI censo de población y V de Vivienda
Elaborado por: Ingry Vega

1.4.2.-Definición del Universo

Distribución poblacional de las parroquias del Distrito Metropolitano de Quito y del Cantón Rumiñahui que conforman el Valle de los Chillos.

De acuerdo al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, el sector Valle de los Chillos está conformado por 6 parroquias, que en su conjunto alcanzan una población de 116.558 habitantes.

Tabla 1.2
Parroquias DMQ del Valle de los Chillos

Parroquias	Población	Porcentaje
	Total	Población
Alangasí	17.322	9,99%
Amaguaña	23.584	13,60%
Conocoto	53.137	30,65%
Guangopolo	2.284	1,32%
La Merced	5.744	3,31%
Pintag	14.487	8,36%
Subtotales	116.558	100%

Fuente: INEC, VI Censo de Población y V de Vivienda, 2001
Elaborado por: Ingrid Vega

Por otra parte se encuentra el Cantón Rumiñahui, también conformado por 5 parroquias:

Tabla 1.3
Parroquias del Cantón Rumiñahui

San Rafael	Urbana
San Pedro de Taboada	Urbana
Sangolquí	Urbana
Cotogchoa	Rural
Rumipamba	Rural

Fuente: INEC, VI Censo de Población y V de Vivienda, 2001
Elaborado por: Ingrid Vega

La población del Cantón Rumiñahui, con su cabecera cantonal Sangolquí, según el INEC⁴ en el año 2001, es la siguiente:

Tabla 1.4

Población de las Parroquias Cantón Rumiñahui			
Parroquias	Total	Hombres	Mujeres
Sangolquí (urbano)	56.794	27.743	29.051
Área rural	9.088	4.532	4.556
Periferia	5.768	2.868	2.900
Cotogchoa	2.843	1.422	1.421
Rumipamba	477	242	235
Total	74.970	36.807	38.163

Fuente: INEC, VI Censo de Población y V de Vivienda, 2001
Elaborado por: Ingrid Vega

⁴ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

La población total de estudio a considerarse para el sector del Valle de los Chillos es:

- Parroquias del Distrito Metropolitano de Quito:
116.558 habitantes.
- Parroquias urbanas del Cantón Rumiñahui:
56.794 habitantes.

Total Población en el año 2.001: **173.352 habitantes.**

Para la proyección de la población se considera una tasa de crecimiento poblacional (TCP)⁵ del 3,75% anual.

Tabla 1.5
Proyección de la población en estudio

AÑOS	TOTAL	Núm. de Hogares
2001	173.352	43.338
2002	179.853	44.963
2003	186.597	46.649
2004	193.595	48.399
2005	200.854	50.214
2006	208.386	52.097
2007	216.201	54.050
2008	224.308	56.077
2009	232.720	58.180
2010	241.447	60.362

Elaborado por: Ingry Vega

Para el estudio de este proyecto el universo es de:
54.050 hogares.

⁵ Tasa de Crecimiento Poblacional, según INEC

1.4.3.-Selección de la Muestra

1.4.3.1 Cálculo del tamaño de la muestra

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para este estudio se realizó una encuesta piloto (15 encuestas) en las respectivas parroquias de estudio. Para el cálculo de la muestra se escogió una pregunta de decisión si o no y se obtuvo los siguientes resultados en donde:

El 73,3% ~ 73% (11 de los encuestados) si están dispuestos a contratar los servicios de una guardería (P) y el 26,7% ~ 27% (4 de los encuestados) no estarán dispuestos a contratar este servicio (Q).

Con estos datos se calcula el tamaño de la muestra.

Para el efecto se utilizará la siguiente fórmula⁶:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{E^2 (N - 1) + Z^2 PQ}$$

Siendo:

N = Tamaño de la población o universo (54.050 hogares)

Z = Margen de confiabilidad, la distribución normal que producirá el nivel deseado de confianza (para un nivel de confianza del 95% o un $\alpha = 0.05$, $Z = 1,96$).

P = Probabilidad que el evento ocurra; es decir, que un encuestado pertenezca al segmento de mercado objetivo (73%)

Q = Probabilidad que el evento no ocurra (27%)

⁶ BERNAL, César Augusto, "Metodología de la Investigación para la Administración y Economía".

E = Por definición, para un margen de confiabilidad del 95%, el error permitido es del 5%.Cálculos:

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,73) * (0,27) * 54.050}{(0,05)^2 * (54.050 - 1) + (1,96)^2 * (0,73) * (0,27)}$$

n = 301 Tamaño de la muestra.

Las encuestas se distribuyeron según el porcentaje de la población en cada sector de estudio del valle de los Chillos.

Tabla 1.6

Distribución de las encuestas por población				
Sector	Total de Población	Porcentaje Población	Tamaño de la muestra	Equivalente
ALANGASI	17.322	9,99%	30,08	30
AMAGUAÑA	23.584	13,60%	40,95	41
CONOCOTO	53.137	30,65%	92,26	92
GUANGOPOLO	2.284	1,32%	3,97	4
LA MERCED	5.744	3,31%	9,97	10
PINTAG	14.487	8,36%	25,15	25
RUMIÑAHUI	56.794	32,76%	98,61	99
TOTAL	173.352	100,00%	301	301

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Ingrid Vega

1.4.4.-Diseño de los Instrumentos de Investigación

De la matriz de información determine que la encuesta es la más adecuada para realizar el estudio.

Para el segmento de mercado objetivo, la investigación se realizará a través de un tipo de encuesta:

Para los hogares en estudio del Valle de los Chillos se aplicará una Encuesta personal con un cuestionario estructurado, (ANEXO 1.1), que incluye preguntas cerradas (de selección, de opción múltiple, escalas de Likert) y preguntas abiertas, como son las de identificación del lugar de residencia, número de niños, parentesco y nombres de centros.

Para la investigación de la oferta a aplicarse a los centros de cuidado infantil que ofrecen este servicio en el lugar de estudio del Valle de los Chillos, se realizará a través de una entrevista personal y telefónica, mediante preguntas abiertas, con identidad oculta simulando ser un cliente.

1.4.5.-Investigación de Campo

Se realizó una investigación descriptiva, ya que la encuesta contenía preguntas estructuradas de acuerdo a los objetivos planteados, para obtener datos confiables para el proyecto.

Para llevar a cabo este tipo de investigación en las diferentes parroquias de estudio se adoptó el método de encuestas personales con interceptaciones en los centros comerciales, guarderías, parques principales y lugares de residencia, por ser los lugares de concentración masiva.

Se utilizó la entrevista dirigida o estructurada, porque se realizó con un cuestionario estructurado para que no puedan surgir dudas en el entrevistador en el momento de formular las preguntas. Con el cuestionario se pudo obtener información veraz y confiable del entrevistado.

Luego de la realización de la investigación de campo en los hogares en estudio del Valle de los Chillos, los resultados obtenidos permiten caracterizar este segmento y sus preferencias.

1.4.5.1.- Procesamiento de la Información

Con la información obtenida se validaron los datos de los cuestionarios, se verificó que la cantidad de cuestionarios estén afines con el tamaño de la muestra, y se les asignó un valor numérico a cada cuestionario en orden ascendente. Según las parroquias en estudio, quedaron así:

- Guangopolo del 001 al 004
- Sangolquí del 005 al 054
- San Rafael del 055 al 079
- San Pedro de Taboada del 080 al 103
- La Merced del 104 al 113
- Alangasí del 114 al 143
- Pintag del 144 al 168
- Amaguaña del 169 al 209
- Conocoto del 210 al 301.

La codificación y tabulación de cada encuesta se realizó en el programa estadístico SPSS versión 11.5.

Se asignaron variables para cada pregunta, códigos numéricos a cada respuesta de las preguntas cerradas, valores para las variables numéricas o de cadena (alfanuméricas). (Anexo 1.2)

Los datos fueron ingresados en forma ordenada en la hoja de Vista de datos del programa SPSS, según el código numérico de cada respuesta.

