

Estudio del comportamiento que siguen los consumidores para los centros de desarrollo infantil en el Cantón Rumiñahui.

María Alejandra Bonilla Guerrero

Ingeniería en Mercadotecnia

Trabajo de Conclusión de Carrera presentado como requisito parcial para la obtención del título en Ingeniería en Mercadotecnia del Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio.

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

Sangolquí, Marzo 2011

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

MARÍA ALEJANDRA BONILLA GUERRERO

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “Estudio del comportamiento que siguen los consumidores para los centros de desarrollo infantil en el Cantón Rumiñahui”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al final del párrafo correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

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

Sangolquí, 17 de Marzo del 2011

María Alejandra Bonilla Guerrero

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

CERTIFICADO

DIRECTOR: ING. EDDY CASTILLO MMT MBA

CODIRECTOR: ING. MARCELO TERÁN MBA

CERTIFICAN QUE:

El trabajo titulado “Estudio del comportamiento que siguen los consumidores para los centros de desarrollo infantil en el Cantón Rumiñahui” realizado por, María Alejandra Bonilla Guerrero, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatuarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a la veracidad de los datos expuestos en el presente estudio y su aplicación, se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a María Alejandra Bonilla Guerrero que lo entregue al Ing. Giovanni Herrera, en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, 17 de Marzo del 2011

ING. EDDY A. CASTILLO MMT MBA

DIRECTOR

ING. MARCELO TERÁN MBA

CODIRECTOR

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

Yo, MARÍA ALEJANDRA BONILLA GUERRERO

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército, la publicación del trabajo, en la biblioteca virtual de la Institución, del trabajo, “Estudio del comportamiento que siguen los consumidores para los centros de desarrollo infantil en el Cantón Rumiñahui”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 17 de Marzo del 2011

María Alejandra Bonilla Guerrero



ESPE
ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
CAMINO A LA EXCELENCIA

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
BIBLIOTECA ALEJANDRO SEGOVIA
REGISTRO BIBLIOGRÁFICO DE TESIS

FACULTAD: Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio.
Ingeniería en Mercadotecnia

TESIS DE GRADO **MONOGRAFÍA** **TESIS DE POSGRADO**

TÍTULO DE LA TESIS: Estudio del comportamiento que siguen los consumidores para los centros de desarrollo infantil en el Cantón Rumiñahui.

AUTOR: María Alejandra Bonilla Guerrero

DIRECTOR: Ing. Eddy Castillo MMT. MBA.

PREGRADO **POSGRADO**

FECHA DE ENTREGA DE LA TESIS: Día 17 mes Marzo año 2011

DESCRIPCIÓN FÍSICA:

No. Págs. 434

No. Ref. Bibliográficas: 49

No. Anexos: 13

RESUMEN:

La infancia es considerada en general como lo más significativo del individuo, debido a que en esta etapa se estructura las bases fundamentales de las particularidades físicas y psicológicas de la personalidad, así como de la conducta social. “Una oportuna atención en la primera infancia es garantía para el buen desarrollo de un ser humano; el éxito de un niño en la escuela dependerá de las experiencias en sus primeros años de vida” (Secretaría de Estado de Educación, 2008).

El presente estudio tiene como objetivo determinar el comportamiento que tienen las familias, para la elección de los centros de desarrollo infantil en el Cantón Rumiñahui. Se analizó el entorno de los centros infantiles, las características de las familias que optan por el servicio de educación inicial, para concluir con cada uno de los pasos del proceso de decisión de compra, y determinar los gustos y preferencias que tienen las familias.

PALABRAS CLAVES (PALABRAS QUE AYUDEN A IDENTIFICAR LA TESIS):

- 1.- Comportamiento del Consumidor
- 2.- Investigación de Mercados
- 3.- Centros de desarrollo infantil.

SE AUTORIZA LA PUBLICACIÓN DE ESTA TESIS EN EL REPOSITORIO DIGITAL DE LA INSTITUCIÓN, SEGÚN ART. 146 DE LA LEY DE EDUCACIÓN SUPERIOR.

FIRMAS

Director:

Ing. Eddy Castillo. MMT. MBA

Graduada:

María Alejandra Bonilla Guerrero

DEDICATORIA:

Con todo mi corazón y con mi infinita gratitud a mi Madre Margot y mi hermana Eduarda, quienes han sido fuente inagotable de valiosos consejos.

Por esos tiempos en los que con amor me ayudaron a sembrar, para hoy poder cosechar.

Por cada oración y sonrisa que recibí de ellas para fortalecerme y poder superarme cada día.

AGRADECIMIENTO

Mi más profundo agradecimiento a Dios por permitirme cada momento depender de él,

A mis padres Freddy y Margot por su infinito amor y apoyo incondicional, a mis hermanos Andrés y Eduarda por apoyarme y darme fuerzas para siempre luchar.

A mi querida ESPE, a cada uno de mis maestros, que contribuyeron en mi formación profesional.

A mis tutores, Ingeniero Eddy Castillo e Ingeniero Marcelo Terán, que con sabiduría y gran conocimiento, me han guiado para hoy poder alcanzar una meta más en mi vida.

ÍNDICE:

Página Inicial	1
Declaración de Responsabilidad	2
Certificado	3
Autorización.....	4
Dedicatoria:.....	7
Agradecimiento	8
Índice:	9
Resumen Ejecutivo:.....	23
<u>CAPÍTULO I:</u>	26
PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	26
1. INTRODUCCIÓN:	26
1.1 “Buen vivir”:	26
1.2 Educación infantil:	28
1.3 Importancia sobre estudios de investigación:	31
1.4 OBJETIVOS:	33
1.4.1 Objetivo general:	33
1.4.2 Objetivos Específicos:	33
1.5 JUSTIFICACIÓN:	34
<u>CAPÍTULO II</u>	38
2. MARCO TEÓRICO:	38
2.1 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR:	38
2.1.1 Definición:	38
2.1.2 El comportamiento de consumo incluye muchos actores:	40
2.1.3 CAJA NEGRA DEL CONSUMIDOR:	41
2.1.3.1 ENTORNO:	42
2.1.3.1.1 Análisis del ambiente externo.....	42
2.1.3.1.1.1 Microentorno:.....	43
2.1.3.1.1.2 Macroambiente:.....	44
2.1.3.1.2 Análisis del ambiente interno:	45
2.1.3.2 EL CONSUMIDOR COMO INDIVIDUO: Características	46
2.1.3.2.1 El proceso de motivación:	46
2.1.3.2.2 Personalidad:.....	49
2.1.3.2.3 Percepción:.....	50
2.1.3.2.4 Actitudes:.....	51
2.1.3.3 PROCESO DE TOMA DE DECISIONES DEL CONSUMIDOR:	51
2.1.3.3.1 Reconocimiento de la necesidad:	52
2.1.3.3.2 Búsqueda de información:	53
2.1.3.3.3 Evaluación previa a la compra:	54

2.1.3.3.4	Compra:	55
2.1.3.3.5	Consumo:	56
2.1.3.3.6	Evaluaciones posteriores a la compra:	57
2.1.3.3.7	Descarte:	57
2.1.3.4	FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR:.....	57
2.1.3.4.1	Cultura:	58
2.1.3.4.2	Subcultura:	59
2.1.3.4.3	Estilos de vida:	61
2.1.3.4.4	Clase social:	61
2.1.3.4.5	Grupos de referencia y pertenencia: influencias familiares:.....	62
2.1.3.5	RESPUESTA DEL CONSUMIDOR:	64
2.1.3.5.1	Servicio:.....	64
2.1.3.5.2	Características de los servicios:	65
2.1.3.5.3	Servicios suplementarios y complementarios:	65
2.1.3.5.4	Identidad de marca:	67
2.1.3.5.5	Procesos del servicio:	68
2.2	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:.....	71
2.2.1	EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:.....	71
2.2.1.1	PASO 1: Definición del Problema	71
2.2.1.1.1	Discusión con los tomadores de decisiones:.....	72
2.2.1.1.2	Investigación exploratoria:	72
2.2.1.1.3	Investigación cualitativa:	72
2.2.1.1.3.1	Procedimientos de la investigación cualitativa:	72
2.2.1.1.3.1.1	Enfoque Directo:	72
2.2.1.1.3.1.2	Enfoque Indirecto:	76
2.2.1.2	PASO 2: Desarrollo del Enfoque del Problema	76
2.2.1.2.1	Marco objetivo teórico:	77
2.2.1.2.2	Modelos analíticos:	77
2.2.1.2.3	Datos secundarios:.....	78
2.2.1.2.4	Preguntas de investigación:	78
2.2.1.2.5	Diagrama Ishikawa: Causa – Efecto:	78
2.2.1.2.6	Objetivo:	80
2.2.1.2.7	Hipótesis:	80
2.2.1.3	PASO 3: Formulación del Diseño de Investigación.....	80
2.2.1.3.1	Investigación descriptiva:	81
2.2.1.3.2	Muestreo:	81
2.2.1.3.2.1	Proceso de diseño del muestreo:	81
2.2.1.3.3	Diseño de la investigación descriptiva:	88
2.2.1.3.3.1	Técnica de encuesta:.....	88
2.2.1.3.3.2	Observación:	89
2.2.1.3.3.3	Diseño del cuestionario y formas:	90

2.2.1.3.3.4	Medición y escalamiento:	91
2.2.1.4	PASO 4: Trabajo de campo o recopilación de datos	94
2.2.1.4.1	Proceso del trabajo de campo:	94
2.2.1.5	PASO 5: Preparación y análisis de datos.....	95
2.2.1.5.1	Clasificación de las técnicas estadísticas:.....	96
2.2.1.5.2	Distribución de frecuencias:	96
2.2.1.5.3	Medidas de localización:	97
2.2.1.5.4	Medidas de variación:.....	97
2.2.1.5.5	Hipótesis y prueba de hipótesis:.....	97
2.2.1.5.6	Análisis multivariados:.....	104
2.2.1.5.6.1	Análisis de varianza ANOVA:.....	104
2.2.1.5.6.2	Chi cuadrado o Crosstabs:	106
2.2.1.5.6.3	Correlación:.....	107
2.2.1.6	PASO 6: Elaboración y presentación del informe.....	110
2.3	EDUCACIÓN INICIAL:.....	111
2.3.1	Importancia de la educación inicial:	111
2.3.2	Figuras históricas y su influencia en la educación inicial	112
2.3.3	Teorías aplicadas a la enseñanza y aprendizaje:	114
2.3.4	Estimulación temprana:	116
2.3.5	La infancia: Años de cimentación del aprendizaje	117
2.3.6	Jóvenes cerebros:	120
2.3.7	El desarrollo motor:	121
2.3.8	El desarrollo intelectual y el desarrollo del lenguaje:	122
2.3.9	Cuidado Del Niño:	123
2.3.10	Centro Infantil:.....	124
2.3.11	Teorías sobre el juego:	128
2.3.12	Centros de aprendizaje:	128
2.3.13	Equipamiento, material didáctico y materiales - educación infantil.....	133
CAPÍTULO III	134
3.	INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA:	134
3.1.	HERRAMIENTAS.....	134
3.1.1.	DATOS SECUNDARIOS.....	134
3.1.1.1.	ANÁLISIS DEL ENTORNO:.....	134
3.1.1.1.1.	MACROAMBIENTE.....	134
3.1.1.1.1.1.	Ambiente económico:	134
3.1.1.1.1.1.1.	Inflación:	134
3.1.1.1.1.1.2	Canasta básica:	137
3.1.1.1.1.1.3	Cobertura del presupuesto familiar:	140
3.1.1.1.1.1.4	PIB:.....	142

3.1.1.1.1.5	PEA:.....	146
3.1.1.1.2	Ambiente Demográfico:	151
3.1.1.1.2.1	Población Cantón Rumiñahui:	151
3.1.1.1.2.2	Nacimientos:	156
3.1.1.1.2.3	Matrimonios:	158
3.1.1.1.3	Ambiente Político:	160
3.1.1.1.3.1	Constitución:	160
3.1.1.1.3.2	Código de la Niñez y Adolescencia.....	160
3.1.1.1.3.3	INFA:.....	161
3.1.1.1.3.4	Norma para conceder la autorización de funcionamiento de centros de desarrollo infantil, públicos y privados:	162
3.1.1.1.4	Ambiente tecnológico:	169
3.1.1.1.4.1	E-Learning	169
3.1.1.1.4.2	Holograma:.....	170
3.1.1.1.4.3	Pizarra Interactiva.....	171
3.1.1.1.4.4	SMART Table	175
3.1.1.1.4.5	Electronic Popable:.....	177
3.1.1.1.4.6	Cámaras web en los centros infantiles:.....	179
3.1.1.2	MICROAMBIENTE.....	181
3.1.1.2.1	Clientes:	181
3.1.1.2.2	Competencia:	182
3.1.1.2.3	Sustitutos:.....	183
3.1.1.2.4	Proveedores:.....	187
3.1.1.2.5	Intermediarios:	196
3.1.2	ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD:.....	197
3.1.2.1	Formato de la entrevista:	197
3.1.2.2	Desarrollo de entrevistas:	199
3.1.2.3	Resumen de entrevistas:	200
3.1.3	FOCUS GROUP:	208
3.1.3.1	Agenda:.....	209
3.1.3.2	Desarrollo del focus group:	211
3.1.3.3	Desarrollo de la preguntas del focus group:	211
3.1.3.4	Resumen Focus Group:	212
CAPÍTULO IV	217
4.	INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA:	217
4.1.	Definición del problema:.....	217
4.2.	Objetivos de la investigación de mercados:	220
4.2.1.	Objetivo general:.....	220
4.2.2.	Objetivos específicos:	220
4.3.	Hipótesis:	220
4.4.	Diseño de la Investigación:	221

4.4.1. Tipo de investigación:	221
4.4.1.1. Investigación Descriptiva:	221
4.4.1.2. Instrumento de recolección de datos:	221
4.4.1.2.1. Encuesta:	221
4.4.1.3. Población objetivo:	221
4.4.1.4. Muestreo:	222
4.4.1.4.1. Muestreo no probabilístico:	222
4.4.1.4.2 Muestreo probabilístico:	222
4.4.1.4.3 Tamaño de la muestra:	223
4.4.1.4.4. Diseño de Encuesta:	223
4.4.1.4.5. Encuesta piloto:	226
4.4.1.4.6. Encuesta definitiva:	230
4.5. Trabajo de Campo:	231
4.6. Preparación de los Datos:	232
4.7. RESULTADOS:	232
4.7.1. Datos generales:	233
4.7.1.1. Información del encuestado:	233
4.7.1.2. Datos personales del padre:	235
4.7.1.3. Datos personales de la madre:	240
4.7.1.4 Datos familiares:	245
4.7.1.5 Hijos menores de seis años:	254
4.7.2 Educación inicial:	264
4.7.3 Conocimiento Del Mercado	274
4.7.4 Servicios Del Centro Infantil:	281
4.7.5 Calificación De Los Sigüientes Aspectos Del Centro Infantil:	288
4.7.6 Centro infantil nuevos servicios:	293
4.8. RESULTADOS POR TIPO DE CENTRO INFANTIL:	297
4.8.1. Estado civil:	297
4.8.2. Datos personales del padre:	298
4.8.3. Datos personales del madre:	303
4.8.4. Datos familiares:	308
4.8.5. Datos niños menores de 6 años:	312
4.8.6. Educación inicial:	316
4.8.7. Centro infantil:	324
4.8.8. Servicios:	331
4.8.9. Calificación del centro infantil:	335
4.8.10. Nuevos servicios:	340
4.9 RESUMEN DE LA INVESTIGACIÓN:	343
4.9.1 Datos de identificación de las familias que tienen hijos memores de seis años en el Cantón Rumiñahui	343
4.9.2 Datos de identificación de los padres de familia	344
4.9.3 Datos de identificación del niño:	345
4.9.4 Niños menores de seis años que no asisten al centro infantil:	345

4.10 PROCESO DE TOMA DE DECISIONES: de las familias del Cantón Rumiñahui para la elección de los centros de desarrollo infantil:.....	346
4.10.1 Reconocimiento de la necesidad:.....	346
4.10.2 Búsqueda de información:.....	347
4.10.3 Evaluación previa a la compra:.....	348
4.10.4 Compra:.....	348
4.10.5 Consumo:.....	349
4.10.6 Evaluaciones posteriores a la compra:.....	350
4.11 MODELO: Proceso que siguen las familias para la elección de centros infantiles en el Cantón Rumiñahui.	351
4.11.1 Características que afectan la conducta de las familias que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos:.....	352
4.11.1.1 Proceso de decisión de compra de las familias que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos:.....	353
4.11.2 Características que afectan a las familias que tienen a sus hijos en centros infantiles privados:.....	355
4.11.2.1 Proceso de decisiones de las familias que tienen hijos en centros infantiles privados:..	356
4.12 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	358
4.12.1 Hipótesis 1: Análisis de ANOVA de un factor.....	358
4.12.2 Hipótesis 2: Análisis de Chi - Cuadrado:.....	362
4.12.3 Hipótesis 3: Análisis de Correlación:.....	367
<u>CAPÍTULO V:</u>	373
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	373
5.1.Conclusiones.....	373
5.1.1. Conclusiones de la investigación exploratoria:.....	373
5.1.2 Conclusiones de la investigación descriptiva:.....	374
5.2.Recomendaciones:.....	375
6. ANEXOS:	376
7. BIBLIOGRAFÍA:	432

ÍNDICE DE TABLAS:

Tabla 2. 1 Roles del proceso de toma de decisiones de la familia	64
Tabla 2. 2 Características de las sesiones de grupo.....	73
Tabla 2. 3 Tipos de error.....	100
Tabla 2. 4 Figuras históricas y su influencia en la Educación Inicial	113
Tabla 2. 5 Teorías del Aprendizaje	115
Tabla 3. 1 Estructura de la canasta básica	138
Tabla 3. 2 Ingreso Familiar Disponible	141
Tabla 3. 3 Valor Agregado Bruto por Industria	144
Tabla 3. 4 Proyección de la Población de Rumiñahui.....	152
Tabla 3. 5 Proyección de Número de Hogares en Rumiñahui	153
Tabla 3. 6 Proyecciones por edad y género	154
Tabla 3. 7 Nacimientos Ocurridos y registrados.....	156
Tabla 3. 8 Estructura Porcentual de Matrimonios.....	159
Tabla 3. 9 Familias Cantón Rumiñahui.....	181
Tabla 3. 10 Población menor de 5 años Cantón Rumiñahui.....	181
Tabla 3. 11 Listado de Centros de Desarrollo Infantiles	182
Tabla 3. 12 Proveedores de material	187
Tabla 3. 13 Proveedores papelería	188
Tabla 3. 14 Proveedores textos	190
Tabla 3. 15 Proveedores tecnología	192
Tabla 3. 16 Proveedores muebles.....	193
Tabla 3. 17 Proveedores Personal	195
Tabla 3. 18 Resumen entrevistas centros infantiles	200
Tabla 3. 19 Resumen entrevistas Municipio.....	207
Tabla 3. 20 Agenda Focus Group	209
Tabla 3. 21 Panelistas Focus Group.....	211
Tabla 4. 1 Población Objetivo	221
Tabla 4. 2 Contenido de la encuesta.....	223
Tabla 4. 3 Género	233
Tabla 4. 4 Estado civil.....	234
Tabla 4. 5 Edad del Padre	235
Tabla 4. 6 Ocupación del padre	236
Tabla 4. 7 Horas de trabajo del padre.....	237
Tabla 4. 8 Nivel de educación del padre	238
Tabla 4. 9 Ocupación padre - Niño asiste a un centro infantil.....	239
Tabla 4. 10 Edad de la madre.....	240
Tabla 4. 11 Ocupación de la madre	241
Tabla 4. 12 Horas de trabajo	242
Tabla 4. 13 Nivel de educación madre	243

Tabla 4. 14 Ocupación de la madre - Asiste al centro infantil.....	244
Tabla 4. 15 Sector de domicilio	245
Tabla 4. 16 Casa donde habitan	246
Tabla 4. 17 Tiene vehículo propio:	247
Tabla 4. 18 Marca del vehículo.....	248
Tabla 4. 19 Modelo de vehículo.....	249
Tabla 4. 20 Año del vehículo	250
Tabla 4. 21 Ingresos Familiares	251
Tabla 4. 22 Ingresos Familiar - Valor del centro que está dispuesto a pagar	252
Tabla 4. 23 Hijos menores de seis años.....	254
Tabla 4. 24 Número de hijos menores de seis años	255
Tabla 4. 25 Edad del primer hijo.....	256
Tabla 4. 26 Edad del segundo Hijo	257
Tabla 4. 27 ¿Asiste el niño a un centro infantil?.....	258
Tabla 4. 28 Hijos - Asisten a un centro infantil:	259
Tabla 4. 29 Razón por la que no asisten al centro infantil.....	260
Tabla 4. 30 Cuidado del niño si no asiste al centro infantil.....	261
Tabla 4. 31 Edad de ingresos al centro infantil.....	262
Tabla 4. 32 Centro infantil	263
Tabla 4. 33 Importancia de asistir a un centro infantil	264
Tabla 4. 34 Razones para calificar la importancia de enviar al centro infantil.....	265
Tabla 4. 35 Principal ventaja que encuentra al enviar a los niños al centro infantil ...	266
Tabla 4. 36 ¿Enviaría al niño al centro infantil si pudiera pasar en casa?.....	267
Tabla 4. 37 Razonas por las que sí enviaría a los niños al centro infantil	268
Tabla 4. 38 Razones por las que no enviaría a un niño al centro infantil.....	269
Tabla 4. 39 Principal razón para enviar al centro infantil:	270
Tabla 4. 40 Tuvieron temores los padres de familia	271
Tabla 4. 41 Tipos de temores	272
Tabla 4. 42 Reacciones negativas de enviar a los niños al centro infantil	273
Tabla 4. 43 Centros infantiles	274
Tabla 4. 44 ¿Por qué les gusta el centro infantil?	275
Tabla 4. 45 Fuentes de búsqueda de información:	276
Tabla 4. 46 Número de centros infantiles que visitaron	277
Tabla 4. 47 Perona que eligió el centro infantil	278
Tabla 4. 48 Servicios del centro infantil.....	279
Tabla 4. 49 Aspectos que las familias observar dentro del centro infantil	280
Tabla 4. 50 Horario de entrada al centro infantil	281
Tabla 4. 51 Horario de salida del centro infantil.....	282
Tabla 4. 52 Niños por aula en el centro infantil.....	283
Tabla 4. 53 Interacción del centro con los padres de familia	284
Tabla 4. 54 Infraestructura del centro.....	285
Tabla 4. 55 Valor que está dispuesto a pagar	286
Tabla 4. 56 Cuidado del niño después que asiste al centro infantil	287
Tabla 4. 57 Calificación del servicio de educación.....	288

Tabla 4. 58 Infraestructura.....	289
Tabla 4. 59 Calificación servicio de alimentación	290
Tabla 4. 60 Calificación de la interacción del centro con los padres de familia.....	291
Tabla 4. 61 Calificación del personal del centro infantil.....	292
Tabla 4. 62 Servicios que le gustaría que se implemente	293
Tabla 4. 63 Desearía que se extienda el horario de atención.....	294
Tabla 4. 64 Horas que le gustaría que se implemente	295
Tabla 4. 65 Horario de salida, si se ampliara el centro infantil	296
Tabla 4. 66 Centro infantil - Estado civil	297
Tabla 4. 67 Centro infantil - Edad del padre.....	298
Tabla 4. 68 Centro infantil - Ocupación del padre.....	299
Tabla 4. 69 Número de horas de trabajo.....	300
Tabla 4. 70 Centro infantil - Nivel de educación del padre.....	302
Tabla 4. 71 Centro infantil - Edad madre	303
Tabla 4. 72 Centro infantil - Ocupación madre	304
Tabla 4. 73 Centro infantil - Horas de trabajo de la madre	305
Tabla 4. 74 Centro infantil - Nivel educación madre.....	307
Tabla 4. 75 Centro infantil - Parroquia donde vive.....	308
Tabla 4. 76 Centro infantil - Casa donde habita	309
Tabla 4. 77 Centro infantil - Vehículo propio.....	310
Tabla 4. 78 Centro infantil - Ingresos familiares	311
Tabla 4. 79 Centro infantil - Número de hijos	312
Tabla 4. 80 Centro infantil - Edad del niño	313
Tabla 4. 81 Centro Infantil - Edad Ingreso centro infantil	314
Tabla 4. 82 Centro infantil - Importancia de enviar a los niños al centro infantil	316
Tabla 4. 83 Centro infantil - Principal ventaja de que el niño asista al centro infantil	317
Tabla 4. 84 Centro infantil - Enviaría al niño al centro infantil.....	318
Tabla 4. 85 Centro infantil - principal razón para enviar al niño al centro infantil	319
Tabla 4. 86 Centro infantil - Tuvieron temores	321
Tabla 4. 87 Centro Infantil - Tipo de temores	322
Tabla 4. 88 Centro infantil - Reacciones negativas.....	323
Tabla 4. 89 Centro infantil - Fuentes de información	324
Tabla 4. 90 Centro infantil - Número de centros infantiles	325
Tabla 4. 91 Centro infantil - Persona que decidió la elección del centro	326
Tabla 4. 92 Centro infantil - Servicios del centro infantil	327
Tabla 4. 93 Centro infantil Aspectos del centro.....	329
Tabla 4. 94 Centro infantil - Número de niños por aula.....	331
Tabla 4. 95 Centro infantil - Infraestructura.....	332
Tabla 4. 96 Centro infantil - Interacción del centro con los padres de familia.....	333
Tabla 4. 97 Centro infantil - Cuidado del niño después que asiste al centro.....	334
Tabla 4. 98 Centro infantil - Calificación del servicio de educación	335
Tabla 4. 99 Centro infantil - Calificación del personal	336
Tabla 4. 100 Centro infantil - Calificación infraestructura	337
Tabla 4. 101 Centro infantil - Calificación servicio de alimentación	338

Tabla 4. 102 Centro infantil - Calificación interacción del centro con los padres.....	339
Tabla 4. 103 Centro infantil - Servicios que le gustaría que implementen	340
Tabla 4. 104 Centro infantil - Ampliar el horario	341
Tabla 4. 105 Centro infantil - Número de horas implementar	342
Tabla 4. 106 Datos de identificación de la familia.....	343
Tabla 4. 107 Datos de identificación del niño	344
Tabla 4. 108 Datos de identificación del niño	345
Tabla 4. 109 Niños que no asisten al centro infantil	345
Tabla 4. 110 Reconocimiento de la necesidad.....	346
Tabla 4. 111 Búsqueda de información.....	347
Tabla 4. 112 Evaluación previa a la compra.....	348
Tabla 4. 113 Compra	349
Tabla 4. 114 Consumo.....	349
Tabla 4. 115 Evaluaciones posteriores a la compra	350
Tabla 4. 116 Descriptivos estadísticos: Ingresos familiar - Centro infantil	359
Tabla 4. 117 ANOVA.....	359
Tabla 4. 118 Centro infantil - Ampliar horario	363
Tabla 4. 119 Chi cuadrado	363
Tabla 4. 120 Correlación	368

ÍNDICE DE GRÁFICOS:

Gráfico 2. 1 Modelo de la conducta del consumidor	42
Gráfico 2. 2 Jerarquía de las necesidades de Maslow	47
Gráfico 2. 3 Proceso de toma de decisiones del consumidor	51
Gráfico 2. 4 Reconocimiento de la necesidad.....	52
Gráfico 2. 5 Estratificación Social	62
Gráfico 2. 6 Servicios suplementarios y complementarios	66
Gráfico 2. 7 Clasificación de los servicios suplementarios	66
Gráfico 2. 8 Concepto mapeo de servicio.....	68
Gráfico 2. 9 Proceso de Investigación de Mercados	71
Gráfico 2. 10 Diagrama Causa - Efecto.....	79
Gráfico 2. 11 Proceso de diseño de muestreo	81
Gráfico 2. 12 Clasificación de las técnicas de muestreo	83
Gráfico 2. 13 Fórmula de la muestra.....	87
Gráfico 2. 14 Tipos de encuestas	88
Gráfico 2. 15 Técnicas de escala.....	92
Gráfico 2. 16 Proceso de prueba de hipótesis	98
Gráfico 2. 17 Zona de aceptación de hipótesis	99
Gráfico 2. 18 Prueba de dos colas.....	101
Gráfico 2. 19 Pruebas unilateral de hipótesis	101
Gráfico 2. 20 Fórmula de z	102
Gráfico 2. 21 Fórmula de t.....	102

Gráfico 2. 22 Zona de rechazo de Hipótesis	103
Gráfico 2. 23 Fórmula de fi	107
Gráfico 2. 24 Regla de decisión de la Correlación.....	109
Gráfico 2. 25 Fórmula t para correlación	110
Gráfico 2. 26 Áreas funcionales del cerebro.....	120
Gráfico 2. 27 Evolución del crecimiento y maduración de los diversos tejidos y sistemas del organismo	126
Gráfico 2. 28 Pirámide Alimenticia	127
Gráfico 3. 1 Tipos de Inflación	135
Gráfico 3. 2 Inflación Octubre	136
Gráfico 3. 3 Canasta Básica y Familiar	137
Gráfico 3. 4 Canasta Básica Octubre.....	139
Gráfico 3. 5 Cobertura del presupuesto Familiar	140
Gráfico 3. 6 Producto Interno Bruto.....	142
Gráfico 3. 7 PIB: Petrolero y no petrolero.....	143
Gráfico 3. 8 PIB por sectores	144
Gráfico 3. 9 Cálculo del PEA	147
Gráfico 3. 10 Ocupación total y por sexo	148
Gráfico 3. 11 Desocupación total y por sexo	149
Gráfico 3. 12 Subocupación total y por sexo	149
Gráfico 3. 13 Distribución de la PEA.....	150
Gráfico 3. 14 Nacidos Vivos.....	157
Gráfico 3. 15 Número de Matrimonios	158
Gráfico 3. 16 Pizarra Digital Táctil	172
Gráfico 3. 17 Pizarra Digital 1	173
Gráfico 3. 18 Pizarra Digital 2	173
Gráfico 3. 19 Smart Table.....	175
Gráfico 3. 20 Smart Table 2.....	176
Gráfico 3. 21 Libro Electrónico	178
Gráfico 3. 22 Electronic Popable	179
Gráfico 3. 23 Sustitutos	184
Gráfico 3. 24 Intermediarios	196
Gráfico 4. 1 Diagrama Causa - Efecto.....	219
Gráfico 4. 2 Género	233
Gráfico 4. 3 Estado Civil	234
Gráfico 4. 4 Edad del padre	235
Gráfico 4. 5 Ocupación del padre.....	236
Gráfico 4. 6 Horas de trabajo del padre.....	237
Gráfico 4. 7 Nivel de educación del padre	238
Gráfico 4. 8 Ocupación padre - Niño asiste a un centro infantil.....	239
Gráfico 4. 9 Edad de la madre	240

Gráfico 4. 10 Ocupación de la madre.....	241
Gráfico 4. 11 Horas de trabajo madre	242
Gráfico 4. 12 Nivel de educación madre	243
Gráfico 4. 13 Ocupación madre - Asiste al centro infantil	244
Gráfico 4. 14 Sector de domicilio	245
Gráfico 4. 15 Casa donde habitan	246
Gráfico 4. 16 ¿Tienen vehículo Propio?.....	247
Gráfico 4. 17 Marca del vehículo.....	248
Gráfico 4. 18 Modelo del vehículo.....	249
Gráfico 4. 19 Año del vehículo	250
Gráfico 4. 20 Ingresos Familiares	251
Gráfico 4. 21 Ingreso familiar - Valor que está dispuesto a pagar.....	253
Gráfico 4. 22 Hijos menores de seis años.....	254
Gráfico 4. 23 Número de hijos menores de seis años	255
Gráfico 4. 24 Edad del primer hijo.....	256
Gráfico 4. 25 Edad del segundo Hijo	257
Gráfico 4. 26 ¿Asiste el niño a un centro infantil?.....	258
Gráfico 4. 27 Hijos - Asisten al centro infantil	259
Gráfico 4. 28 Razones por las que no asiste al centro infantil:	260
Gráfico 4. 29 Cuidado del niño si no asiste al centro infantil.....	261
Gráfico 4. 30 Edad de ingreso al centro infantil	262
Gráfico 4. 31 Centro Infantil.....	263
Gráfico 4. 32 Importancia de asistir a un centro infantil	264
Gráfico 4. 33 Razones para calificar la importancia de enviar al centro infantil.....	265
Gráfico 4. 34 Principal ventaja que encuentra al enviar a los niños al centro infantil .	266
Gráfico 4. 35 Enviaría al niño a un centro infantil.....	267
Gráfico 4. 36 ¿Por qué sí enviaría al centro infantil?	268
Gráfico 4. 37 Razones por las que sí enviaría al centro infantil	269
Gráfico 4. 38 Principal razón para enviar al centro infantil	270
Gráfico 4. 39 Tuvieron temores los padres de familia	271
Gráfico 4. 40 Tipos de temores.....	272
Gráfico 4. 41 Reacciones negativas de enviar al centro infantil.....	273
Gráfico 4. 42 Centros infantiles	274
Gráfico 4. 43 ¿Por qué conocen o les gusta el centro infantil?	275
Gráfico 4. 44 Fuentes de información	276
Gráfico 4. 45 Número de centros infantiles que visitaron	277
Gráfico 4. 46 Persona que eligió el centro infantil.....	278
Gráfico 4. 47 Servicios del centro infantil.....	279
Gráfico 4. 48 Aspectos que observaron dentro del centro infantil.....	280
Gráfico 4. 49 Hora de entrada al centro infantil	281
Gráfico 4. 50 Hora de salida	282
Gráfico 4. 51 Niños por aula.....	283
Gráfico 4. 52 Interacción del centro con los padres de familia	284
Gráfico 4. 53 Infraestructura del centro infantil	285