Luego se procedió a la tabulación, aplicando la tabulación unidireccional⁷ se realizó una tabla de distribución de frecuencias, que permitieron determinar los porcentajes en cada pregunta, también se obtuvo cálculos de la media, mediana y moda. (Anexo 1.3)

Para visualizar gráficamente se escogieron las formas circulares y barras para unos casos. (Anexo 1.3)

1.4.5.2.- Análisis de Resultados

Para este estudio se realizó un total de 350 encuestas, pero como el objetivo era entrevistar a personas que tengan niños en el rango de edades de 1 a 5 años, se descartan las 49 encuestas de aquellas personas que no tenían niños entre estas edades y quedan las 301 encuestas materia de estudio.

Resultados y análisis de las preguntas realizadas en la encuesta

Pregunta N.- 1 ¿En qué parroquia del Valle de los Chillos vive?

Tabla 1.7
Parroquias del Valle de los Chillos

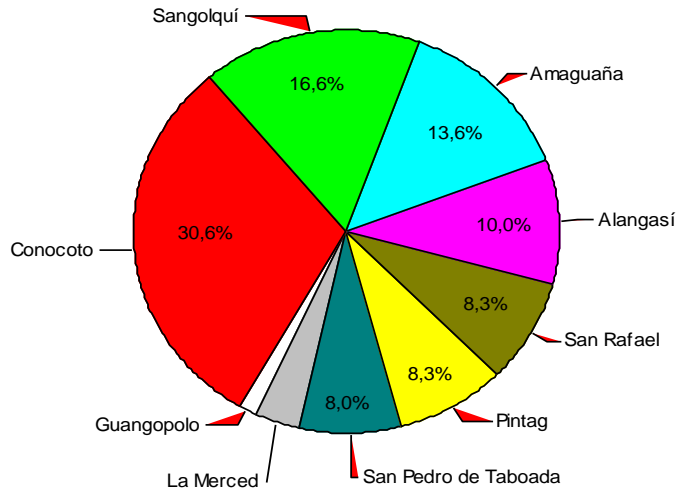
	Frecuencia	Porcentaje
Conocoto	92	30,6
Sangolquí	50	16,6
Amaguaña	41	13,6
Alangasí	30	10,0
San Rafael	25	8,3
Pintag	25	8,3
San Pedro de Taboada	24	8,0
La Merced	10	3,3
Guangopolo	4	1,3
Total	301	100,0

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Ingry Vega

⁷ Es la clasificación de variables sencillas existentes en un estudio, según definición de Hair Joseph F. Jr., .Bush Robert P., Ortinau David J., *Investigación de Mercados*, McGraw-Hill Interamericana Editores, Segunda Edición, 2004, Pág. 509.

Gráfico 1.1

Parroquias del Valle de los Chillos



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Ingry Vega

Pregunta N.- 2 ¿Tiene hijos o niños a su cargo cuyas edades están comprendidos entre 1 y 5 años?

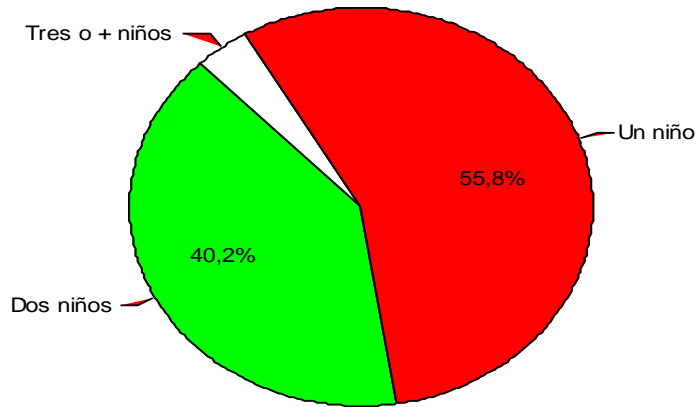
Tabla 1.8
Niños (1 a 5 años)

	Frecuencia	Porcentaje
Un niño	168	55,8
Dos niños	121	40,2
Tres o +	12	4,0
Total	301	100,0

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Ingry Vega

Gráfico 1.2

Niños (1 a 5 años)



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Ingry Vega

El 55.8% de los encuestados tienen un hijo en esta edad y el restante 44,2%, más de dos, porcentaje que se toma en consideración para aplicar descuentos por el servicio.

Se determina que el 90,4% de los encuestados son los padres biológicos de los niños y el restante 9.6% no lo son.

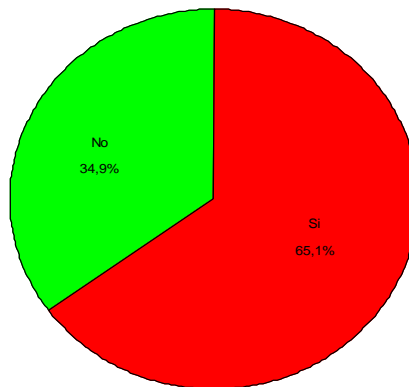
Pregunta N.- 3 ¿Los niños asisten a algún centro infantil y/o guardería?

Tabla 1.9
Asistencia a Guardería

	Frecuencia	Porcentaje
Si	196	65,1
No	105	34,9
Total	301	100,0

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Ingry Vega

Gráfico 1.3
Asistencia a Guardería



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Ingry Vega

El 65,3% de los encuestados si llevan sus niños a una guardería o centro infantil sean estos centros privados o guarderías públicas y el 34,7% no asisten a ninguna guardería.

¿Por qué no asisten a algún centro infantil y/o guardería?

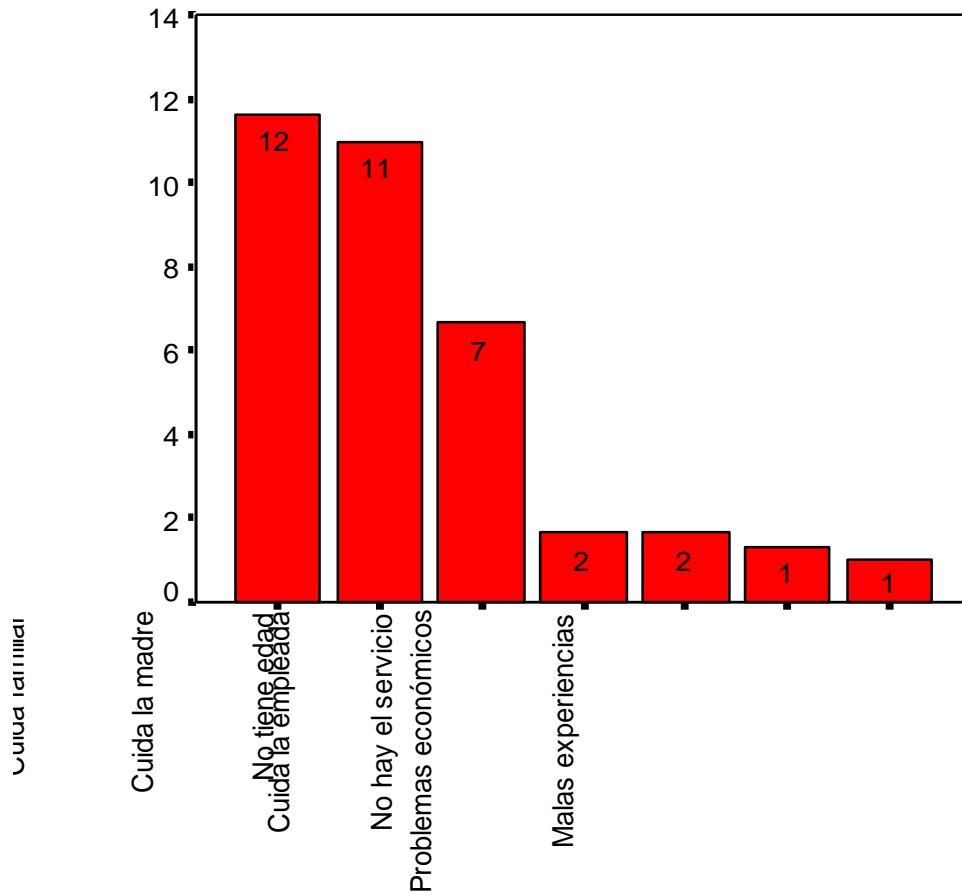
Tabla 1.10
Razones por las que no asisten a una Guardería

	Frecuencia	Porcentaje
Asisten a guardería	196	65,1
Cuida familiar	35	11,6
Cuida la madre	33	11,0
No tiene edad	20	6,6
Cuida la empleada	5	1,7
No hay el servicio	5	1,7
Problemas económicos	4	1,3
Malas experiencias	3	1,0
Total	301	100,0

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Ingry Vega

Gráfico 1.4

Razones por las que no asisten a una Guardería



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Ingrid Vega

Pregunta N.- 4 ¿Qué nombres de Guarderías recuerda?