Gráfico 4. 54 Valor que está dispuesto a pagar.....	286
Gráfico 4. 55 Cuidado del niño después de que asiste al centro infantil.....	287
Gráfico 4. 56 Calificación del servicio de educación.....	288
Gráfico 4. 57 Infraestructura.....	289
Gráfico 4. 58 Calificación servicio de alimentación	290
Gráfico 4. 59 Calificación del centro infantil con los padres de familia	291
Gráfico 4. 60 Calificación del personal del centro infantil.....	292
Gráfico 4. 61 Servicio que le gustaría que se implementen	293
Gráfico 4. 62 Desearía que se extienda el horario del centro infantil	294
Gráfico 4. 63 Número de horas que le gustaría que se implemente.....	295
Gráfico 4. 64 Horario de salida, si se ampliara el centro infantil	296
Gráfico 4. 65 Centro infantil - Estado civil	297
Gráfico 4. 66 Centro infantil - Edad del padre.....	298
Gráfico 4. 67 Centro infantil - Ocupación	299
Gráfico 4. 68 Centro infantil - Horas de trabajo padre.....	301
Gráfico 4. 69 Centro infantil - Nivel de educación padre	302
Gráfico 4. 70 Centro Infantil.....	303
Gráfico 4. 71 Centro infantil - Ocupación madre	304
Gráfico 4. 72 Centro infantil - Número de horas de trabajo	306
Gráfico 4. 73 Centro infantil - Nivel de educación.....	307
Gráfico 4. 74 Centro infantil - Parroquia donde vive.....	308
Gráfico 4. 75 Centro infantil - Casa donde habita	309
Gráfico 4. 76 Centro infantil - Vehículo propio.....	310
Gráfico 4. 77 Centro infantil - ingresos familiares	311
Gráfico 4. 78 Centro infantil - Número de hijos	312
Gráfico 4. 79 Centro infantil - Edad de los niños	313
Gráfico 4. 80 Centro infantil - Edad de ingreso	315
Gráfico 4. 81 Centro infantil - Importancia de enviar al centro infantil	316
Gráfico 4. 82 Centro infantil - Ventaja principal	317
Gráfico 4. 83 Centro infantil - Enviaría al niño al centro infantil.....	318
Gráfico 4. 84 Centro infantil - Razón principal para enviar al centro infantil.....	320
Gráfico 4. 85 Centro infantil - Tuvieron temores	321
Gráfico 4. 86 Centro infantil - Tipo de temores.....	322
Gráfico 4. 87 Centro Infantil - Reacciones negativas	323
Gráfico 4. 88 Centro infantil - Fuentes de información	324
Gráfico 4. 89 Centro infantil - Número de visitas.....	325
Gráfico 4. 90 Centro infantil - Persona que decidió la elección del centro.....	326
Gráfico 4. 91 Centro infantil - Servicios del centro	328
Gráfico 4. 92 Centro infantil - Aspectos del centro	330
Gráfico 4. 93 Centro infantil - Número de niños por aula.....	331
Gráfico 4. 94 Centro infantil - Infraestructura.....	332
Gráfico 4. 95 Centro infantil - Interacción del centro	333
Gráfico 4. 96 Centro infantil - Cuidado del niño después que asiste al centro.....	334
Gráfico 4. 97 Centro infantil - Calificación del servicio de educación	335

Gráfico 4. 98 Centro infantil - Calificación del personal	336
Gráfico 4. 99 Centro infantil - Calificación Infraestructura	337
Gráfico 4. 100 Centro infantil - Calificación servicio de alimentación	338
Gráfico 4. 101 Centro infantil - Calificación interacción del centro con los padres	339
Gráfico 4. 102 Centro infantil - Servicios que le gustaría que se implemente	340
Gráfico 4. 103 Centro infantil - Ampliar el Horario	341
Gráfico 4. 104 Centro infantil - Número de horas	342
Gráfico 4. 105 Proceso de toma de decisiones de las familias	346
Gráfico 4. 106 Modelo general del proceso que siguen las familias para elegir el centro infantil.....	351
Gráfico 4. 107 Características de las familias - Hijos centros públicos	352
Gráfico 4. 108 Proceso de decisión de compra	353
Gráfico 4. 109 Características de las familias - Hijos en centros infantiles privados ..	355
Gráfico 4. 110 Proceso de decisiones familiares - hijos en centros privados	356
Gráfico 4. 111 Coeficiente fi	366
Gráfico 4. 112 Diagrama de dispersión	369
Gráfico 4. 113 Regla de decisión de la correlación.....	369

ÍNDICE ANEXOS:

Anexo A: Desarrollo de entrevistas a profundidad	376
Anexo B: Desarrollo del focus group:.....	405
Anexo C: Encuesta Piloto	415
Anexo D: Encuesta definitiva	419
Anexo E: Marca de vehículos	423
Anexo F: Modelo de los vehículos.....	424
Anexo G: Año del vehículo	425
Anexo H: ¿Por qué no asiste al centro infantil?.....	426
Anexo I: Razones para la calificación de la importancia de enviar al centro Infantil...427	
Anexo J: Razones por las que sí enviaría al niño al centro de desarrollo infantil, aunque tuviera la oportunidad de pasar en casa.	428
Anexo K: Centros infantiles:	429
Anexo L: ¿Por qué conocen esos centros infantiles?	430
Anexo M: Servicios del centro infantil que buscan a la hora de elegir el mismo.....	431

RESUMEN EJECUTIVO:

El presente estudio tiene como objetivo determinar el comportamiento que tienen las familias, para la elección de los centros de desarrollo infantil en el Cantón Rumiñahui. El mismo que contiene cada uno de los pasos del proceso de decisión de compra.

La educación inicial se define como el “servicio educativo que se brinda a niños de 0 a 5 años de edad, con el propósito de potencializar su desarrollo integral, en un ambiente educativo y afectivo, desarrollando su autonomía, creatividad y actitudes necesarias en su desempeño personal y social”. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 15). “Una oportuna atención en la primera infancia es garantía para el buen desarrollo de un ser humano; el éxito de un niño en la escuela dependerá de las experiencias en sus primeros años de vida (Secretaría de Estado de Educación, 2008).

Se aplicó la investigación exploratoria, para indagar y explorar sobre el entorno que rodea a los centros infantiles.

Dentro de una familia de 4 miembros que tiene 1,60 perceptores, los ingresos promedios son de \$460, por lo tanto, no alcanza a cubrir los artículos de la canasta básica, apenas \$7,74 se destina del ingreso para la educación. A esto se suma, el que la educación inicial no es obligatoria, muchos padres de familia optan por no enviar a los niños a los centros infantiles. El Informe de Ecuador al Comité de los Derechos del Niño y el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), muestra que la cobertura de los programas de desarrollo infantil llega al 14,0% de la población; solo la mitad de pobres menores de seis años (400.000 personas) acceden a los programas de atención primaria. (SENPLADES, 2009). Ante esta realidad el Gobierno Nacional ha incorporado políticas y estrategias dentro del Plan de Desarrollo del Buen Vivir, para

mejorar la calidad de vida, especialmente comenzando por los cimientos de la formación de las personas que es la educación inicial.

Tras haber aplicado herramientas de investigación como las entrevistas a profundidad y el focus group, se detectó que la mayor parte de padres de familia que inscriben a sus hijos en centros infantiles, se debe exclusivamente al cuidado, ya que, papá y mamá trabajan, quedando en segundo plano el aprendizaje y las bases fundamentales de estimulación temprana que recibirían los niños.

Se aplicó la investigación descriptiva, a través de un cuestionario estructurado, a las familias del Cantón Rumiñahui que tienen hijos menores de seis años, para determinar las características de los padres de familia que envían a sus hijos a centros infantiles, así como también, determinar gustos y preferencias, y el proceso de decisión de compra.

Aplicando el modelo del consumidor y dados los resultados obtenidos en la investigación descriptiva, se tiene dos tipos de perfiles del consumidor.

 **Familias que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos:** La principal razón para elegir un centro infantil, es por el cuidado, sin embargo, el ideal de los padres sería, que la madre se quede al cuidado del niño pero la situación económica obliga a trabajar a ambos padres, la mayoría son casados, sus edades comprenden entre los 23 y 33 años, sus ingresos promedios varían entre los \$250 - \$850, no tienen vehículo.

Las familias buscan en los centros infantiles que tengan personal capacitado, áreas verdes y transporte, las madres son las que realizan el proceso de compra, visitando 1 centro infantil, específicamente porque existen pocos centros públicos y en la mayoría de ellos los cupos son limitados, debido al espacio físico.

Los padres de familia desearían que se extienda el horario de atención y que se implemente pizarras didácticas.

 **Familias que tienen a sus hijos en centros infantiles privados:** La principal razón para elegir un centro infantil, es por el cuidado; los padres desearían que la madre se quede al cuidado del niño pero saben la importancia de la educación temprana y el aporte que daría al desarrollo de sus hijos.

Ambos padres trabajan son casados, sus edades comprenden entre los 29 y 33 años, sus ingresos promedios varían entre los \$851 - \$2052, tienen vehículo propio.

Las familias buscan en los centros infantiles que tengan transporte, personal capacitado y áreas verdes, ambos padres son las que realizan el proceso de compra, visitando un promedio de 3 centros infantiles. Desearían que se implemente las pizarras didácticas y las cámaras web.

CAPÍTULO I:

PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1. INTRODUCCIÓN:

La nueva Constitución de la República del Ecuador incorpora un cambio de gran trascendencia para la vida del país. Según la Constitución de la República del Ecuador 2008, en su artículo 280, establece como eje fundamental de planificación e instrumento de gestión del Gobierno Nacional EL Plan Nacional de Desarrollo, denominado “Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013”, siendo este el instrumento al que se sujetarán las políticas, programas y proyectos públicos; la programación y ejecución del presupuesto del Estado; y la inversión y la asignación de los recursos públicos; y coordinar las competencias exclusivas entre el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados. (SENPLADES, 2009). De este modo, se recoge una de las reivindicaciones más profundas e importantes de los movimientos indígenas y afroecuatorianos del país para la construcción de la sociedad del Buen Vivir.

El Plan Nacional para El Buen Vivir 2009 – 2013 plantea nuevos retos orientados hacia la materialización y radicalización del proyecto de cambio de la Revolución Ciudadana, a la construcción de un Estado Plurinacional e Intercultural, para finalmente alcanzar el “Buen Vivir” de las y los ecuatorianos. Sin embargo, a qué se denomina el “Buen vivir”

1.1 “Buen vivir”:

Se define al buen vivir o “Sumac Kausay”¹, como “la satisfacción de las necesidades, la consecución de una calidad de vida y muerte digna, el amar y ser amado,

¹ O vida plena; principio de la disciplina indígena en la zona andina. “Alcanzar la vida plena es la tarea del sabio y consiste en llegar a un grado de armonía total con la comunidad y con el cosmos.” (SENPLADES, 2009). Originalmente significa una forma de vida en donde hay un equilibrio entre los hombres, entre las comunidades y, entre los seres humanos y la naturaleza. Estas definiciones implican

y el florecimiento saludable de todos y todas, en paz y armonía con la naturaleza y la prolongación indefinida de las culturas humanas. El Buen Vivir supone tener tiempo libre para la contemplación y la emancipación, y que las libertades, oportunidades, capacidades y potencialidades reales de los individuos se amplíen y florezcan de modo que permitan lograr simultáneamente aquello que la sociedad, los territorios, las diversas identidades colectivas y cada uno —visto como un ser humano universal y particular a la vez— valora como objetivo de vida deseable... El concepto de Buen Vivir nos obliga a reconstruir lo público para reconocernos, comprendernos y valorarnos unos a otros— entre diversos pero iguales— a fin de que prospere la posibilidad de reciprocidad y mutuo reconocimiento, y con ello posibilitar la autorrealización y la construcción de un porvenir social compartido”. (Ramírez; 2008: 387).

El Buen Vivir es un nuevo paradigma de desarrollo que impone profundas transformaciones, pues, deja atrás el afán de acumulación y enriquecimiento; en donde el mercado debe subordinarse a las necesidades de las personas; la competencia debe dar paso a la solidaridad; el desarrollo no debe medirse en función del crecimiento económico sino de la calidad de vida de los pueblos; los hábitos consumistas y comportamientos enajenantes deben ser erradicados; la recuperación de lo público y una redefinición del rol del estado se imponen. De ahí que “el Buen Vivir” se transforma en el concepto articulador de las acciones públicas y privadas, políticas y sociales, en el doble sentido de la palabra: como eje de desarrollo y como objetivo de la acción; el concepto del “Buen Vivir se está transformando en el eje central para promover un verdadero estado que pueda cumplir con el objetivo superior que son las personas y su nivel de vida, con esto satisfecho se logrará una verdadera potencia capaz de sostenerse.

rebasar el individualismo, alcanzar condiciones de igualdad, eliminar el discrimen y la explotación; promover la paz y el progreso de las comunidades; respetar la naturaleza y preservar su equilibrio.

El Plan apuntala un proceso de transformación estructural del Ecuador en el largo plazo. Con estos fundamentos, el Plan aterriza en lo concreto y propone una lógica de planificación a partir de 12 Estrategias Nacionales y 12 grandes Objetivos Nacionales para el Buen Vivir, “orientados a la garantía de derechos. Los objetivos, a su vez, cuentan con acciones de carácter operativo, diseñadas para el período de gobierno, que se concretan a través de la inversión pública. La consolidación de una economía endógena encaminada hacia el Buen Vivir requiere, en esta fase, enfatizar en el desarrollo de capacidades y oportunidades, así como, en la movilización, acumulación y distribución de capital en los distintos sectores y actores del sistema económico”. (SENPLADES, 2009)

1.2 Educación infantil:

Dentro de este contexto El Plan Nacional para El Buen Vivir 2009 – 2013, tiene dentro de sus estrategias “6.9. La inclusión, protección social solidaria y garantía de derechos en el marco del Estado Constitucional de Derechos y Justicia” (SENPLADES, 2009), la misma que implementa políticas universales y cuyos objetivos se dirigen a “reducir la pobreza sino también a la garantía de derechos, el fortalecimiento de la ciudadanía, la cohesión social, la justicia y la igualdad, y que se articulen a una estrategia global orientada al Buen Vivir” (SENPLADES, 2009). De ésta nacen propuestas que se orienten a mecanismos de protección para niños y niñas que incluyan programas de desarrollo infantil y el fortalecimiento de programas que ayuden a erradicar la desnutrición infantil enfocándose prioritariamente en niños de 6 meses a 2 años de edad. Además, se pretende implementar reformas educativas para mejorar la calidad de educación como una condición necesaria para promover el desarrollo y la igualdad de oportunidades orientando esfuerzos hacia la educación inicial.

En este marco se enfocará el objetivo 1 del Plan “Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial en la diversidad” (SENPLADES, 2009). Este objetivo propone la aplicación de políticas basada en los derechos, que identifica y valora a las personas y grupos de atención prioritaria, en especial atención a la educación, salud, alimentación. Los cambios estructurales contribuyen, desde el principio de la justicia, al desarrollo infantil integral.

De igual manera, en el objetivo 2 del Plan de Desarrollo Nacional se determina “Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía”. En base a esto, se ratifica que la educación en sus distintos niveles y ciclos de formación, es fundamental para fortalecer y diversificar las capacidades y potencialidades individuales y sociales, y promover una ciudadanía participativa y crítica. Así en la política 2.2 “Mejorar progresivamente la calidad de la educación, con un enfoque de derechos, de género, intercultural e inclusiva, para fortalecer la unidad en la diversidad e impulsar la permanencia en el sistema educativo y la culminación de los estudios” determina que uno de sus principales puntales es mejorar la calidad de la **educación inicial**, básica y media en todo el territorio nacional.

A esto, se suma un aspecto importante que impide el buen rendimiento de los niños en su etapa inicial de educación que es la desnutrición. Estimaciones preliminares elaboradas por la SENPLADES, evidencian que, si bien la desnutrición crónica ha disminuido durante los últimos años, todavía cerca de la quinta parte de los menores entre 0 y 5 años de edad (19,7%) tienen este grave problema y, por ende, no crecen saludablemente. La política 2.1. “Asegurará una alimentación sana, nutritiva, natural y con productos del medio para disminuir drásticamente las deficiencias nutricionales” (SENPLADES, 2009). Esto, consiste en fortalecer programas en los centros de

educación inicial que se relacionen con mejorar la calidad de alimentos que consumen los niños y niñas.

A todas estas políticas se suman programas y proyectos como los proyectos del MIES² en su estrategia 2009-2012, 3.1, habla sobre la niñez como la idea de un nuevo comienzo; un cambio estratégico, necesario y verdaderamente revolucionario. Con los niños siempre se ha hecho lo menos, sin embargo, la revolución ciudadana en sus principios de equidad desde el comienzo de la vida, encuentra la expresión de un nuevo cambio en su afán de romper con el pasado y ambicionar la justicia y libertad.

Para apoyar esta nueva revolución se creó el Instituto de la Niñez y la Familia, INFA, que dentro de sus ejes de política se encuentra el desarrollo infantil.

El desarrollo infantil engloba la educación inicial: es decir, realiza planes para desarrollar al máximo las capacidades de los niños. Y la nutrición basada en el marco de la estrategia nacional de reducción de la malnutrición. Los CDIs³ como la gran oportunidad de hacer un cambio fundamental en el estado nutricional y desarrollo cognitivo de los niños. Para tener niños sanos listos para conquistar la vida.

Basados en los lineamientos del Plan Nacional De Desarrollo del Buen Vivir, se entiende la preocupación del estado por mejorar la calidad de vida de las personas, enfocándose desde sus primeros años de vida, mejorando sus capacidades y potencialidades a través de una educación de calidad. Es por tal motivo que uno de ejes motores de desarrollo de un país es la educación de sus habitantes, y ésta, no sólo se enfoca en el éxito de la educación superior sino es precisamente desde la educación inicial donde se forma a niños y niñas para que sean los representantes del país. La educación inicial es base por la que se construye el futuro de la nación. Las personas

² El Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES)

³ Comité para la Democratización de la Informática: Es una fundación sin fines de lucro internacional que promueve la inclusión social utilizando las tecnologías de información y comunicación como instrumento para el ejercicio de una ciudadanía

que han recibido una buena educación se convierten en motores de cambio, “además, es la puerta para conseguir una juventud cívica e integrada” (MIES, 2009). Sin olvidar que la nutrición de los infantes es uno de los problemas graves que enfrenta la educación inicial, ya que un niño desnutrido no podrá desenvolverse en su aprendizaje. Se debe asumir un compromiso para que toda la educación, comenzando por la inicial, preste sistemáticamente atención a la situación del mundo, con el fin de proporcionar una percepción correcta de los problemas y de fomentar actitudes y comportamientos favorables para el logro de un desarrollo sostenible

“Si se logra universalizar los servicios de desarrollo infantil en cuanto a cantidad y calidad para todos las niñas y los niños se habrá logrado como país uno de los mayores logros históricos.” (MIES, 2009)

1.3 Importancia sobre estudios de investigación:

Dada la importancia que tiene el desarrollo de los centros de cuidado infantil para el Estado, el presente trabajo se enfocará en determinar el comportamiento del consumo de los mismos, valiéndose del Plan Nacional para el Buen Vivir; en su estrategia

“6.5. Transformación de la educación superior y transferencia de conocimiento a través de ciencia, tecnología e innovación, señala que la calidad de vida y progreso de un país independiente está ligado a la cobertura, calidad y pertinencia de la formación superior que brinda a sus ciudadanos y ciudadanas y a la inversión que realiza en ciencia, tecnología e innovación. La educación superior y la investigación asociada a ella deben concebirse como un bien público en tanto su desarrollo beneficia a la sociedad en su conjunto más allá de su usufructo individual o privado”. (SENPLADES, 2009)

Dado que la biodiversidad es una de las principales ventajas comparativas, es prioritario que las universidades e institutos de investigación generen información a partir de esta riqueza natural a través de investigaciones y ciencias básicas y aplicadas que pueda desarrollarse en armonía con su objeto. (SENPLADES, 2009)

En el Plan Nacional de Desarrollo del Buen Vivir se encuentra el objetivo 10 el mismo que determina “Garantizar el acceso a la participación pública y política”. El involucramiento de la sociedad civil en la conducción política, económica y social es la condición para la construcción de un país para todas y todos. (SENPLADES, 2009).

Dentro del mismo objetivo en la política 10.5. Promueve el desarrollo estadístico y cartográfico, para la generación de información de calidad. Por lo tanto el Estado incentivará a la ciudadanía para que genere información y la comparta con el Estado, desarrollará sistemas de información georreferenciada de fácil acceso y conocimiento para toda la población, y se realizará censos económicos, de población y vivienda y agropecuarios de manera oportuna. (SENPLADES, 2009)

De esta manera, se desarrollan programas y proyectos de las mismas universidades y de la SENPLADES, que permitan a los estudiantes generar proyectos de investigación que contribuyan a generar información, bases de datos para conocer la situación actual del país, y de igual forma, generar soluciones aplicativas para construir el “Buen Vivir”.

1.4 OBJETIVOS:

1.4.1 Objetivo general:

 Determinar el comportamiento que tienen las familias, para la elección de los centros de desarrollo infantil en el Cantón Rumiñahui, para el 2011.

1.4.2 Objetivos Específicos:

 Realizar el planteamiento de la investigación donde se pueda identificar los objetivos y fuentes de información que guiarán el estudio.

 Definir el marco teórico que sustenta el estudio de investigación aplicada.

 Establecer una propuesta metodológica que sirva como base para el desarrollo de la investigación del comportamiento que siguen las familias para la elección de los centros de desarrollo infantil en el Cantón Rumiñahui.

 Aplicar la propuesta metodológica de la investigación, para los centros de desarrollo infantil en el Cantón Rumiñahui, con el fin de conocer los resultados del estudio.

 Presentar las conclusiones y recomendaciones del marco teórico y empírico del proyecto de investigación.

1.5 JUSTIFICACIÓN:

La edad preescolar es, sin lugar a dudas, la etapa más significativa e importante del desarrollo del ser humano, ya que en la misma se estructuran las bases fundamentales de este desarrollo, que en las sucesivas etapas de la vida se consolidarán y perfeccionarán.

“La primera infancia es una etapa del desarrollo que abarca desde el nacimiento hasta los 5 años, es considerada en general como lo más significativo del individuo, debido a que en esta se estructuran las bases fundamentales de las particularidades físicas y psicológicas de la personalidad, así como de la conducta social. Ésto se debe a múltiples factores, uno de ellos es el hecho de que en esta edad las estructuras fisiológicas y psicológicas están en un proceso de formación y maduración en esta etapa se inician los aprendizajes básicos como caminar, hablar, relacionarse con otros, sentirse bien consigo mismo donde se construye su autoconfianza, etc. la hace particularmente sensible a la estimulación que se realiza sobre dichas estructuras. Es quizás el momento de la vida del ser humano en el cual la estimulación es capaz de ejercer la acción más determinante sobre el desarrollo, porque actúan sobre aspectos que están en franca fase de maduración.” (Bassedas, 2003)

La atención durante la primera infancia, en particular de niños y niñas provenientes de familias en situación de marginalidad, tiene un enorme potencial para compensar las carencias de los propios hogares y contribuir sustantivamente a romper el círculo vicioso de la pobreza. Para romper este círculo, es esencial no sólo asegurar que sobrevivan, sino mejorar las oportunidades de los niños y de las niñas para desarrollarse de manera sana e integral. Ésto, se logra por medio de programas para mejorar los ambientes familiares y comunitarios, así como brindarles acceso a servicios de atención directa y de buena calidad.

El Informe de Ecuador al Comité de los Derechos del Niño, sobre la base de los datos oficiales disponibles del Sistema Integrado de de Indicadores Sociales (SIISE) y del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), muestra que la cobertura de los programas de desarrollo infantil llega al 14,0% de la población; solo la mitad de pobres menores de seis años (400.000 personas) acceden a los programas de atención primaria. (SENPLADES, 2009).

Uno de cada cuatro niño/as menores de 5 años sufre de desnutrición crónica, lo que representa el 25,8% (SIISE, 2006). Las deficiencias psicomotrices dificultan el crecimiento del 60,0% de niños y niñas de hogares pobres. La mitad de indígenas menores de 5 años tiene carencias en la estimulación cognitiva, de manera, que la falta de atención también cruza por elementos de desigualdad (UNICEF, 2009).

La desprotección de la niñez y adolescencia es un problema grave. Más de la mitad de hogares ecuatorianos reconoce usar el castigo físico; 27,4% de niños y niñas dice recibirlo en la escuela; al menos tres de cada diez han sido víctimas de delitos sexuales; existe explotación sexual aunque subregistrada en las estadísticas; hay alrededor 400 mil niños y niñas insertos tempranamente en el mundo del trabajo (SIISE, 2006).

Este plan contempla programas como el Plan Decenal de la Educación, la Estrategia Nacional de Nutrición, el Programa de Protección Social, la Agenda Social para la Niñez y la Adolescencia y la creación del Instituto Nacional de la Niñez y la Familia (INFA), que ayuden a cumplir los objetivos y luchen por conseguir un país en donde niñas y niños puedan tener “el Buen Vivir”

Con el fin de poner en práctica el desarrollo de estos objetivos se desarrollaron políticas. Así en el Plan de Desarrollo Nacional en la política 1.10 “se asegura el

desarrollo infantil integral para el ejercicio pleno de derechos” (SENPLADES, 2009); basándose en los siguientes aspectos.

- Articular progresivamente los programas y servicios públicos de desarrollo infantil que incluyan salud, alimentación saludable y nutritiva, educación inicial y estimulación adecuada de niños y niñas, respetando las prácticas y valores culturales de los pueblos y nacionalidades y manteniendo siempre una equitativa división sexual del trabajo.

Con esta política se pretende alcanzar el 75% de niñas y niños para que participen en servicios de desarrollo infantil al 2013.

Además de la importancia de la educación en el logro del desarrollo infantil, ésta tiene también repercusión en el orden político y económico. La calidad de la educación ha dejado de ser solamente un problema pedagógico para constituirse en un problema económico y social, si tenemos en cuenta la necesaria formación con los más altos niveles posibles, de la futura generación de profesionales que tendrán en sus manos el desarrollo del país y no hay duda del papel que tiene la educación temprana en la formación de dichos profesionales. Los logros alcanzados en estas edades contribuyen a la sustancial disminución de la deserción escolar con sus serias implicaciones en la inversión económica educacional, en el desarrollo personal de los niños y en la vida familiar.

Por tal motivo, se considera que la ejecución del proyecto de investigación es de vital importancia en términos prácticos para conocer la realidad de los centros de cuidado infantil, generar datos que permitan la toma de decisiones para mejorar la calidad de educación en los centros y, de igual manera, asegurar la formación e

integridad de los niños y niñas en el “Buen Vivir”. El Estado puntualiza en su plan que “La educación superior y la investigación asociada a ella deben concebirse como un bien público en tanto su desarrollo beneficia a la sociedad en su conjunto más allá de su usufructo individual o privado”. (SENPLADES, 2009)

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO:

2.1 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR:

2.1.1 Definición:

“Es el estudio de los procesos que intervienen, cuando una persona o grupo selecciona, compra, usa o desecha productos, servicios, ideas o experiencias para satisfacer necesidades y deseos.” (Solomon, 2008)

En resumen el comportamiento del consumidor son las actividades que desarrolla el consumidor al obtener, consumir y disponer de bienes y/o servicios.

De manera general y desglosando este concepto se tiene que:



Obtener: son los procesos o actividades previos a la compra incluyendo la misma. Estas actividades implican algunos pasos como:

- Búsqueda de información: implica obtener datos
- Evaluación: evaluar el producto, las marcas, servicios, garantías, calidad, etc.
- Compra del producto: es el acto de compra, ver las facilidades de pago, transporte, etc.



Consumir: responde a las siguientes preguntas.

- ¿Cómo consume o utiliza el producto y/o servicios?
- ¿Quién consume o utiliza el producto y/o servicios?
- ¿Cuándo es decir bajo qué circunstancias consume o utiliza el producto y/o servicios?

 **Disponer:** incluye la forma en que los consumidores se deshacen de los productos o empaques.

Como menciona el autor Solomon (2008), el comportamiento del consumidor abarca los pensamientos y sentimientos que experimentan las personas, así como, las acciones que emprenden, en los procesos de consumo, incluyendo, además, todo lo relativo al ambiente, entiéndase como empaque, precio, aspecto del producto y muchos otros factores que de manera indirecta influyen en esos pensamientos, sentimientos y acciones, lo que hace, que el comportamiento del consumidor sea dinámico debido al constante cambio que presentan los factores motivadores y es aquí, donde los mercadólogos realizan constantes investigaciones y análisis de los consumidores para mantenerse al día respecto de tendencias importantes.

Según el autor López - Pinto (2001, pág. 52) en su libro La Esencia del Marketing, explica en sentido general que el estudio del comportamiento del investigador debe responder a las siguientes preguntas:

¿Qué compra? Supone analizar el tipo de producto que el consumidor selecciona de entre todos los productos que quiere.

¿Quién compra? Determinar quién es el sujeto que verdaderamente toma la decisión de adquirir el producto, si es bien el consumidor, o bien quien influya en él.

¿Por qué compra? Analizar cuáles son los motivos por los que se adquiere un producto basándose en los beneficios o satisfacción de necesidades que produce al consumidor mediante su adquisición.

¿Cómo lo compra? Tiene relación con el proceso de compra. Si la decisión de compra la hace de una forma racional o bien emocional. Si la paga con dinero o con tarjeta.

¿Cuándo compra? Se debe conocer el momento de compra y la frecuencia de la compra con relación a sus necesidades, las cuales son cambiantes a lo largo de su vida.

¿Dónde compra? Los lugares donde el consumidor compra se ven influidos por los canales de distribución y además por otros aspectos relacionados con el servicio, trato, imagen del punto de venta, etc.

¿Cuánto compra? La cantidad física que adquiere del producto, o bien para satisfacer sus deseos o bien sus necesidades. Ello indica si la compra es repetitiva o no.

¿Cómo lo utiliza? Con relación a la forma en que el consumidor utilice el producto se creará un determinado envase o presentación del producto.”

2.1.2 El comportamiento de consumo incluye muchos actores:

Solomon (2008) menciona, que la perspectiva de teoría de roles plantea que gran parte del comportamiento del consumidor se asemeja a las actuaciones en una obra de teatro. Como en la misma cada consumidor tiene libretos, apoyos y vestuario necesarios, y como en muchas ocasiones debido a que la gente actúa en muchos papeles, se puede alterar sus decisiones de consumo dependiendo de la obra.

 **Consumidor:** es una persona que identifica una necesidad o un deseo, realiza una compra y luego desecha el producto durante las y etapas del proceso de consumo. Es probable que el comprador y el usuario de un producto no sean la misma persona. (Solomon, 2008, pág. 9)

 **Influyente:** hace recomendaciones a favor o en contra de ciertos productos, sin comprarlos o usarlos en realidad. (Solomon, 2008, pág. 9)

2.1.3 CAJA NEGRA DEL CONSUMIDOR:

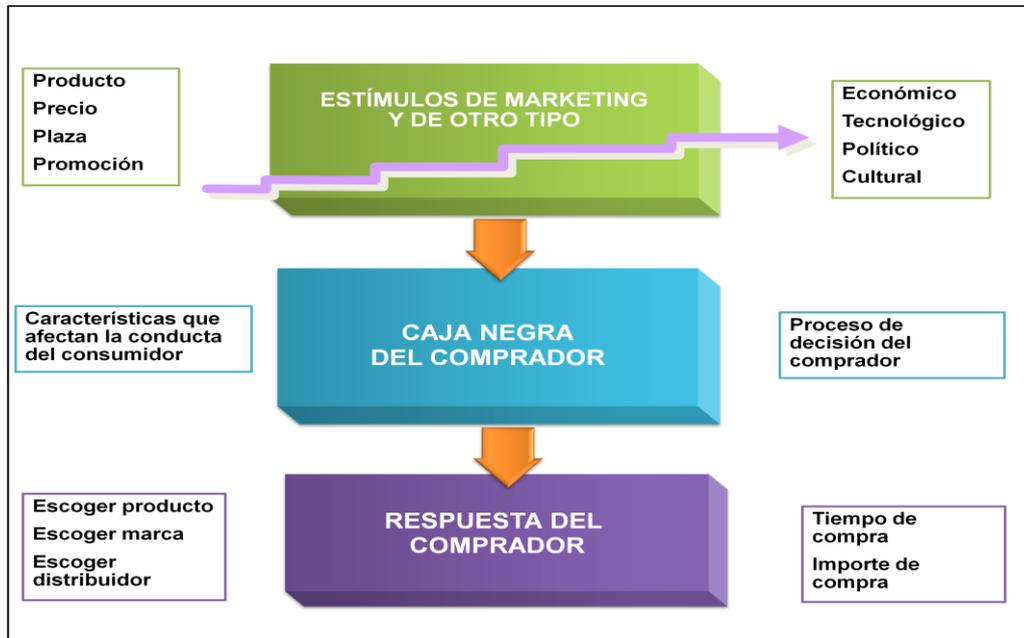
Los consumidores toman muchas decisiones de compra todos los días. La mayor parte de las empresas grandes investigan las decisiones de compra de los consumidores con gran detalle para descubrir qué compran, dónde lo compran, cómo y cuánto compran, cuándo lo hacen y por qué lo hacen. El mercadólogo puede estudiar las compras reales de los consumidores para saber qué compran, y dónde y cuánto compran, pero entender el por qué del comportamiento de compra de consumo no es tan fácil: las respuestas a menudo están enterradas en las profundidades del cerebro del consumidor.

La pregunta fundamental para el mercadólogo es: ¿Cómo responderán los consumidores a las distintas actividades de marketing que la empresa podría realizar? El punto de partida es el modelo de estímulo – respuesta del comportamiento de los compradores. Este modelo indica que los estímulos de marketing y de otros tipos entran en la “caja negra” del consumidor y producen ciertas respuestas. Los estímulos incluyen las fuerzas y sucesos importantes del entorno del comprador: económicos, tecnológicos, políticos y culturales. Todas estas entradas ingresan en la caja negra del consumidor, donde se convierten en un conjunto de respuestas de compra observables: selección del producto, selección de marca, selección de distribuidor, momento de compra y monto de compra.

El mercadólogo quiere entender la forma en que los estímulos se convierten en respuestas dentro de la caja negra del consumidor, la cual tiene dos partes: la primera, las características del comprador influyen en la forma en que él o ella percibe y reacciona ante los estímulos: segunda, el proceso de decisión del comprador y su efecto sobre el comportamiento de compra, y luego el proceso de decisión del comprador.

Modelo de la caja negra del consumidor:

Gráfico 2. 1 Modelo de la conducta del consumidor



Fuente: Kotler, Philip, Dirección de Marketing, Conceptos esenciales, 2002, pág. 88.

Elaborado por: Aejandra Bonilla G. Octubre, 2010

2.1.3.1 ENTORNO:

Entorno del marketing: consiste en los actores y fuerzas internas y externas al marketing que afectan la capacidad de la gerencia de marketing para crear y mantener relaciones exitosas con sus clientes meta. (Kotler & Armstrong, Marketing Versión para latinoamérica, 2005, pág. 70)

2.1.3.1.1 Análisis del Ambiente Externo.

En general, tanto las amenazas como las oportunidades podrían quedar agrupadas en las siguientes categorías: factores económicos, sociales o políticos, factores del producto o tecnológicos, factores demográficos, mercados y competencia, proveedores y otros. (Kotler & Armstrong, Marketing Versión para latinoamérica, 2005, pág. 70)

2.1.3.1.1.1 **Microentorno:**

Son las fuerzas cercanas a la empresa, que afectan su capacidad para servir a sus clientes (Kotler & Armstrong, Marketing Versión para latinoamérica, 2005, pág. 70): la empresa misma, los proveedores, los canales de distribución, los diferentes tipos de clientes, y los competidores.

✿ **Competidores:** El concepto de marketing establece, que para tener éxito, una compañía debe ofrecer mayor valor y satisfacción a sus clientes, en comparación con sus competidores. (Kotler & Armstrong, Marketing Versión para latinoamérica, 2005, pág. 72)

El mercado competidor, está formado por las empresas que producen y comercializan productos similares a los del proyecto y por aquellas compañías que sin ofrecer bienes o servicios similares, comparten el mismo mercado objetivo de clientes. (Kotler & Armstrong, Marketing Versión para latinoamérica, 2005, pág. 72)

✿ **Productos Sustitutos:** “Dos bienes son sustitutos si uno de ellos puede sustituir al otro debido a un cambio de circunstancias” (Porter, 2002) Todas las empresas en un sector industrial están compitiendo, en sentido general, con empresas que producen artículos sustitutos.