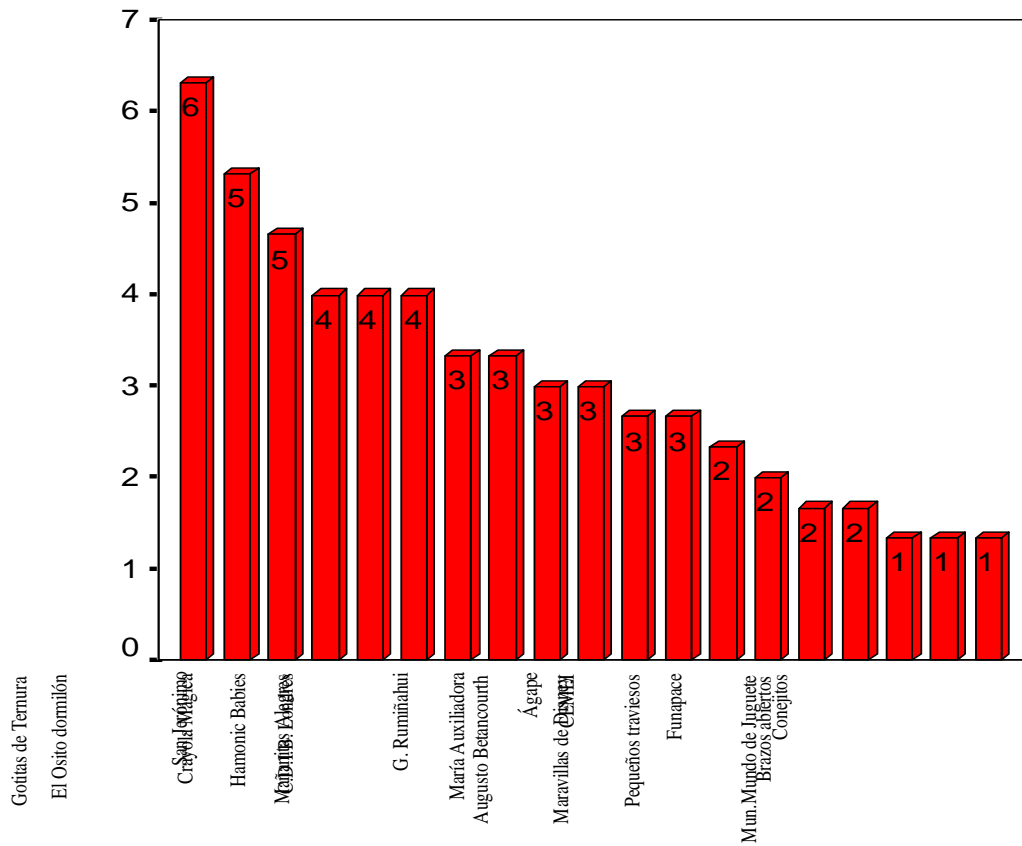
Tabla 1.11
Centros Infantiles

Nombres de los Centros Infantiles	Frecuencia	Porcentaje
No asisten a guardería	105	34,9
Nacidos para triunfar	19	6,3
Gotitas de Ternura	16	5,3
El Osito dormilón	14	4,7
San Jerónimo	12	4,0
	12	4,0

Crayola Mágica		
Hamonic Babies	12	4,0
C.D.I.B. Londres	10	3,3
Mañanitas Alegres	10	3,3
G. Rumiñahui	9	3,0
Ágape	9	3,0
CEMEI	8	2,7
María Auxiliadora	8	2,7
Augusto Betancourth	7	2,3
Funapace	6	2,0
Maravillas de Disney	5	1,7
Pequeños traviesos	5	1,7
Conejitos	4	1,3
Brazos abiertos	4	1,3
Mundo de Juguete	4	1,3
Lunacrarsky	2	,7
Centro Infantil del Valle	2	,7
Virgen de la Merced	2	,7
Capullitos del Valle	2	,7
Creciendo felices	2	,7
Centro Cristiano	2	,7
Creciendo Juntos	2	,7
El Edeni	2	,7
Le Ciel Joli	1	,3
Plaza Sésamo del Valle	1	,3
Alfil	1	,3
Global Kids	1	,3
Home Sweet Home	1	,3
Gonzalo Ruales Benalcázar	1	,3
Total	301	100,0

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Ingry Vega

Gráfico 1.5
Preferencias de las Guarderías



Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ingrid Vega

Según la muestra investigada en el Valle de los Chillos los diez principales centros de cuidado infantil, son los siguientes:

Tabla 1.12
Principales centros de cuidado infantil

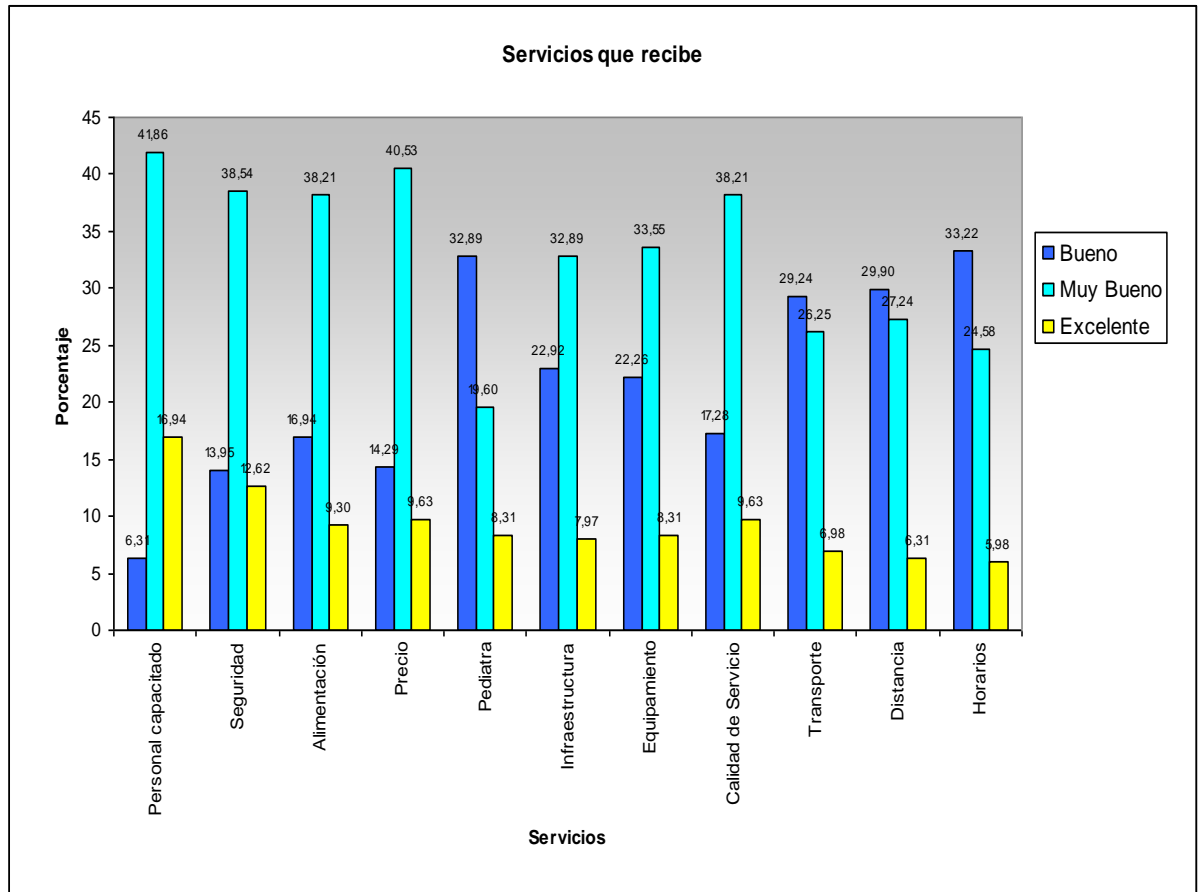
Ubicación por Parroquia	Nombre del Centro	Porcentaje
Conocoto	Nacidos para triunfar	6,3%
Conocoto	Gotitas de ternura	5,3%
Conocoto	El Osito dormilón	4,7%
Pintag	San Jerónimo	4,0%
Alangasí	Crayola mágica	4,0%
Sangolquí	Hamonic Babies	4,0%
San Rafael	C.D.I.B. Londres	3,3%
Alangasí	Mañanitas Alegres	3,3%
Sangolquí	Ágape:	3,0%
Sangolquí	G. Rumiñahui	3,0%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ingry Vega