Los productos sustitutos que merecen la máxima atención son aquellos que están sujetos a tendencias que mejoran su desempeño y precio contra el producto del sector industrial o los producidos por sectores industriales que obtienen elevados rendimientos. (Porter, 2002)

✿ **Proveedores:** Los proveedores constituyen un vínculo muy importante del sistema general de entrega de valor de la empresa hacia el cliente. Brindan los recursos necesarios que la compañía necesita para producir sus bienes y servicios. (Kotler & Armstrong, Marketing Versión para latinoamérica, 2005)

☀ **Clientes:** es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios. (Kotler & Armstrong, Marketing Versión para latinoamérica, 2005). La empresa necesita estudiar de cerca los cinco tipos de mercados de clientes. Los mercados de consumidores consisten en individuos y hogares que compran bienes y servicios para uso personal. Los mercados de negocios adquieren bienes y servicios para su procesamiento industrial, o para utilizarlos en su proceso de producción.

2.1.3.1.1.2 Macroambiente:

Son las fuerzas mayores de la sociedad que influyen en el microentorno: fuerzas demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas, y culturales.

☀ **Entorno demográfico:** estudio de las poblaciones humanas en términos de magnitud, densidad, ubicación, sexo, raza, ocupación y otros datos estadísticos. (Kotler & Armstrong, Marketing Versión para latinoamérica, 2005, pág. 74)

☀ **Entorno económico:** factores que afectan el poder adquisitivo y los patrones de gasto de los consumidores. (Kotler & Armstrong, Marketing Versión para latinoamérica, 2005, pág. 83) Además, el ambiente económico incluye tamaño de la economía (PIB); nivel, fuente y distribución del ingreso; y tendencias de crecimiento y en los sectores. (Malhotra, 2008, pág. 725)

☀ **Entorno tecnológico:** incluye el análisis de los elementos del ambiente informativo y tecnológico incluyen sistemas de información y comunicación, instalación de sistemas de cómputo, y uso de internet y equipos electrónicos, producción tecnológica, ciencia e inventos. (Malhotra, 2008, pág. 725)

✿ **Entorno sociocultural:** incluye valores, nivel de alfabetización, idioma, religión, patrones de comunicación e instituciones familiares y sociales. Deben considerarse los valores y las actitudes relevantes hacia el tiempo, los logros, el trabajo, la autoridad, la riqueza, el método científico, el riesgo, la innovación, pobreza, clases sociales, estilos de vida. (Malhotra, 2008, pág. 725)

✿ **Entorno político:** consiste en leyes, instituciones gubernamentales y grupos de presión que influyen en diferentes organizaciones e individuos en una determinada sociedad y los limitan. (Kotler & Armstrong, Marketing Versión para latinoamérica, 2005, pág. 89)

2.1.3.1.2 Análisis del ambiente interno:

Consiste en el análisis de las fuerzas internas propias de la organización. Las fuerzas internas varían considerablemente para diferentes instituciones; sin embargo, pueden muy bien ser categorizadas en administración y organización, operaciones, finanzas y Marketing y ventas. (Kotler & Armstrong, 2005)

✿ **Área de Administración y Operaciones:** Esta área toma en cuenta todo lo relacionado con el funcionamiento de la empresa. Es la operación del negocio en su sentido más general. (Chiavenato, 2000)

✿ **Área Contable y Financiera:** Esta área se encarga de la obtención de fondos y del suministro del capital que se utiliza en el funcionamiento de la empresa, procurando disponer con los medios económicos necesarios para cada uno de los departamentos, con el objeto de que puedan funcionar debidamente. El área de finanzas tiene implícito el objetivo del máximo aprovechamiento y administración de los recursos financieros. (Chiavenato, 2000)

✿ **Área de Mercadeo y Ventas:** Trata de buscar información sobre cuál sería el mercado, necesidades de los consumidores (quiénes son y donde están), conocer la competencia, producto, precios, distribución, comunicación (Relaciones Públicas, publicidad, Venta Personal, promoción) y el entorno. (Chiavenato, 2000)

✿ **Área de Producción:** Tradicionalmente considerado como uno de los departamentos más importantes, ya que formula y desarrolla los métodos más adecuados para la elaboración de los productos y/o servicios, al suministrar y coordinar: mano de obra, equipo, instalaciones, materiales, y herramientas requeridas. (Chiavenato, 2000)

2.1.3.2 EL CONSUMIDOR COMO INDIVIDUO: Características

2.1.3.2.1 El proceso de motivación:

“La motivación se define como la fuerza impulsora dentro de los individuos que los empuja a la acción”. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 87)

Una vez que se activa una necesidad, existe un estado de tensión que impulsa al consumidor a intentar reducir o eliminar la necesidad, sin embargo el estado final deseado es la meta.

Todos los individuos tienen necesidades algunas son:

✿ **Necesidades Innatas:** “son de carácter fisiológico, se incluyen las necesidades de alimento, agua, aire, vestimenta, vivienda y sexo. Como resultan indispensables para mantener la vida biológica se consideran necesidades primarias”. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 87)

✿ **Necesidades adquiridas:** “son aquellas que aprendemos en respuesta a nuestro ambiente o cultura, como las necesidades de autoestima, prestigio, afecto, poder

y aprendizaje. Puesto que las necesidades suelen ser de naturaleza psicológica se consideran necesidades secundarias”. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 89)

2.1.3.2.1.1 Tipos y sistema de necesidades:

Durante muchos años, los psicólogos y otros estudiosos del comportamiento humano han intentado desarrollar una lista exhaustiva de las necesidades, sin embargo, los intentos han sido muy diversos, tanto en contenido como en extensión. Por lo tanto, existen varias clasificaciones de las necesidades

✿ La Jerarquía de Necesidades de Maslow:

El doctor Abraham Maslow, formuló una teoría de la motivación humana que identifica cinco niveles básicos de necesidades humanas y las clasifica por orden de importancia, desde las necesidades de nivel bajo (psicogenéticas) hasta las necesidades de nivel alto (biogenéticas). “Esta teoría postula que los individuos satisfagan sus necesidades de nivel menor antes de que surjan en ellos otras necesidades de nivel mayor”. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 102)

En la pirámide de Maslow se encuentra la siguiente clasificación:

Gráfico 2. 2 Jerarquía de las necesidades de Maslow



Fuente: Schiffman & Kanuk, Comportamiento del Consumidor , 2005.
Elaborado por Alejandra Bonilla octubre, 2010

❁ **Necesidades fisiológicas:** representan el primer nivel y el más básico de las necesidades humanas, son indispensables para mantener la vida biológica. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 104) Como por ejemplo agua, aire, vestido. Las necesidades fisiológicas son dominantes cuando están crónicamente insatisfechas.

❁ **Necesidades de seguridad:** se convierten en la fuerza que impulsa el comportamiento del individuo, se refieren a la seguridad física e incluyen, estabilidad, familiaridad y control sobre la propia vida y el ambiente. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 104)

❁ **Necesidades sociales:** las personas buscan la cordialidad y la satisfacción de su necesidad de establecer relaciones humanas. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 104)

❁ **Necesidades de autoestima:** las necesidades dirigidas al interior reflejan la necesidad individual de autoaceptación, autoestima, éxito; y las necesidades dirigidas al exterior, se refieren al prestigio, reputación. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 104)

❁ **Necesidad de autorrealización:** se refiere al deseo de un individuo por desarrollar su máximo potencial. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 104)

2.1.3.2.1.2 Conflictos motivacionales:

Debido a que una decisión de compra puede involucrar a varias fuentes motivacionales, muchas veces los consumidores se encuentran en situaciones en las que los motivos positivos y negativos entran en conflicto entre sí. Por lo tanto, pueden ocurrir tres tipos generales de conflictos:

❁ **Conflicto propuesta – propuesta:** la persona debe decidir entre dos alternativas deseables y puede resolver la tensión mediante un proceso de reducción de la disonancia cognoscitiva; el concepto hace referencia a la tensión o desarmonía interna

del sistema de ideas, creencias, emociones y actitudes (cogniciones) que percibe una persona al mantener al mismo tiempo dos pensamientos que están en conflicto, o por un comportamiento que entra en conflicto con sus creencias. Es decir, el término se refiere a la percepción de incompatibilidad de dos cogniciones simultáneas. Las personas tienen la necesidad de orden y consistencia en su vida. (Solomon, 2008, pág. 129)

✿ **Conflicto propuesta – evitación:** ocurre cuando se desea una meta, pero al mismo tiempo se desea evitarla. Los mercadólogos suelen utilizar estrategias que tratan de superar la culpa y convencer al consumidor de que si merece un producto o servicio. (Solomon, 2008, pág. 130)

✿ **Conflicto evitación – evitación:** los consumidores enfrentan decisiones que involucran dos actividades indeseables. Los mercadólogos resuelven el conflicto por medio de mensajes que acentúan los beneficios no previstos al elegir una de las opciones. (Solomon, 2008, pág. 130)

2.1.3.2.2 Personalidad:

“Se define como las características psicológicas internas que determinan y reflejan la forma en que un individuo responde a su ambiente”. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 120)

2.1.3.2.2.1 Factores cognitivos de la personalidad:

Necesidad de cognición NC: se mide el nivel en que el individuo ansia o disfruta el acto de pensar. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 131)

✿ Consumidores con alto NC: Responde ante información.

✿ Consumidores con bajo NC: Les atraen los aspectos periféricos.

Visualizadores: prefieren información de tipo visual

Verbalizadores: prefieren información verbal o escrita.

2.1.3.2.3 Percepción:

Se define como el proceso mediante el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos para formarse una imagen significativa y coherente del mundo.

(Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 158)

✿ **Sensación:** es la respuesta inmediata y directa de los órganos sensoriales ante un estímulo. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 159)

✿ **Estímulo:** es cualquier unidad de insumo para cualquiera de los sentidos. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 159)

✿ **Receptores sensoriales:** son los órganos de los sentidos. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 159)

✿ **Umbral absoluto:** es el nivel más bajo en que un individuo puede experimentar una sensación. (Solomon, 2008, pág. 159)

✿ **Adaptación sensorial:** los consumidores se acostumbran a lo que ven. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 159)

✿ **Percepción subliminal:** estimulación por debajo por debajo de los niveles de percepción consciente del individuo. Son estímulos breves, por eso no llegan a la parte consciente. Pueden ser satisfactoriamente fuertes para ser percibidos por células receptoras. (Solomon, 2008, pág. 68)

2.1.3.2.3.1 Selección perceptual:

Un individuo puede observar, ignorar o rechazar los estímulos. La selección de estímulos depende de las experiencias anteriores de los consumidores y de las motivaciones que tienen en ese momento. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 168).

2.1.3.2.4 Actitudes:

Es una predisposición aprendida que impulsa al individuo a comportarse de una manera consistente favorable o desfavorable en relación con un objeto determinado.

(Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 252)

Formación de actitudes: se basa en creencias formadas por el producto.

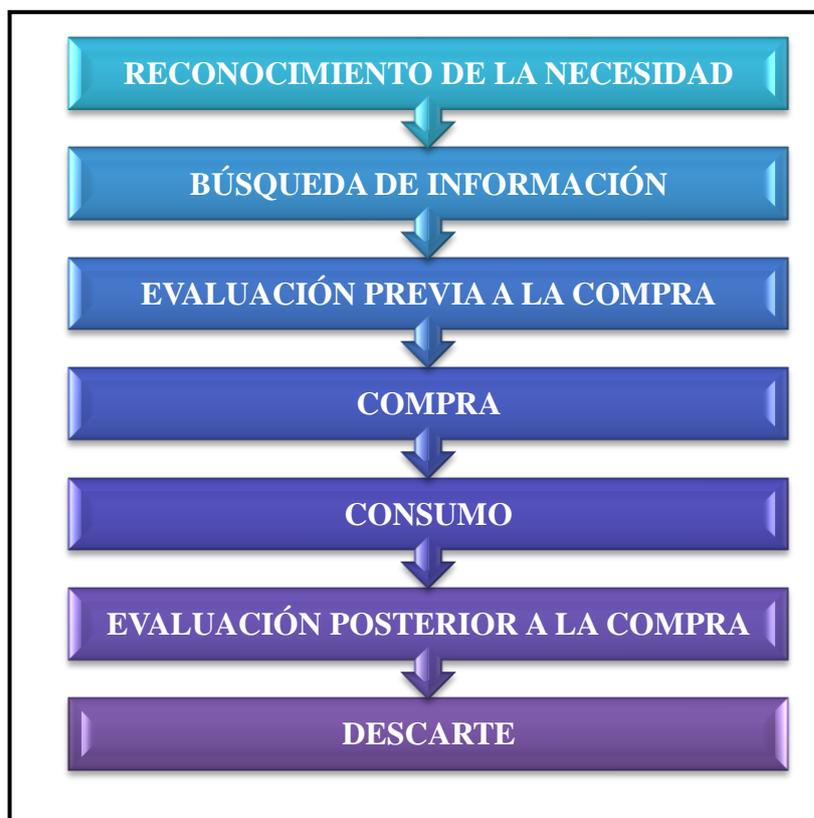
(Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 256)

Creencias: son juicios subjetivos respecto a la relación entre dos o más cosas.

(Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 256)

2.1.3.3 PROCESO DE TOMA DE DECISIONES DEL CONSUMIDOR:

Gráfico 2. 3 Proceso de toma de decisiones del consumidor

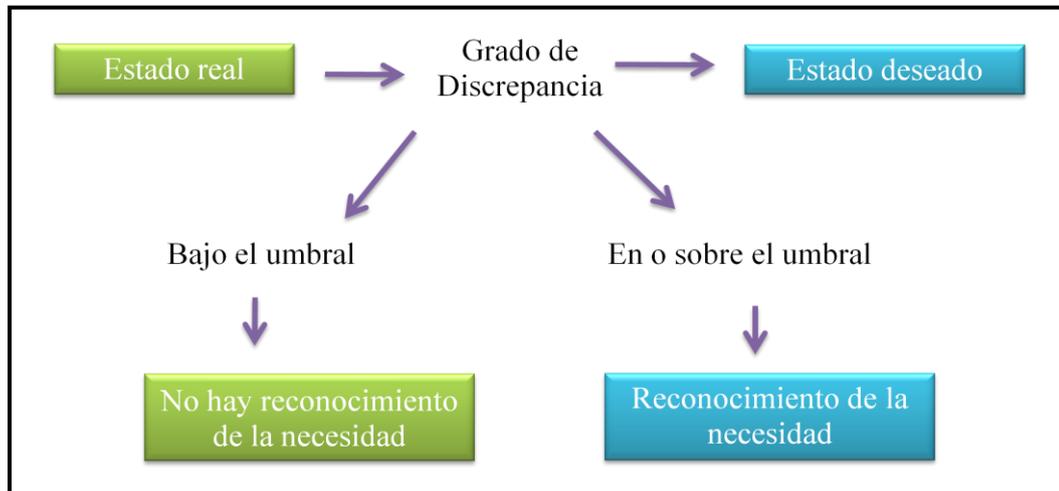


Fuente: Schiffman & Kanuk, Comportamiento del Consumidor 2005
Elaborado por Alejandra Bonilla. Octubre, 2010

2.1.3.3.1 Reconocimiento de la necesidad:

El proceso de compra comienza cuando el comprador reconoce un problema o necesidad.

Gráfico 2. 4 Reconocimiento de la necesidad



Fuente: López Pinto, La Esencia del Marketing 2001. Elaborado por Alejandra Bonilla. Octubre 2010

Como lo explica el autor López - Pinto (2001, pág. 66) en su libro La Esencia del Marketing, el comprador presiente una diferencia, es decir, una discrepancia entre su situación real y un estado ideal. La necesidad puede ser activada por dos tipos de estímulos: internos y externos. Los estímulos internos se refieren a las necesidades normales de la persona (hambre, sed, etc.). Estos estímulos pueden subir a un nivel lo suficientemente alto como para convertirse en un impulso. La persona, que ya conoce cómo manejar ese impulso a partir de experiencias previas, se dirigirá a objetos que sabe que la satisfarán. Los estímulos también pueden ser externos, por grupos de referencias o pertenencias, incluso factores sociales, culturales, etc. Estos estímulos pueden llevarlo a reconocer una necesidad.

2.1.3.3.2 Búsqueda de información:

Según Solomon (2008) existen diferentes tipos de búsqueda:

Interna:

- ✿ Experiencias pasadas
- ✿ Recomendaciones
- ✿ Tiempo y calidad de las experiencias

Externa:

- ✿ Actividades previas a la compra: catálogos, tiendas, etc.
- ✿ Continua o continuada: se mantienen informados continuamente a pesar que la compra no se efectúe al instante.
- ✿ Basada en lo que proporcionan las empresas sobre sus productos.

Un consumidor complacido manifestará propensión a buscar más información. El estado de búsqueda moderada se denomina atención acrecentada. Una búsqueda de información activa consiste en buscar material y emprender otras actividades de investigación para conocer más. El entusiasmo con que se emprenda la búsqueda depende de la intensidad del impulso, de la información inicial con que se cuenta, de la facilidad para obtener información adicional, del valor que se le conceda y de la satisfacción que se obtenga de ella. Por lo regular, la búsqueda por parte del consumidor se incrementa según vaya el consumidor de las situaciones de solución limitada del problema a solución extensiva del problema.

Para el mercadólogo resultan de interés las principales fuentes de información a las que recurrirá el consumidor y la influencia que cada una tendrá en la subsecuente decisión de compra.

El autor López - Pinto (2001) en su libro La Esencia del Marketing, identifica otro grupo de fuentes de información:

- ✿ **Fuentes personales:** familia, amistades, vecinos, conocidos.
- ✿ **Fuentes comerciales:** publicidad, vendedores, distribuidores, empaques, exhibidores.
- ✿ **Fuentes públicas:** medios masivos, organizaciones de clasificación de consumidores.
- ✿ **Fuentes experimentales:** manejo, análisis, empleo del producto.