Pregunta N.- 5 De los servicios que recibe en la guardería, califique la calidad de los factores involucrados en una escala de 1 a 5. Tomando en cuenta que 1 es Deficiente y 5 es Excelente.

Gráfico 1.6
Servicios en las Guarderías



Fuente: Investigación de Mercado

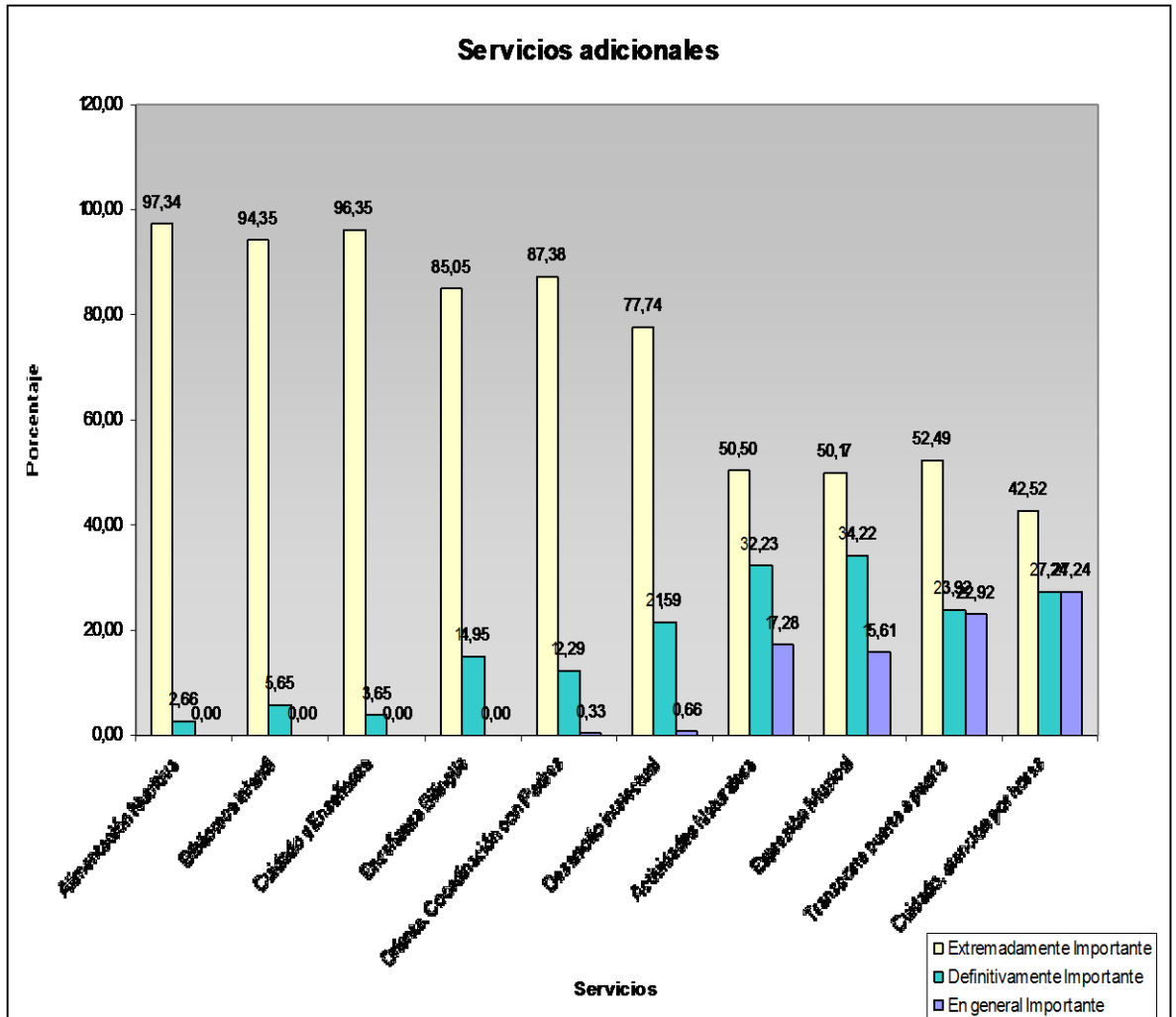
Elaborado por: Ingry Vega

Del 65,1% de personas que tienen a sus niños en un centro de cuidado infantil, califican entre muy bueno, excelente y bueno los servicios que reciben en los centros de cuidado infantil.

Pregunta N.- 6 De los servicios adicionales que puede encontrar en una guardería, por favor seleccione señalando el nivel de importancia, tomando en cuenta que 1 es Poco importante y 5 Extremadamente importante.

Gráfico 1.7

Servicios adicionales en los centros de cuidado infantil



Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ingrid Vega

La mayoría de los encuestados, considera extremadamente importante los servicios adicionales a implementarse en una guardería, distribuyéndose de la siguiente manera:

Tabla 1.13
Preferencia de servicios en los C.C.I.

Alimentación Nutritiva	97,3%
Biblioteca infantil	94,4%
Cuidado y Enseñanza personalizada	96,3%
Enseñanza Bilingüe	85,0%
Orientación y coordinación permanente con los Padres de Familia	87,4%
Desarrollo intelectual: lectura, escritura y cálculo	77,7%
Actividades en la Naturaleza	50,5%
Expresión Musical	50,2%
Transporte de puerta a puerta	52,5%
Cuidado y atención por horas de lunes a domingo	42,5%

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ingry Vega

Pregunta N.- 7 ¿Cuál es el horario que más le convendría?

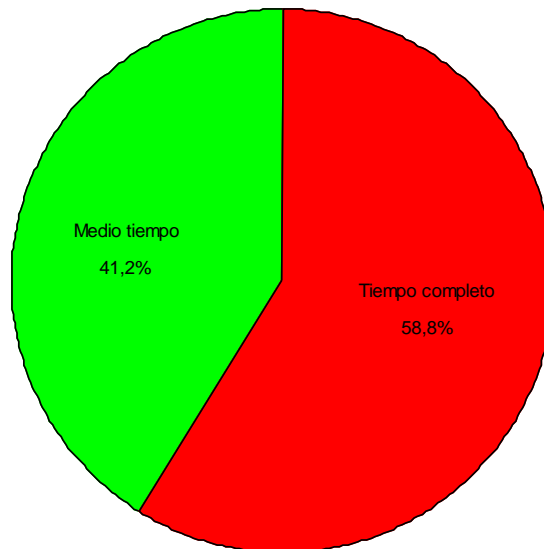
Tabla 1.14
Preferencia de horarios

	Frecuencia	Porcentaje
Tiempo completo	177	58,8
Medio tiempo	124	41,2
Total	301	100,0

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ingry Vega

Gráfico 1.8
Preferencia de horarios



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Ingry Vega

El 58,8% de personas encuestadas tienen mayor preferencia por el servicio de tiempo completo que comprende el horario de lunes a viernes de 8 AM a 6 PM, seguido por el 41,2% de personas encuestadas por el servicio de medio tiempo que comprende el horario de lunes a viernes de 8 AM a 1 PM. Con respecto al servicio de horas extras el 36,5% si requiere y el 63,5% no requiere este servicio.

Pregunta N.- 8 ¿Con todas las características señaladas por usted anteriormente, si una empresa ofertara los servicios de guardería en el Valle de los Chillos, estaría dispuesto a contratar estos servicios?

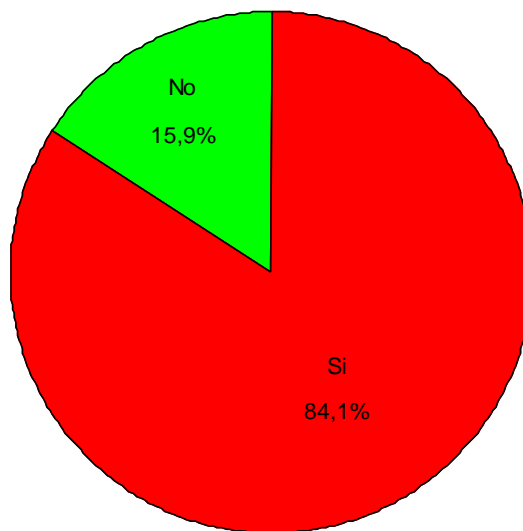
Tabla 1.15
Contratación del servicio

	Frecuencia	Porcentaje
Si	253	84,1
No	48	15,9
Total	301	100,0

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ingry Vega

Gráfico 1.9
Contratación del servicio



Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ingry Vega

La aceptación que se tiene para el proyecto es del 84,1% factor decisivo que da viabilidad de mercado, determinando una demanda potencial para el servicio de guardería o centro infantil para el sector del Valle de los Chillos, con el 15,9% de personas que no contratarían el servicio.

Pregunta N.- 9 ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar?

Tabla 1.16

Precio en Medio Tiempo

	Frecuencia	Porcentaje
\$90 - \$120	66	21,9
Ninguno de los precios	29	9,6
Total	95	31,6
Sistema	206	68,4
Total	301	100,0

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ingrid Vega

Tabla 1.17

Precio en Tiempo Completo

	Frecuencia	Porcentaje
\$150 - \$165	117	38,9
Ninguno de los precios	41	13,6
\$166 - \$180	1	,3
Total	159	52,8
Sistema	142	47,2
Total	301	100,0

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ingrid Vega

Tabla 1.18

Precio en Horas Extras

	Frecuencia	Porcentaje
\$2,25 - \$2,50	97	32,2
Ninguno de los precios	8	2,7
Total	105	34,9
Sistema	196	65,1
Total	301	100,0

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ingrid Vega

El 21,9% de personas encuestadas consideran que es justo pagar desde \$90 - \$120 por el servicio de medio tiempo. El 38,9% personas encuestadas están dispuestas a pagar entre \$150 - \$165 por el servicio de tiempo completo y el 32,2% personas encuestadas están dispuestas a pagar entre \$2,25 - \$2,50 por hora extra de servicio, factores que se tomarán en consideración para establecer el precio de referencia dentro del plan de Marketing para el proyecto.

1.5.- Análisis de la Demanda

1.5.1.-Clasificación de la Demanda

Según datos oficiales del último censo (2001) realizado por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) en el Valle de los Chillos existe:

Tabla 1.19
Población de los sectores en estudio

Sector	Total de Población	Total de niños de 1- 5 años
ALANGASI	17.322	1.644
AMAGUAÑA	23.584	2.417
CONOCOTO	53.137	4.978
GUANGOPOLO	2.284	256
LA MERCED	5.744	667
PINTAG	14.487	1.646
RUMIÑAHUI	56.794	5.347
TOTAL	173.352	16.954

Fuente: INEC
Elaborado por: Ingrid Vega

Con estos datos se hace un incremento del 3,75% de la TCP (Tasa de Crecimiento Poblacional), y se obtiene:

Tabla 1.20
Proyección de la población en estudio

AÑOS	TOTAL POBLACION	NÚMERO DE HOGARES
2001	173.352	43.338
2002	179.853	44.963
2003	186.597	46.649
2004	193.595	48.399
2005	200.854	50.214
2006	208.386	52.097
2007	216.201	54.050

Fuente: INEC
Elaborado por: Ingry Vega

Por lo tanto la demanda para el año 2007 es de 54.050 hogares

1.5.2.- Factores que afectan a la demanda

Los factores que más afectan a la demanda son el precio del propio bien, el ingreso personal, los precios de bienes relacionados como sustitutos o como complementarios, gustos y presencias, temporada, hábitos y cultura, principalmente.

- El precio del servicio se encuentra muy relacionado con el horario que se contrate. En general, se sostiene que la cantidad demandada del servicio aumenta conforme el precio disminuye y para los centros de cuidado infantil esto no es la excepción, mientras más conveniente sea el precio es muy probable que los padres de familia adquieran mas este servicio.
- Un incremento en los precios de los bienes y servicios es considerado como un factor importante que tendría consecuencias en la demanda del servicio de guarderías, ya que de producirse dicho acontecimiento la población se vería obligada a priorizar sus

necesidades, dejando de lado ciertos otros servicios que no consideren de primera necesidad.

- Una disminución de los ingresos familiares, afectaría la demanda del servicio ya que la distribución de este ingreso estaría centrada a satisfacer necesidades de primera necesidad.
- Los precios de los servicios de una guardería, la distancia entre los hogares y el sector donde va a instalarse la guardería, el servicio de transporte, las experiencias desagradables que tuvieron algunas familias anteriormente con los servicios de guardería. Así mismo puede afectar a la demanda los nuevos establecimientos que se creen en el futuro, la falta de flexibilidad en los horarios. Esto se pudo constatar en las encuestas realizadas en la investigación de mercado.
- El precio influye porque, a un menor precio y con la misma calidad del servicio se obtendrá un mayor número de clientes y si el precio aumentaría se tendría menores clientes y por los mismo menores réditos.
- Calidad del servicio que se le da al cliente, se observó en las encuestas de la investigación de mercado que los clientes les importa mucho la calidad del servicio que se le brinda. Esto se debe a que, cuando el cliente ve que su niño no ha sido atendido de la manera adecuada, no se cumple con los servicios mencionados, simplemente deja de llevar a su niño al centro de cuidado infantil.
- La calidad que se le debe brindar al cliente, debe ser la necesaria, a tal punto que el cliente se sienta satisfecho y gustoso de contratar nuevamente el servicio.

1.5.3.-Comportamiento Histórico de la Demanda

De las investigaciones efectuadas en el INEC, se obtuvo la población de niños de 1 a 5 años para el 2001, según el VI Censo de Población y V de vivienda de ese año y el promedio de la Tasa de Crecimiento es del 0,0008172% para niños de 1 a 5 años.