La cantidad e influencia relativa de estas fuentes de información, varía según la categoría de producto y las características del consumidor. Cada fuente de información desempeña una función algo diferente para influir en la decisión de compra. La información comercial, por lo general, cumple una función informativa, y las fuentes personales, una función de legitimación y/o evaluación. (López Pinto, 2001)

2.1.3.3 Evaluación previa a la compra:

No existe un proceso único de evaluación que utilicen todos los consumidores, o ni siquiera un consumidor en todas las situaciones de compra. Existen varios procesos de evaluación de la decisión. “Los modelos que más se utilizan en el proceso de evaluación por parte del consumidor, están orientados en forma cognoscitiva, o sea que ven al consumidor formándose juicios de producto, primordialmente sobre bases conscientes y racionales”. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 29)

Los atributos que resultan interesantes para los consumidores varían dependiendo del producto. “Los consumidores difieren en cuanto a los atributos de un producto que consideran relevantes o sobresalientes”. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 30) Pondrán más atención en aquellos que les darán los beneficios que buscan. Con

frecuencia, el mercado para un producto puede segmentarse de acuerdo con los atributos sobresalientes para diversos grupos de consumidores.

Se presume que el consumidor tiene una función utilitaria para cada atributo. “Esta función describe la forma en que el consumidor espera que la satisfacción proporcionada por el producto varíe con los diferentes niveles de cada atributo”. (Solomon, 2008, pág. 286)

2.1.3.3.4 Compra:

En general, la decisión de compra del consumidor será adquirir la marca mejor calificada, pero dos factores se pueden imponer entre la intención de compra y la decisión de compra. El primer factor es las actitudes de otros. Además, están los factores de situación inesperados. (Kotler, 2002, pág. 100). El consumidor podría formar una intención de compra con base en factores como el ingreso que espera tener, el precio que espera pagar y beneficios que espera obtener del producto. Sin embargo, sucesos inesperados podría alterar la intención de compra. Por lo tanto, las preferencias e incluso las intenciones de compra no siempre dan lugar a una compra real. (Kotler, 2002, pág. 100)

Factores que influyen en la decisión de compra:

 **La actitud de otros:** la medida en que la actitud de otra persona reduce la alternativa preferida de alguien, depende de dos cosas (Solomon, 2008, pág. 314): la intensidad de la actitud negativa de la otra persona hacia la alternativa que prefiere el consumidor y la motivación del consumidor para dar gusto a los deseos de la otra persona.

 **Factores situacionales no previstos:** el consumidor forma una intención de compra basándose en factores como “el ingreso familiar esperado, el precio esperado

y los beneficios que espera obtener del producto”. (Solomon, 2008, pág. 314) Cuando el consumidor está a punto de actuar, pueden brotar factores situacionales no previstos que modifiquen la intención de compra.

“La decisión del consumidor de modificar, posponer o evitar una decisión de compra está muy influenciada por el riesgo percibido. La magnitud del riesgo percibido varía según la cantidad de dinero en juego, el grado de incertidumbre respecto a las características y el nivel de confianza en sí mismo del consumidor”. (Solomon, 2008, pág. 317) El mercadólogo debe entender los factores que generan sensación de riesgo en los consumidores, y proporcionarles la información y el apoyo que reduzcan el riesgo percibido.

Tipos de compra:

 **Compra totalmente planeada:** producto y marca seleccionada previamente. (Solomon, 2008, pág. 319)

 **Compra parcialmente planeada:** reconocen que necesitan ciertos productos, pero no se deciden por ninguna marca específica hasta que se encuentran en la tienda. (Solomon, 2008, pág. 319)

 **Compra no planeada:** puede ocurrir cuando una persona desconoce la distribución de la tienda o quizá cuando ve el producto en el estante y recuerda comprarlo. (Solomon, 2008, pág. 318)

2.1.3.3.5 Consumo:

Según Pete & Jerry, (2005), el consumo está determinado por la comprensión de las siguientes preguntas:

¿Cuándo compra? Se debe conocer el momento de compra y la frecuencia de la compra con relación a sus necesidades, las cuales son cambiantes a lo largo de su vida.

¿Dónde compra? Los lugares donde el consumidor compra se ven influidos por los canales de distribución y, además, por otros aspectos relacionados con el servicio, trato, imagen del punto de venta, etc.

¿Cuánto compra? La cantidad física que adquiere del producto, o bien para satisfacer sus deseos o bien sus necesidades. Ello indica si la compra es repetitiva o no.

¿Cómo lo utiliza? Con relación a la forma en que el consumidor utilice el producto se creará un determinado envase o presentación del producto.

2.1.3.3.6 Evaluaciones posteriores a la compra:

Radica en la evaluación de la satisfacción del consumidor; “se puede aplicar el modelo de disconfirmación de expectativas, que compara las expectativas antes del consumo y las percepciones después del consumo”. (Solomon, 2008, pág. 323)

-  **Disconfirmación positiva:** el producto supero las expectativas
-  **Confirmación:** se mantuvo en el nivel
-  **Disconfirmación negativa:** muy por debajo de las expectativas.

2.1.3.3.7 Descarte:

Es cómo el consumidor deshecha el producto. (Solomon, 2008, pág. 329)

2.1.3.4 FACTORES QUE INFLUYEN EN EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR:

La cultura, la subcultura y las clases sociales constituyen un factor de particular importancia en el comportamiento del consumidor.

2.1.3.4.1 **Cultura:**

Es el conjunto total de creencias, valores y costumbres aprendidas, que sirven para dirigir el comportamiento como consumidores de los miembros de una sociedad específica. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 408)

2.1.3.4.1.1 **Influencia sobre la cultura:**

✿ **Normas:** reglas que cumple la mayoría de personas relacionadas al comportamiento. (Solomon, 2008, pág. 542)

✿ **Valores:** es una creencia de que alguna condición es preferible a su opuesto. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 142)

✿ **Rituales:** consiste en una serie de múltiples comportamientos simbólicos que ocurren en una secuencia fija y que se repiten periódicamente. (Solomon, 2008, pág. 546)

✿ **Costumbre:** es una norma transmitida desde el pasado y que controla los comportamientos básicos, como la división del trabajo en una casa o la práctica de ceremonias específicas. (Solomon, 2008, pág. 542)

✿ **Tradición:** Es tradición todo aquello que una generación entrega a la siguiente por ser valioso. Se consideran tradicionales a los valores, creencias y formas de expresión artística de una comunidad, en especial a aquéllos que se transmiten de forma oral. Es lo que comúnmente se conoce como la “sabiduría popular. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 411)

✿ **Símbolo:** cualquier cosa que represente algo. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 411)

2.1.3.4.1.2 Cambios culturales:

Cambios en influencia familiar:

- ✿ Menos tiempo en el hogar
- ✿ Tasas de divorcio
- ✿ Núcleo familiar aislado

Cambios en influencia religiosa:

- ✿ Disminución de lealtad
- ✿ Incremento de religiones no cristianas
- ✿ De lo tradicional a lo espiritual

Cambios en instituciones educativas:

- ✿ Incremento en educación formal.
- ✿ Tipo de enseñanza.
- ✿ Aprendizaje virtual.

2.1.3.4.2 Subcultura:

Se define como un grupo cultural distintivo que existe como un segmento identificable de una sociedad más amplia y más compleja. El perfil cultural de una sociedad o de una nación es la combinación de dos elementos distintos: (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 438)

Las creencias, los valores y las costumbres singulares que suscriben los miembros de subculturas específicas.

Los temas culturales centrales o fundamentales que la mayoría de la población comparte, sin importar las aficciones subculturales específicas de cada individuo.

2.1.3.4.2.1 Subcultura por nacionalidad:

La nacionalidad es una referencia subcultural importante que guía su conducta respecto de lo que valora y lo que compra. (Solomon, 2008)

2.1.3.4.2.2 Subcultura religiosa:

Algunas veces, los miembros de todos esos grupos religiosos suelen tomar decisiones de compra bajo la influencia de su identidad religiosa. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 440)

2.1.3.4.2.3 Subculturas geográficas y regionales:

Gracias al tamaño y a la diversidad física de un país, resulta muy natural, que los individuos tengan un “sentimiento de identificación regional y recurran a él como una forma de describir a los demás, formándose un estereotipo”. (Solomon, 2008, pág. 465)

2.1.3.4.2.4 Subculturas raciales:

Existe una infinidad de grupos raciales, dándose significativas diferencias en estilos de vida y en los patrones de gasto y consumo. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 452)

2.1.3.4.2.5 Subcultura por edades:

Conforme el individuo cambia de ser un niño dependiente hasta que se convierte en un ciudadano jubilado de edad avanzada, se “producen cambios importantes en sus demandas específicas de productos y servicios”. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 454)

2.1.3.4.2.6 El género como subcultura:

Todas las sociedades tienen que asignar ciertos rasgos y roles a los hombres y otros diferentes a las mujeres, en general se definen la agresividad y competitividad como rasgos masculinos y la pulcritud, sutileza, amabilidad a los rasgos femeninos. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 456)

2.1.3.4.3 Estilos de vida:

El estilo de vida se refiere a un patrón de consumo que refleja las alternativas que considera una persona para decidir cómo gasta su tiempo y dinero. (Solomon, 2008, pág. 578)

2.1.3.4.4 Clase social:

La clase social, se define como “la división de los miembros de una sociedad en una jerarquía de clases con status distintivas, de manera que a los miembros de cada clase les correspondan relativamente un mismo status... y, comparados con éste, los miembros de todas las demás clases poseen un status ya sea mayor o menor”. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 372)

2.1.3.4.4.1 Variables que determinan la clase social:

✿ **Ocupación:** es el mejor indicador de clase social, está relacionado con el cargo de trabajo en el cual un individuo se desempeña. (Solomon, 2008, pág. 378)

✿ **Desempeño personal:** el éxito va en relación con el de otras personas en la misma ocupación. (Pete & Jerry, 2005)

✿ **Interrelaciones:** con las personas que se encuentran a nuestro alrededor.

- Prestigio personal
- Asociación
- Socialización

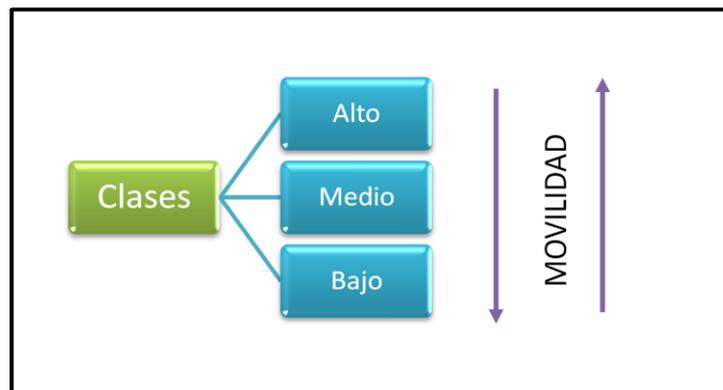
✿ **Patrimonio:** caracterizado por los bienes que consumen (cantidad y naturaleza). Las clases adquieren bienes por frecuencia de consumo, el deseo de evidenciar la capacidad de adquirir y evidenciar. (Pete & Jerry, 2005)

✿ **Orientación hacia valores:** grupos que comparten un conjunto de convicciones abstractas. (Pete & Jerry, 2005)

✿ **Coincidencia de clase:** es el grado en el cual los miembros de una clase social están conscientes de sí mismos como un grupo diferente. (Pete & Jerry, 2005)

2.1.3.4.4.2 Estratificación social:

Gráfico 2. 5 Estratificación Social



Fuente: Basado en el libro de Schiffman & Kanuk, Comportamiento del Consumidor, 2005. Elaborado por: Octubre, 2010.

2.1.3.4.5 Grupos de referencia y pertenencia: influencias familiares:

Grupo: se define como el conjunto de dos o más personas que interactúan para alcanzar metas ya sean individuales o colectivas. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 330)

2.1.3.4.5.1 Grupo de pertenencia:

Son los grupos que ejercen una influencia directa y a los que el individuo pertenece. (Kotler & Armstrong, 2005, pág. 146)

2.1.3.4.5.2 Grupo de referencia:

Es un individuo o grupo real o imaginario, que ejerce una influencia significativa sobre las evaluaciones, aspiraciones o el comportamiento de una persona. (Solomon, 2008, pág. 388).

✿ **Grupos de referencia normativos:** son grupos de referencia que influyen en términos generales en valores o formas de comportamiento definidos. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 330)

✿ **Grupos de referencia comparativos:** sirven como modelos para comparar actitudes o formas de comportamiento específicas o definidas de una manera estricta. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 330)

✿ **Grupos de referencia indirecta:** son los individuos o los grupos con los cuales la persona no tiene contacto personal directo, como las estrellas de cine, los triunfadores del deporte, los líderes políticos, las celebridades o incluso las personas bien vestidas y de aspecto interesante que ve pasar por la calle. (Schiffman & Kanuk, 2005, pág. 331)

Schiffman & Kanuk, (2005, pág. 331) determinan que los consumidores están potencialmente influidos por una diversa gama de individuos con quienes tienen contacto o a quienes observan.

Dentro de esos grupos se encuentran:

- Grupo de amistades
- Grupo para ir de compras
- Grupos de trabajo
- Grupos o comunidades virtuales
- Grupos de defensa al consumidor.

2.1.3.4.5.3 Familia:

Son dos o más personas que se relacionan por consanguinidad, matrimonio o adopción y que habitan en la misma vivienda. (Solomon, 2008, pág. 389)

Los ocho roles del proceso de toma de decisiones de la familia.

Tabla 2. 1 Roles del proceso de toma de decisiones de la familia

Rol	Descripción:
Influyentes	Miembros de la familia que suministran información a otros miembros acerca de un producto o servicio.
Vigilantes	Miembros de la familia que controlan el flujo de información que llega a la familia acerca de un producto o servicio.
¿Quiénes deciden?	Miembros de la familia que tienen el poder de determinar, unilateral o conjuntamente, si se deberá comparar precios, comprar, usar, consumir o desechar.
Compradores	Miembros de la familia que realizan la compra real de determinado producto o servicio
Preparadores	Miembros de la familia que transforman el producto y le dan la forma adecuada para que sea consumido por otros miembros de la familia
Usuarios	Miembros de la familia que utilizan o consumen un producto o servicio específicos.
Mantenedores	Miembros de la familia que dan servicio o reparan el producto, de manera que su uso proporcione satisfacción sin interrupciones
Eliminadores	Miembros de la familia que inician o llevan a cabo la eliminación o la suspensión del uso de un determinado producto o servicio.

Fuente: Schiffman & Kanuk, Comportamiento del Consumidor, 2005. (pág. 355).

Elaborado por: Alejandra Bonilla G. Octubre, 2010

2.1.3.5 RESPUESTA DEL CONSUMIDOR:

2.1.3.5.1 Servicio:

Los servicios están por todas partes, trátase de una consulta al médico, de un servicio religioso, de una visita a nuestro restaurante preferido o de un día en la escuela. La economía global de los servicios está floreciendo. (Douglas Hoffman & Bateson, 2002, pág. 3).



Conceptos:

- **Bien:** son objetos, aparatos o cosas. (Douglas Hoffman & Bateson, 2002, pág. 4)
- **Servicio:** son actos, esfuerzos o actuaciones. (Douglas Hoffman & Bateson, 2002, pág. 4)

2.1.3.5.2 Características de los servicios:

Las características fundamentales que diferencian a los servicios son cuatro: 1) Intangibilidad, 2) inseparabilidad, 3) heterogeneidad y 4) perecedero.

✿ **Intangibilidad:** Esta característica se refiere a que los servicios no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse, por tanto, tampoco pueden ser almacenados, ni colocados en el escaparate de una tienda para ser adquiridos y llevados por el comprador (como sucede con los bienes o productos físicos). (Douglas Hoffman & Bateson, 2002, pág. 27)

✿ **Inseparabilidad:** Los bienes se producen, se venden y luego se consumen. En cambio, los servicios con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son actividades inseparables. (Douglas Hoffman & Bateson, 2002, pág. 31).

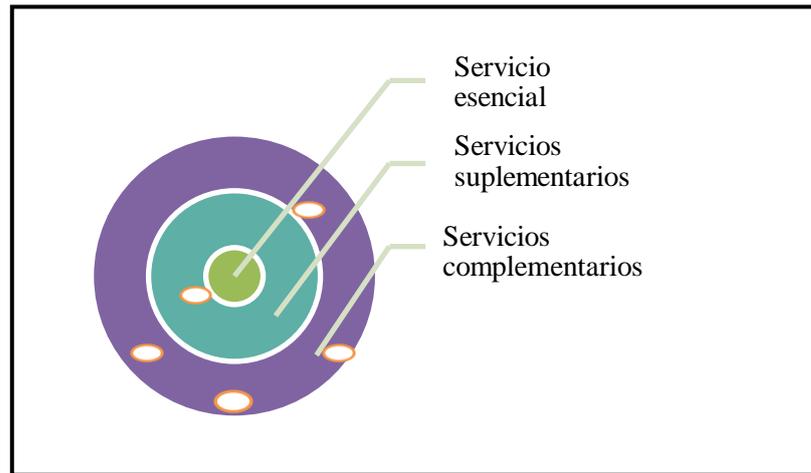
✿ **Heterogeneidad:** O variabilidad, significa que los servicios tienden a estar menos estandarizados o uniformados que los bienes. (Douglas Hoffman & Bateson, 2002, pág. 38). Es decir, que cada servicio depende de quién los presta, cuándo y dónde, debido al factor humano; el cual, participa en la producción y entrega.