Entonces se puede observar el comportamiento histórico de la demanda en relación a esta tasa de crecimiento, se obtiene el siguiente cuadro:

Tabla 1.21
Datos históricos demanda

Años	Periodo	Población
		Niños de 1- 5 años
2001	1	16.954
2002	2	16.962
2003	3	16.974
2004	4	16.989
2005	5	17.006
2006	6	17.027

Fuente: INEC
Elaborado por: Ingry Vega

1.5.4.-Demanda actual del Servicio

La demanda nos indica que cantidad de un bien o servicio es requerida por los consumidores potenciales de ese bien para adquirirlos y satisfacer sus necesidades.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación de campo dirigida a los hogares del Valle de los Chillos, Ver Anexo 4, pregunta N.-8 se determinó los siguientes resultados:

El 84.1% de los encuestados si contratarían el servicio

Después del estudio se ha determinado que la demanda actual para el servicio de guarderías o centros de cuidado infantil es del 84,1% en los hogares del Valle de los Chillos, es decir 45.456 hogares.

1.5.5.-Proyección de la Demanda

Para el análisis de la proyección de la demanda se consideró datos de años desde el 2001 hasta el año 2006, los mismos que han sido proyectados mediante regresión lineal.

“Matemáticamente, la forma de la ecuación de regresión lineal es:

$$Y = a + bx$$

Donde **Y** es el valor estimado de la variable dependiente para un valor específico de la variable independiente **x**, **a** es el punto de intersección de la línea de regresión con el eje **y**, **b** es la pendiente de la línea de regresión y **x** es el valor específico de la variable independiente.

El criterio de los mínimos cuadrados permite que la línea de regresión de mejor ajuste reduzca al mínimo la suma de las desviaciones cuadráticas entre los valores reales y estimados de la variable dependiente para la información muestral.”⁸

Tabla 1. 22
Datos Regresión lineal (Demanda)

	Coeficientes
Intercepción (a)	16934,13333
Variable X 1 (b)	14,62857143

⁸ SAPAG CHAIN, Nassir, “Preparación y Evaluación de Proyectos”, Cuarta Edición, Mc Graw Hill

A continuación se presenta la demanda proyectada:

$$Y = a + bx$$

Tabla 1. 23

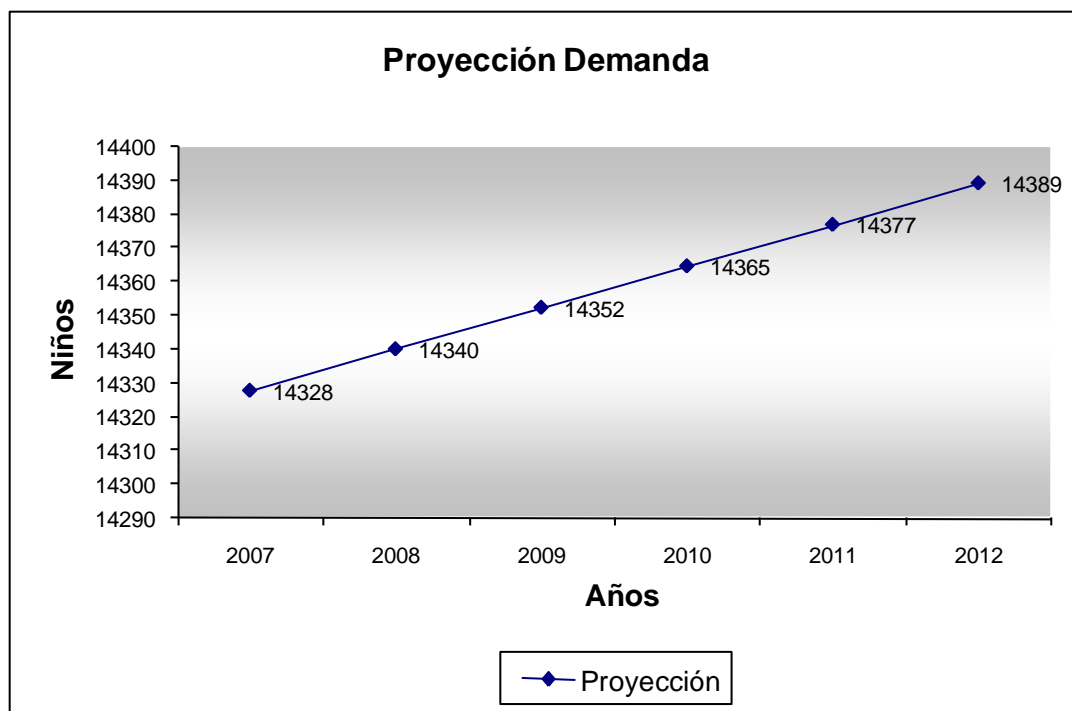
Proyección Demanda			
Años	Periodo	Demanda # de niños	Nivel aceptación 84,1%
2007	7	17.037	14328
2008	8	17.051	14340
2009	9	17.066	14352
2010	10	17.080	14365
2011	11	17.095	14377
2012	12	17.110	14389

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Ingry Vega

Los valores obtenidos se han calculado con el 84,1% que es el porcentaje de la aceptación del servicio, de acuerdo a las encuestas realizadas.

Gráfico 1.10



Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Ingry Vega

1.6.- Análisis de la Oferta

1.6.1.-Clasificación de la Oferta

Oferta Monopólica

La oferta monopólica “es aquella en la que un sólo productor domina el mercado, es decir en la cual existe un sólo oferente y muchos demandantes del bien o servicio.”⁹

Este tipo de oferta no es aplicable al proyecto, debido a que la actividad del negocio no es la única en brindar este tipo de servicio en el mercado.

Oferta Oligopólica

La oferta oligopólica es un mercado en el que actúa un reducido número de oferentes que tienen una gran dependencia entre cada uno. Las decisiones de precios pueden ser tomadas realizando acuerdos entre ellos o en forma separada.

El proyecto, no puede estar ubicado en un mercado de oferta oligopólica debido a que las decisiones de precios no son tomadas entre las diferentes empresas existentes, ni tampoco se puede reunir a todos los empresarios dedicados a esta actividad para tomar decisiones sobre el mercado.

Oferta Competitiva

”Es también llamada de mercado libre, en dónde los productores actúan en circunstancias de libre competencia, existiendo de esta manera muchos oferentes y muchos demandantes”¹⁰

⁹ www.gestiopolis.com/elmercado/ofertas.htm

En este tipo de oferta si se ubica al proyecto debido a que existen muchos demandantes y muchos oferentes, ya que su actividad principal es la atención y cuidado de niños y existen varias empresas que se dedican a esta actividad en el mercado.

1.6.2.-Factores que afectan a la Oferta

Entre los principales factores que afectan a la oferta encontramos los siguientes:

- El número de competidores constituye un factor importante puesto que este es el que determina nuestra participación en el mercado, entre mayor sea el número de competidores que brinden un servicio de guarderías o cuidado infantil en el Valle de los Chillos, más difícil será posicionar el servicio en el mercado debido a una mayor competencia.
- La tecnología ya que si las empresas no poseen una adecuada y moderna tecnología como Internet y sistemas de comunicación no podrán brindar un servicio de calidad, ni podrá mantenerse en el mercado.
- Los precios de los elementos que integran el servicio, como materiales didácticos, uniformes, libros, entre otros; afectan a la oferta ya que si estos se incrementan el precio del servicio ofertado de guarderías también incrementa por lo tanto la empresa debe estar al pendiente de ofrecer un servicio de calidad y a precios accesibles.

¹⁰ www.gestiopolis.com/elmercado/ofertas.htm

- La creación de nuevos impuestos para este tipo de servicio, afecta a la oferta ya que muchas empresas no serán capaces de afrontar el pago de los mismos.
- La inestabilidad del país ya que esta afecta a todas las actividades productivas que sean realizadas por la sociedad en general, por ejemplo una variación en la inflación hará que la oferta tome medidas para que el consumo de su servicio no disminuya ante un posible incremento de los precios.