✿ **Carácter Perecedero:** O imperdurabilidad. Se refiere a que los servicios no se pueden conservar, almacenar o guardar en inventario. (Douglas Hoffman & Bateson, 2002, pág. 41).

2.1.3.5.3 Servicios suplementarios y complementarios:

✿ **Servicio de complementario:** servicio auxiliar que sirve para aumentar valor o diferenciar de los competidores. (Douglas Hoffman & Bateson, 2002)

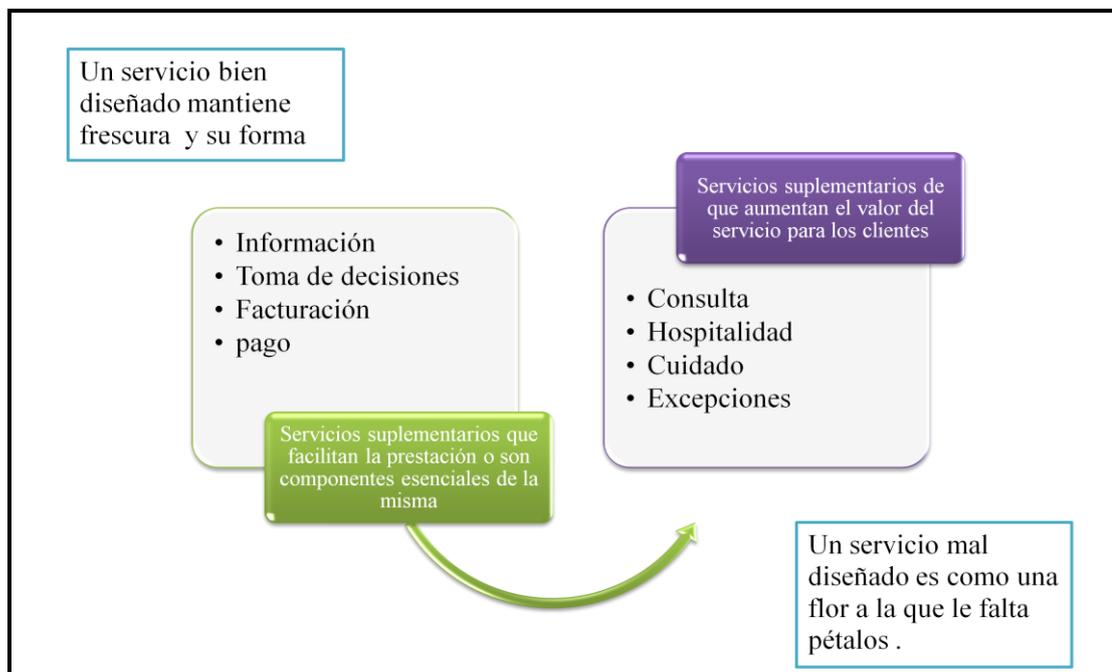
✿ **Servicios suplementarios:** Facilitadores ayudan al uso del servicio. (Douglas Hoffman & Bateson, 2002)

Gráfico 2. 6 Servicios suplementarios y complementarios

Fuente: Fundamentos de Marketing de Servicio, Douglas Hoffman & Bateson, 2002, pág. 54. Elaborado por: Alejandra Bonilla G. Octubre 2010

**Clasificación de los servicios suplementarios:**

Potencialmente, existen docenas de servicios suplementarios distintos, pero casi todos se pueden agrupar en una de las ocho categorías. (Lovelock, Reynoso, & D'andrea, 2004, pág. 251)

Gráfico 2. 7 Clasificación de los servicios suplementarios

Fuente: Lovelock, Reynoso, & D'andrea, Administración de Servicios. 2004. Elaborado por Alejandra Bonilla G. Noviembre, 2010

2.1.3.5.4 Identidad de marca:

✿ **Marca:** es el nombre, término, letrero, símbolo o diseño o la combinación de ellos que busca identificar los bienes o servicios de una compañía o un grupo de compañías, y diferenciarlos de los de sus competidores. (Kotler & Armstrong, 2005, pág. 246) Las marcas no sólo son nombres y símbolos, sino que “representan las percepciones y los sentimientos de los consumidores acerca de un producto o servicio y su desempeño” (Kotler & Armstrong, 2005), es decir todo lo que el producto o servicio significa para los consumidores.

Los autores Aake & Joachimsthal (2005) en su libro Liderazgo de Marca, determinan que una Marca debe tener los siguientes elementos:

- **Nombre o fenotipo:** constituido por la parte de la marca que se puede pronunciar. Es la identidad verbal de la marca.

- **Logotipo:** es la representación gráfica del nombre, la grafía propia con la que éste se escribe. Forma parte de la identidad visual de la marca.

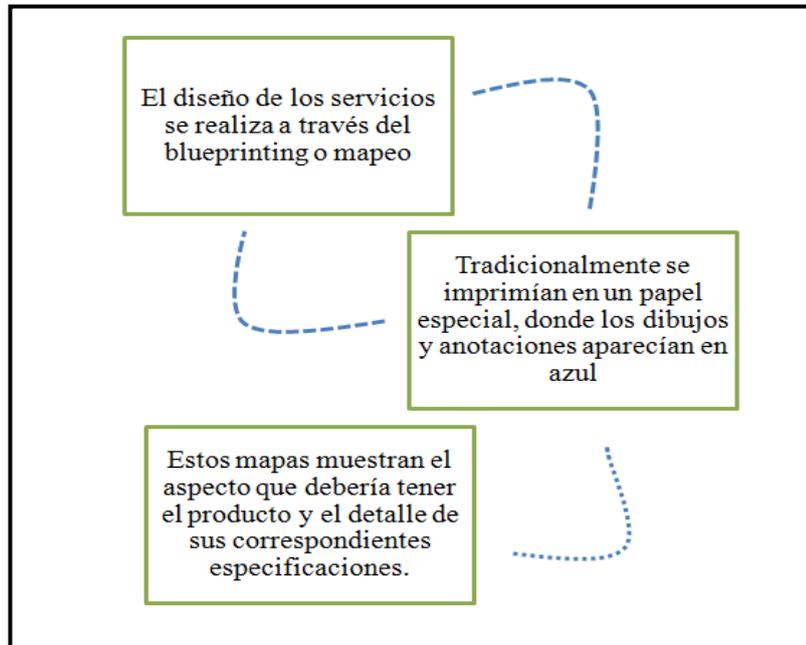
- **Grafismos:** son aquellos dibujos o representaciones no pronunciables. Completa la identidad visual de la marca

- **Isotipo:** es la representación gráfica de un objeto, que es un signo- icono
- **Gama cromática o cromatismo:** es empleo y distribución de los colores.
- **Slogan:** frase corta y concisa que apoya y refuerza una marca, generalmente resaltando alguna característica o valor de la misma. Es el lema.

2.1.3.5.5 Procesos del servicio:

2.1.3.5.5.1 Mapeo de servicios:

Gráfico 2. 8 Concepto mapeo de servicio



Fuente: Lovelock, Reynoso, & D'andrea, Administración de Servicios. 2004. Elaborado por Alejandra Bonilla G. Noviembre, 2010

Según el autor Lovelock, Reynoso, & D'andrea, (2004), la identificación de todas las actividades clave que participan en la prestación y producción del servicio y la especificación de los vínculos entre dichas actividades. Consiste en distinguir entre lo que los clientes reciben y las actividades de los empleados y los procesos de apoyo, que los clientes ven. Y yace lo que se denomina línea de visibilidad.

“Los mapeos clasifican las interacciones entre los clientes y los empleados y el soporte necesario que aportan las actividades adicionales y los sistemas tras bambalinas. Los mapeos brindan la posibilidad de identificar potenciales puntos de falla en el proceso, que representa un riesgo de que las cosas salgan mal y disminuya la calidad del servicio”. (Douglas Hoffman & Bateson, 2002). El conocer los puntos de falla permite diseñar procedimientos o planes de contingencia. Se puede identificar puntos donde

los clientes tienen que esperar y para ello se puede desarrollar normas de ejecución de actividades, fijar topes, y guiones para marcar pautas.

Según Douglas Hoffman & Bateson, (2002, pág. 151), en el mapeo de procesos se determinan los siguientes conceptos:

✿ **Tiempo del proceso:** se calcula dividiendo el tiempo de la actividad entre la cantidad de los puntos en los que esta se desempeña.

✿ **Tiempo de actividad:** tiempo requerido para desempeñar una actividad en una estación.

✿ **Estaciones:** punto donde se desempeña una actividad.

✿ **Producción máxima por hora:** cantidad de personas que se pueden atender en cada estación en una hora.

✿ **Cuellos de botella:** puntos del sistema donde los consumidores, pasan el lapso más largo de tiempo.

2.1.3.5.5.2 Calidad de los servicios:

La calidad de los servicios es una actitud debida a una evaluación global, a largo plazo, del desempeño de una empresa. (Douglas Hoffman & Bateson, 2002, pág. 325) Las percepciones acerca de la calidad suelen depender de una comparación reiterada de las expectativas que el cliente tiene con respecto a un servicio concreto. Si un servicio, a pesar de que sea muy bueno, deja de satisfacer las expectativas de un cliente una y otra vez, éste percibirá que es de mala calidad (Douglas Hoffman & Bateson, 2002, pág. 326)

En términos conceptuales, se puede estudiar el proceso de la calidad de los servicios en términos de las brechas que existen entre las expectativas y las

percepciones que tienen los administradores, los empleados y los clientes y los clientes. (Douglas Hoffman & Bateson, 2002, pág. 326) Existen diferentes brechas:

✿ **Brecha del servicio:** la distancia que existe entre las expectativas del cliente con respecto a un servicio y su percepción cuando ya se le ha brindado. (Douglas Hoffman & Bateson, 2002, pág. 327)

✿ **Brecha de conocimiento:** la diferencia que existe entre lo que los consumidores esperan de un servicio y lo que la gerencia cree que éstos esperan de él. (Douglas Hoffman & Bateson, 2002, pág. 327)

✿ **Brecha de las normas:** la diferencia que existe entre lo que los consumidores esperan de un servicio y lo que la gerencia cree que éstos esperan de él. (Douglas Hoffman & Bateson, 2002, pág. 328)

✿ **Brecha de la prestación:** la diferencia que existe entre las normas de calidad establecidas para la prestación del servicio y la calidad real de éste. (Douglas Hoffman & Bateson, 2002, pág. 331)

✿ **Brecha de la comunicación:** la diferencia que existe entre la calidad real del servicio brindado y la que se prometió y/o describió en la comunicación externa de la empresa. (Douglas Hoffman & Bateson, 2002, pág. 332)

2.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:

Es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing. (Malhotra, 2008, pág. 7)

2.2.1 EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:

Gráfico 2. 9 Proceso de Investigación de Mercados



Fuente: Malhotra, Investigación de Mercados, 2008. Elaborado por Alejandra Bonilla G. Noviembre, 2010

2.2.1.1 PASO 1: Definición del Problema

En esta etapa supone plantear e identificar los componentes específicos del problema de investigación de mercados. (Malhotra, 2008, pág. 10) En esta etapa se definirán:

- ✿ La finalidad del estudio
- ✿ La información básica pertinente
- ✿ La información que hace falta
- ✿ Cómo se utilizará el estudio.

2.2.1.1.1 Discusión con los tomadores de decisiones:

✿ Las conversaciones con quienes toman las decisiones son de suma importancia ya que estas personas necesitan entender el potencial y las limitaciones de la investigación. (Malhotra, 2008, pág. 38)

✿ La información proporciona información relevante, más no ofrece soluciones a los problemas. (Malhotra, 2008, pág. 38)

2.2.1.1.2 Investigación exploratoria:

El objetivo de la investigación exploratoria es explorar o examinar un problema o situación para brindar conocimientos y comprensión. (Malhotra, 2008, pág. 80)

2.2.1.1.3 Investigación cualitativa:

Metodología de investigación exploratoria, no estructurada, que se basa en pequeñas muestras y tiene el propósito de brindar conocimientos y comprensión del entorno del problema. (Malhotra, 2008, pág. 42)

2.2.1.1.3.1 Procedimientos de la investigación cualitativa:

Se pueden clasificar en:

2.2.1.1.3.1.1 Enfoque Directo:

Tipo de investigación cualitativa en la cual los propósitos del proyecto se revelan al individuo o son evidentes, dada la naturaleza de la entrevista. (Malhotra, 2008, pág. 145). Dentro de esta se encuentran las siguientes técnicas:

2.2.1.1.3.1.1.1 Sesiones de grupo:

Entrevista realizada por un moderador capacitado con un grupo pequeño de individuos, de una forma no estructurada y natural. (Malhotra, 2008, pág. 145)

Características de las sesiones de grupo:

Tabla 2. 2 Características de las sesiones de grupo

Características	
Tamaño de grupo	8 a 12 participantes
Composición del grupo	Homogéneo, evaluación previa de los participantes
Entorno físico	Atmósfera relajada y formal
Duración	1 a 3 horas
Registro	Uso de cintas de audio y video
Moderador	Con habilidades interpersonales, de observación y comunicación.

Fuente: Malhotra, Investigación de Mercados, 2008. Elaborado por Alejandra Bonilla G. Noviembre, 2010

Procedimiento para planear y conducir sesiones de grupo:

Según el autor Malhotra, (2008), en su libro Investigación de Mercados, determina los siguientes pasos para elaborar las sesiones de grupo

-  Determinar los objetivos del proyecto de investigación de mercados y definir el problema
-  Especificar los objetivos de la investigación cualitativa
-  Establecer los objetivos y preguntas que responderán las sesiones de grupo
-  Redactar un cuestionario
-  Establecer el perfil de un moderador
-  Llevar a cabo las sesiones de grupo
-  Revisar las cintas y analizar los datos

✿ Resumir los resultados y planear la investigación o acción de seguimiento

2.2.1.1.3.1.1.2 Entrevistas a profundidad:

Entrevista no estructurada directa y personal, en la cual un entrevistador altamente capacitado interroga a un solo encuestado, para describir motivaciones, creencias, actitudes y sentimientos subyacentes sobre un tema. (Malhotra, 2008, pág. 158)

✿ Entrevista con expertos:

Las entrevistas con expertos en el ramo, ayudan a plantear el problema de la investigación de mercados. (Malhotra, 2008, pág. 38)

✿ Características:

Según el autor Malhotra, (2008), en su libro Investigación de Mercados, señala las siguientes características de las entrevistas a profundidad.

- Son una forma no estructurada y directa de obtener información.
- Las entrevistas se realizan en forma individualizada.
- El entrevistador altamente capacitado interroga a una sola persona, con la finalidad de indagar sus motivaciones, creencias, actitudes y sentimientos subyacentes sobre un tema.

- Dura de 30 a 1 hora

✿ Proceso:

Según el autor Malhotra, (2008), en su libro Investigación de Mercados, determina los siguientes pasos para elaborar entrevista a profundidad.

El proceso de interrelación

El entrevistador/a ofrece deseos de saber, motivación para responder, confianza y la seguridad de que los datos y la información ofrecida no van a ser utilizados indebidamente y el entrevistado/a, por su parte, ofrece información para la investigación.

El proceso de obtención de información

- **El lanzamiento de preguntas:** El lanzamiento de las preguntas será diferente al comienzo y durante el desarrollo de la misma.

- **Durante el comienzo de la entrevista:** La información se obtendrá mediante el lanzamiento de preguntas o temas respecto de los que se quiere obtener información.

- **Durante el desarrollo de la entrevista:** Una vez formulado la pregunta inicial, el entrevistador/a irá lanzando preguntas más concretas. Ira de preguntas y temas generales a lo concreto, de lo superficial a lo profundo, de lo impersonal a lo personal y cada vez que se agote un tema, tendrá preparado otra pregunta o tema para seguir con la entrevista.

El proceso de registro de la información

Teniendo en cuenta este aspecto, habrá que elegir un buen lugar y un buen sistema grabar la información.

El análisis e interpretación de los datos

- Hay que leer o escuchar una y otra vez la entrevista para familiarizarse y conocer los datos y los aspectos más importantes del mundo o de la experiencia vivida por el entrevistado/a.

- Se analizarán los elementos, sucesos, momentos más importantes para el entrevistado/a.

2.2.1.1.3.1.2 Enfoque Indirecto:

Tipo de investigación cualitativa en la cual los propósitos del proyecto se ocultan a los individuos. (Malhotra, 2008)

✿ **Técnicas proyectivas:** forma de preguntar no estructurada e indirecta que anima a los sujetos a proyectar sus motivaciones, creencias, actitudes o sentimientos subyacentes con respecto a los temas de interés. (Malhotra, 2008, pág. 163) dentro de la misma se distinguen las siguientes técnicas:

✿ **Técnicas de asociación:** tipo de técnica proyectiva en la cual se presenta un estímulo al participante y se le pide que responda lo primero que se le venga a la mente. (Malhotra, 2008, pág. 163)

✿ **Asociación de palabras:** técnica proyectiva donde se presenta una lista de palabras, una a la vez, a los participantes. Después de cada palabra, se les pide que digan la primera palabra que le venga a la mente. (Malhotra, 2008, pág. 163)

✿ **Técnicas de construcción:** técnica proyectiva en la que se pide al sujeto que construya una respuesta en forma de historia, diálogo o descripción. (Malhotra, 2008, pág. 165)

✿ **Técnicas expresivas:** técnicas proyectivas donde se le presentan al participante una situación verbal o visual y se le pide que relacione los sentimientos y las actitudes de otras personas con la situación. (Malhotra, 2008, pág. 166)

2.2.1.2 PASO 2: Desarrollo del Enfoque del Problema

El desarrollo del enfoque del problema incluye la formulación de un marco de referencia objetivo o teórico, modelos analíticos, preguntas de investigación e hipótesis, e identificación de información que se necesita. Este proceso está guiado por conversaciones con los administradores y expertos en el área, análisis de datos

secundarios, investigación cualitativa y consideraciones pragmáticas. (Malhotra, 2008, pág. 10)

2.2.1.2.1 Marco objetivo teórico:

✿ **Teoría:** Es un esquema conceptual basado en afirmaciones fundamentales o axiomas, que se suponen verdaderas. (Malhotra, 2008, pág. 51)

✿ **Evidencia objetiva:** evidencia no sesgada que se sustenta en hallazgos empíricos. (Malhotra, 2008, pág. 51)

El investigador tiene que basarse en la teoría para determinar qué variables deberían investigarse. Además, las consideraciones teóricas proporcionan información sobre la forma de operacionalizar y medir las variables, así como sobre la forma de elegir la muestra y el diseño de la investigación.