1.6.3.-Comportamiento Histórico de la Oferta

En el Valle de los Chillos según datos históricos las guarderías o centros de cuidado infantil comenzaron a proliferarse desde 1998.

El comportamiento histórico de la oferta se tomará desde los años 2001 hasta 2006, según datos del MBS desde el 2001 en el Valle de los Chillos ha habido un incremento promedio del 13,7% anual en los centros de cuidado infantil.

Tabla 1. 24

Cuadro histórico de la oferta			
AÑOS	Periodo	# de Centros	# de Niños
2001	1	62	2480
2002	2	73	2920
2003	3	81	3240
2004	4	93	3720
2005	5	107	4280
2006	6	119	4760

Fuente: MBS
Elaborado por: Ingry Vega

1.6.4.-Oferta Actual

Para determinar la oferta actual existente se obtuvo información directamente de la competencia y datos del MBS, en el Valle de los Chillos existen 119 centros, de los cuales, 92 centros están registrados legalmente en el MBS y los 27 centros aún están en proceso de legalización, estos centros atienden a un promedio de 40 niños. Por lo tanto se tiene que:

Tabla 1. 25
Centros Infantiles en el Valle de los Chillos

# Centros Infantiles	# Centros en Proceso	Total	# de niños promedio	Oferta Total Niños
92	27	119	40	4760

Fuente: MBS
Elaborado por: Ingry Vega

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación de campo dirigido a los hogares en estudio del Valle de los Chillos se determinó que 4.760 niños asisten a guarderías o centros de cuidado infantil.

Con los datos históricos obtenidos de la oferta se procede a calcular los coeficientes que servirán para realizar la proyección futura, mediante la regresión lineal.

1.6.5.-Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta se consideró datos de años desde el 2001 hasta el año 2006, los mismos que han sido proyectados mediante regresión lineal, con la ecuación $Y = a + bx$

Tabla 1.26

Datos regresión lineal (Oferta)

	Coefficientes
Intercepción (a)	1970,666667
Variable X 1 (b)	456

Elaborado por: Ingry Vega

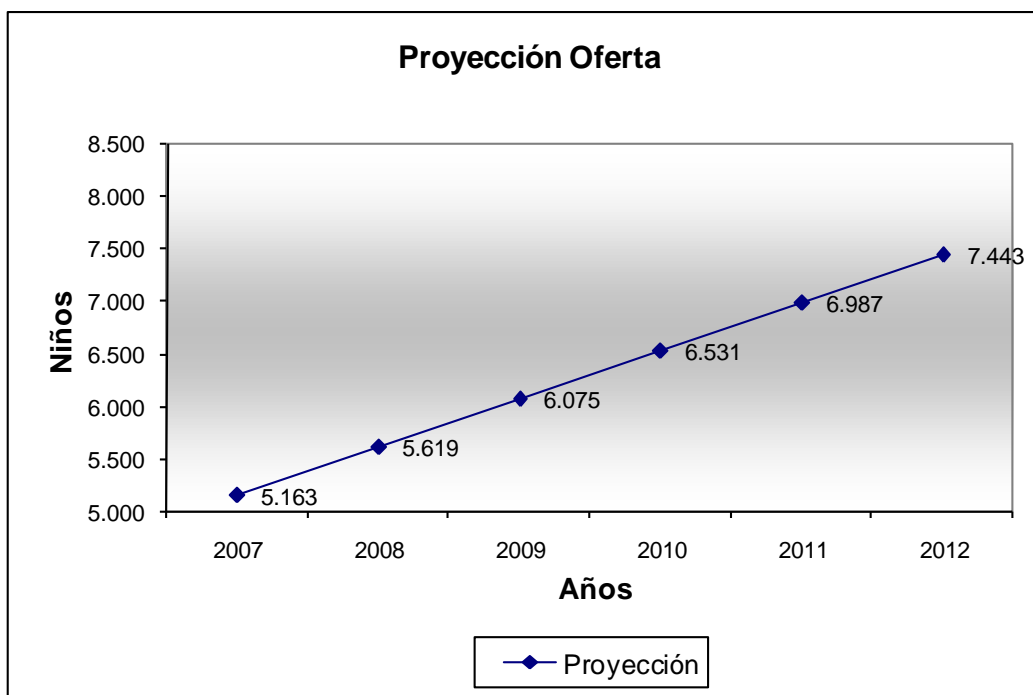
A continuación se presenta la oferta proyectada:

Tabla 1.27
Proyección de la Oferta

AÑOS	Periodo (X)	Oferta # niños
2007	7	5.163
2008	8	5.619
2009	9	6.075
2010	10	6.531
2011	11	6.987
2012	12	7.443

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ingry Vega

Gráfico 1.11



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ingry Vega

1.7.- Determinación de la Demanda Insatisfecha

Se denomina demanda insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.¹¹

Con los datos obtenidos anteriormente se procede a calcular la demanda anual insatisfecha que es igual a la resta de la demanda proyectada menos la oferta proyectada:

La demanda insatisfecha captada por el proyecto se presenta en la siguiente tabla:

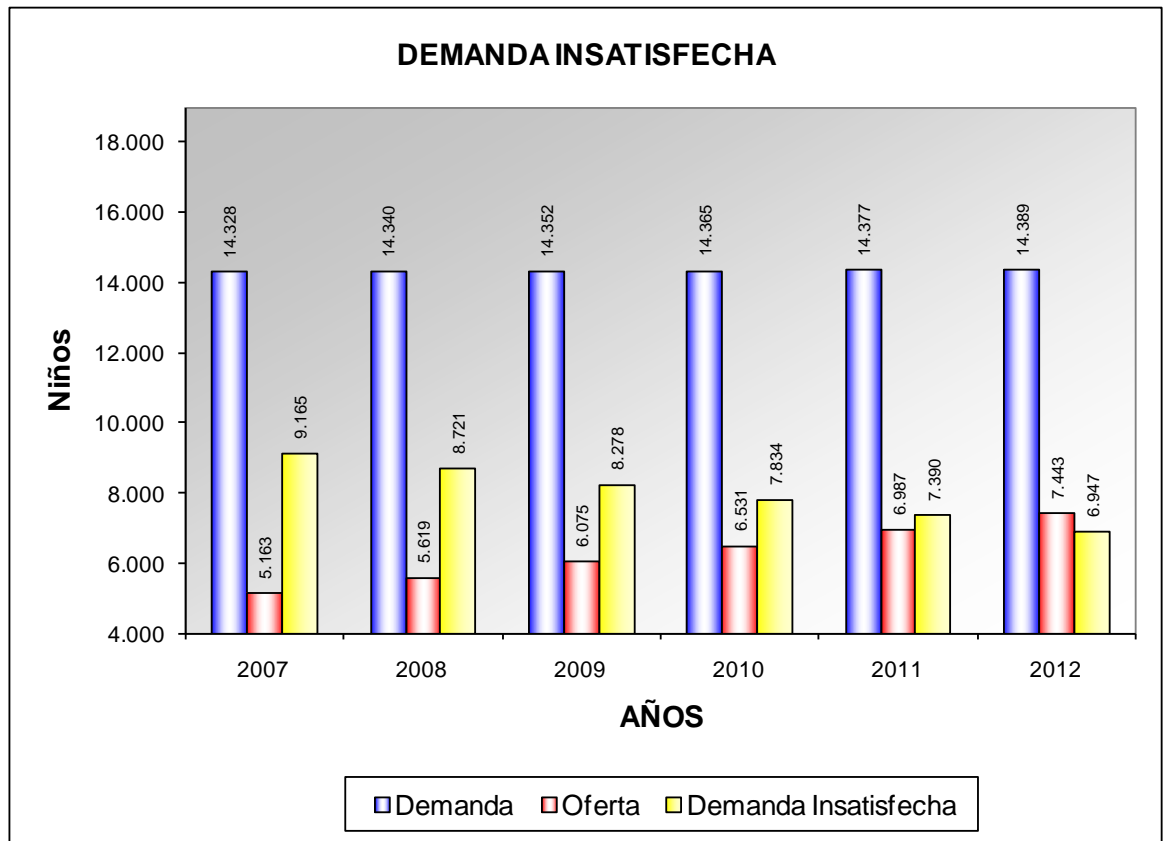
Tabla 1.28

Demanda Insatisfecha			
AÑOS	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2007	14.328	5.163	9.165
2008	14.340	5.619	8.721
2009	14.352	6.075	8.278
2010	14.365	6.531	7.834
2011	14.377	6.987	7.390
2012	14.389	7.443	6.947

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ingry Vega

¹¹ BACA Urbina Gabriel, "Evaluación de Proyectos", Cuarta Edición, Capítulo 2, Página 46, Copia.

Gráfico 1.12



Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ingry Vega

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede observar que la oferta es baja en comparación con la demanda de niños en el sector de estudio, lo cual es muy positivo por cuanto se tiene también una demanda insatisfecha alta y puede ingresar una empresa nueva en este mercado.

1.8.- Análisis del Precio en el Mercado del Servicio.

1.8.1.- Factores que Influyen en el Comportamiento de los Precios.

Los factores que determinan el comportamiento de los precios tanto de matrícula como de pensión son:

- El número de servicios que ofrece cada establecimiento.
- La capacidad de pago de las familias.
- El precio que cobran las demás guarderías. No pueden excederse en el costo debido a que disminuiría la demanda.
- Las garantías que ofrece cada centro, en cuanto al bienestar de los niños, la alimentación, el personal capacitado, la atención oportuna, la salud, el servicio de pediatría, el transporte, etc.

Nadie puede fijar precios con éxito sin un conocimiento profundo de sus costos, de los precios del mercado, de la demanda y teóricamente de alguna base sobre la cual prever el comportamiento de la competencia, esencialmente su reacción ante cambios de precios.

Para el caso de este proyecto se utilizara la información obtenida en la investigación de campo y en la competencia.

Los precios promedios según la investigación de campo realizada que están dispuestos a pagar los padres de familia por el servicio de guardería son:

- Por el horario básico o normal (8 AM a 1 PM) por parte de guarderías o centros infantiles, existe una aceptación del 21,8% en un rango entre \$90 a \$120, es decir un valor medio de $((90+120)/2= \$105)$.
- El 38,9% de la población encuestada esta dispuesta a cancelar \$150 - \$165 por el servicio de tiempo completo (08 AM a 6 PM), es decir un valor medio de $(150 + 165) / 2 = \$157,5)$
- En lo referente a las horas extras el 32,0% personas encuestadas están dispuestas a pagar entre \$2,25 - \$2,50 por hora extra de servicio, con un valor medio de $((\$2,25 + \$2,50) / 2 = \$2,38)$

1.8.2.-Comportamiento Histórico y Tendencias

El aumento en el número de establecimientos ha permitido mantener los costos de los servicios. En la medida que se crean más centros, los precios tienden a bajar por que aumenta la competencia.

De acuerdo a la información proporcionada por el Ministerio de Bienestar Social, por ejemplo en el sur de Quito se pueden encontrar centros infantiles, guarderías, que cobran pensiones entre 30 y 40 dólares; mientras que en el norte, los costos promedios oscilan entre 100 y 150 dólares, sin embargo existen establecimientos más costosos que pueden llegar incluso a superar los \$350 dólares.

1.9.- Mercadeo y Comercialización

1.9.1.-Estrategias de Servicio

- El éxito de la empresa de servicio de cuidado infantil será, el de mantener siempre lo mejores servicios y una alta calidad de atención para poder satisfacer en forma oportuna los requerimientos del cliente.
- Una estrategia en el servicio será la diferenciación, frente al resto de centros de cuidado infantil, en razón que el servicio de cuidado de niños es permanente y con una simple llamada telefónica o una comunicación directa, se atenderá al cliente.
- Garantizar a los padres de familia el bienestar de los pequeños mediante el servicio de pediatría especializada.

1.9.2.-Estrategias de Precios

- Una buena estrategia es introducir el proyecto al mercado con precio ligeramente menor al servicio que cobra la competencia. Esto ayudará a captar clientes, y a introducir de manera medianamente fácil, la empresa en el mercado.
- Luego de mantenerse el precio en un porcentaje ligeramente inferior al precio normal, se deberá tomar acciones en el incremento del precio, subiendo paulatinamente hasta fijar un valor de iguales condiciones que el de la competencia.
- Para mantener el precio en un nivel óptimo para la prestación del servicio se debe aplicar una estrategia de liderazgo en costos, utilizando de forma eficiente los recursos primarios y secundarios con que se cuenta, esto ayudará que tanto los empleados como los directivos, sepan ahorrar sus recursos y utilizar con eficiencia los mismos.
- También se aplicara un precio mediante descuentos y rebajas, se modifica el precio básico para recompensar a los clientes ya sea por el pago oportuno, o una rebaja del 10% si tienen dos niños en el centro.
- Realizar un estudio paulatino del movimiento de los precios en el mercado, debido que esto podría influir sobre trabajar en un mercado que se conoce profundamente y de esta forma subir o bajar los precios de una manera adecuada.

Precios que cobraría el centro de cuidado infantil por los servicios:

Tabla 1.29

Precio de pensión y matricula por jornada

Horario	Pensión Promedio	Matricula
8 AM. a 1 PM.	\$80 USD	\$40 USD
8 AM. a 6 PM.	\$145 USD	\$40 USD

Elaborado por: Ingry Vega

Tabla 1.30

Precio de cuidado por horas	
Horas	Precio en el día y la noche
1 o más horas	\$ 2.50 USD

Elaborado por: Ingry Vega

Tabla 1.31

Precios de sesiones de Estimulación Temprana	
Sesión	Precio
5 días	\$30 USD
10 días	\$50 USD
15 días	\$80 USD

Elaborado por: Ingry Vega

Como servicios complementarios a la guardería y estimulación temprana se contará con orientación familiar y escuela para padres.

Tabla 1.32

Precio de servicios complementarios	
Servicio	Precio sesión
Escuela para padres	\$ 12 USD
Orientación familiar	\$ 12 USD

Elaborado por: Ingry Vega

1.9.3.-Estrategias de Plaza

- Existe la posibilidad de entrar a nuevas plazas de mercado teniendo un crecimiento en el mercado de tal manera que se cubra no solamente los estratos de un nivel económico medio y alto sino que también con una ampliación del servicio, se pueda brindar el mismo servicio a estratos de nivel económico más bajo, cubriendo este nivel se puede lograr crecer y cumplir con los objetivos del proyecto.
- En el presente estudio, uno de los factores claves, es la selección de un sector estratégico o una localización adecuada para el funcionamiento del centro de cuidado infantil. La selección del lugar se lo debe hacer considerando la fácil accesibilidad a los distintos servicios públicos; que disponga de agua, luz, teléfono, servicios de transporte, vías de acceso en buenas condiciones, áreas verdes y de recreación.

1.9.4.-Estrategia de Promoción

- El mercado meta, es el punto de partida de la promoción y publicidad, donde se entregará trípticos del servicio de cuidado infantil o guarderías.

- Se publicará en el periódico y en la revista que circula en el Valle de los Chillos con una atractiva y visible publicidad, haciendo entender que el servicio que se entrega es uno de los mejores del sector.
- Se realizará cuñas publicitarias en emisoras locales, promocionando el servicio.
- Se promocionará el servicio mediante la circulación de hojas volantes, catálogos.
- Merchandising.- se colocará información (afiches) en Centros Comerciales, universidades, balnearios, etc., promocionando el servicio que da la guardería.
- Obsequios.- Se festejará los cumpleaños de los diez primeros niños que se inscriban en el centro.