2.2.1.2.2 Modelos analíticos:

Un modelo analítico es un conjunto de variables y sus interrelaciones, diseñado para representar algún sistema o proceso real, en su totalidad o parcialmente. (Malhotra, 2008, pág. 52)

Los modelos pueden adoptar diferentes formas, las más comunes son:

✿ **Modelo verbal:** modelos analíticos que dan una representación escrita de las relaciones entre las variables. (Malhotra, 2008, pág. 52)

✿ **Modelo gráfico:** modelos analíticos que dan una imagen visual de las relaciones entre variables. (Malhotra, 2008, pág. 52)

✿ **Modelos matemáticos:** modelos analíticos que describen de forma explícita las relaciones entre variables, por lo general en forma de ecuación. (Malhotra, 2008, págs. 52-53)

2.2.1.2.3 Datos secundarios:

Son aquellos que ya fueron reunidos para propósitos diferentes al problema en cuestión. (Malhotra, 2008, pág. 106)

Los datos secundarios incluyen información que se obtuvo de fuentes privadas y gubernamentales, de empresas comerciales de investigación de mercados y de bases de datos computarizadas.

2.2.1.2.4 Preguntas de investigación:

Las preguntas de investigación son un planteamiento perfeccionado de los componentes específicos del problema. (Malhotra, 2008, pág. 53)

Es posible que cada componente del problema tenga que descomponerse en piezas o preguntas de investigación, las cuales indagan qué información específica se requiere respecto de los componentes del problema.

2.2.1.2.5 Diagrama Ishikawa: Causa – Efecto:

El diagrama de Ishikawa, o Diagrama Causa-Efecto, es una herramienta que ayuda a identificar, clasificar y poner de manifiesto posibles causas, tanto de problemas específicos como de características de calidad. Ilustra gráficamente las relaciones existentes entre un resultado dado (efectos) y los factores (causas) que influyen en ese resultado (Campos, 2005, pág. 206)

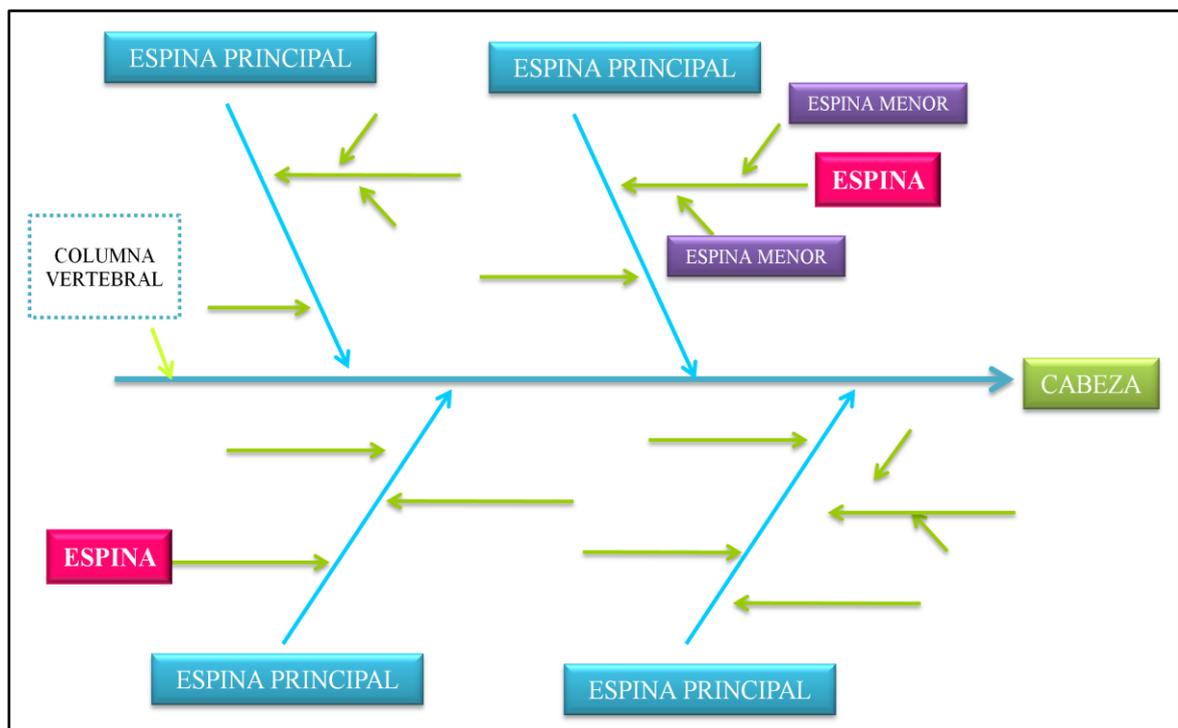
 **Causa:** significa origen, explicando el por qué de los fenómenos. Toda causa va unida a un efecto que es consecuencia, a la que antecede. (Campos, 2005, pág. 206)

 **Efectos:** Deriva del vocablo latino “effectus”, y significa los que resulta de otra cosa. Es lo que sucede como consecuencia de una causa. (Campos, 2005, pág. 206)

Los Diagramas Causa-Efecto, son idóneos para motivar el análisis y la discusión grupal, de manera que cada equipo de trabajo pueda “ampliar su comprensión del problema, visualizar las razones, motivos o factores principales y secundarios, identificar posibles soluciones, tomar decisiones y, organizar planes de acción”. (Campos, 2005, pág. 206)

El Diagrama Causa-Efecto o "Diagrama Espina de Pescado" porque su forma es similar al esqueleto de un pez: “Está compuesto por un recuadro (cabeza), una línea principal (columna vertebral), y 4 o más líneas que apuntan a la línea principal formando un ángulo aproximado de 70° (espinas principales). Estas últimas poseen a su vez dos o tres líneas inclinadas (espinas), y así sucesivamente (espinas menores), según sea necesario”. (Campos, 2005, pág. 208)

Gráfico 2. 10 Diagrama Causa - Efecto



Fuente: Campos, Mapas Conceptuales y otras formas de representaciones del conocimiento, 2005. Elaborado por Alejandra Bonilla G. Noviembre, 2010

2.2.1.2.6 Objetivo:

Es la meta que se pretende alcanzar en la investigación de mercados. (Malhotra, 2008, pág. 45)

2.2.1.2.7 Hipótesis:

Una hipótesis es una afirmación o una proposición aún no comprobada acerca de un factor o fenómeno que es de interés para el investigador. (Malhotra, 2008, pág. 53)

Una hipótesis puede ser una afirmación tentativa acerca de las relaciones entre dos o más variables según lo estipulado por el marco teórico o el modelo analítico. A menudo son una respuesta posible a la pregunta de investigación.

2.2.1.3 PASO 3: Formulación del Diseño de Investigación.

Un diseño de investigación es un esquema para llevar a cabo un proyecto de investigación mercados. Expone con detalle los procedimientos necesarios para obtener la información requerida, y su propósito es diseñar un estudio que ponga a prueba las hipótesis de interés. (Malhotra, 2008, pág. 11)

Determina las posibles respuestas a las preguntas de investigación y proporciona la información que se necesita para tomar una decisión.

“El diseño también incluye la realización de investigación exploratoria, descriptiva, la definición precisa de las variables y el diseño de las escalas adecuadas para medirlas. Debe abordarse la cuestión de cómo deberían obtenerse los datos de los participantes”. (Malhotra, 2008, pág. 11)

También es necesario diseñar el cuestionario y un plan de muestreo para seleccionar a los participantes del estudio.

2.2.1.3.1 Investigación descriptiva:

El principal objetivo de la investigación descriptiva es describir algo, por lo regular las características o funciones del mercado. (Malhotra, 2008, pág. 83)

2.2.1.3.2 Muestreo:

✿ **Población:** la suma de todos los elementos que comparten un conjunto común de características y que constituyen el universo para el propósito del problema de la investigación de mercados. (Malhotra, 2008, pág. 335)

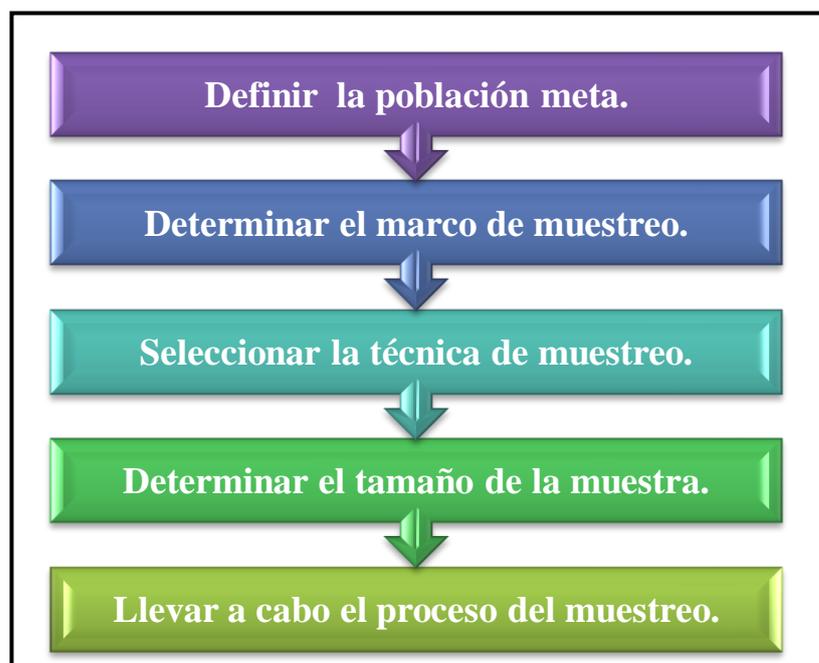
✿ **Censo:** numeración completa de los elementos de la población u objetos de estudio. (Malhotra, 2008, pág. 335)

✿ **Muestra:** subgrupo de elementos de la población seleccionando para participar en el estudio. (Malhotra, 2008, pág. 335)

2.2.1.3.2.1 Proceso de diseño del muestreo:

El proceso de diseño de muestreo incluye cinco pasos:

Gráfico 2. 11 Proceso de diseño de muestreo



Fuente: Malhotra, Investigación de Mercados, 2008.
Elaborado por Alejandra Bonilla G. Noviembre, 2010

2.2.1.3.2.1.1 Paso 1: Definición de la población meta

El diseño comienza con la especificación de la población meta, que “es el conjunto de elementos u objetivos que poseen la información buscada por el investigador, y acerca del cual se harán inferencias” (Malhotra, 2008, pág. 336).

La población meta debe definirse en términos de los elementos que son los “objetos que poseen la información buscada por el investigador y sobre los cuales se harán inferencias” (Malhotra, 2008, pág. 336), las unidades de muestreo que es una “unidad básica que contiene los elementos de población de la que se tomará la muestra”. (Malhotra, 2008, pág. 336), la extensión que se refiere a los límites geográficos y el tiempo que es el período considerado.

2.2.1.3.2.1.2 Paso 2: Determinación del marco de muestreo

El marco de muestreo es la representación de los elementos de la población meta. “Consiste en un listado o conjunto de instrucciones para identificar la población meta”. (Malhotra, 2008, pág. 337)

En la mayoría de los casos el investigador debe reconocer y enfrentar el error del marco de muestreo.

2.2.1.3.2.1.3 Paso 3: Elección de una técnica de muestreo

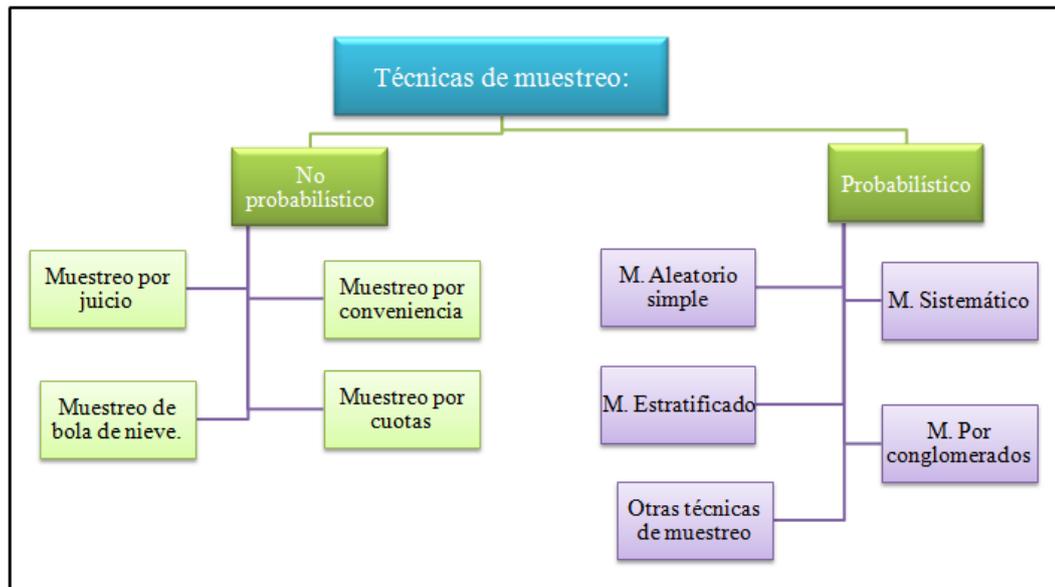
El investigador debe decidir si usará una técnica de muestreo tradicional o la bayesiano, si obtendrá la muestra con o sin reemplazo y si utilizará un muestreo probabilístico o no probabilístico.

 **Muestreo con reemplazo:** técnica de muestreo en que un elemento puede incluirse en la muestra en más de una ocasión. (Malhotra, 2008, pág. 338)

✿ **Muestreo sin reemplazo:** técnica de muestreo en la que no puede incluirse a un elemento en la muestra en más de una ocasión. (Malhotra, 2008, pág. 338)

2.2.1.3.2.1.3.1 Clasificación de las técnicas de muestreo:

Gráfico 2. 12 Clasificación de las técnicas de muestreo



Fuente: Malhotra, Investigación de Mercados, 2008.
Elaborado por Aleiandra Bonilla G. Noviembre, 2010

2.2.1.3.2.1.3.1.1 Muestreo no probabilístico:

Técnica de muestreo que no se basa en el “azar, sino en el juicio personal del investigador para seleccionar a los elementos de la muestra. El investigador puede decidir de manera arbitraria o consciente qué elementos incluirá en la muestra”. (Malhotra, 2008, pág. 340)

✿ **Muestreo por conveniencia:** técnica de muestreo no probabilístico que busca obtener una muestra de elementos convenientes. La selección de las unidades de muestreo se deja principalmente al entrevistador. (Malhotra, 2008, pág. 341)

✿ **Muestreo por juicio:** forma de muestreo por conveniencia en que los elementos de la población se seleccionan de forma deliberada con base en el juicio del investigador. (Malhotra, 2008, pág. 342)

✿ **Muestreo por cuotas:** técnica de muestreo no probabilístico, que es un muestreo por juicio restringido de dos etapas. La primera etapa consiste en desarrollar categorías de control o cuotas de elementos de la población. En la segunda etapa se seleccionan los elementos de la muestra con base en la conveniencia o el juicio. (Malhotra, 2008, pág. 344)

✿ **Muestreo de bola de nieve:** técnica de muestreo no probabilístico en la cual se selecciona al azar al grupo inicial de encuestados. Los encuestados posteriores se seleccionan con base en las referencias o la información proporcionada por los encuestados iniciales. Este proceso puede realizarse en olas para obtener referencias de las referencias. (Malhotra, 2008, pág. 345)

2.2.1.3.2.1.3.1.2 Muestreo probabilístico:

Procedimiento de muestreo donde cada elemento de la población tiene una oportunidad probabilística fija para ser elegido en la muestra. (Malhotra, 2008, pág. 341)

✿ **Muestreo aleatorio simple:** técnica de muestreo probabilístico donde cada elemento de la población tienen una probabilidad de selección equitativa y conocida. Cada elemento se selecciona de manera independiente a los otros elementos y la muestra se extrae mediante un procedimiento aleatorio del marco de muestreo. (Malhotra, 2008, pág. 346)

 **Muestreo sistemático:** técnica de muestreo probabilístico en que la muestra se elige seleccionando un punto de inicio aleatorio, para luego elegir cada n elemento en sucesión del marco de muestreo. (Malhotra, 2008, pág. 346)

 **Muestreo estratificado:** técnica de muestreo probabilístico que usa un proceso de dos pasos para dividir a la población en subpoblaciones o estratos. Los elementos se seleccionan de cada estrato mediante un procedimiento aleatorio. (Malhotra, 2008, pág. 348)

 **Muestreo por conglomerados:** primero se divide a la población meta en subpoblaciones mutuamente excluyentes y colectivamente exhaustivas llamadas conglomerados. Luego se selecciona una muestra aleatoria de conglomerados con base en una técnica de muestreo probabilístico, como el muestreo aleatorio simple. Para cada conglomerado seleccionado se incluyen todos los elementos en la muestra o se toma una muestra de elementos de forma probabilística. (Malhotra, 2008, pág. 350)

 **Otras técnicas de muestreo probabilístico:**

 **Muestreo por secuencia:** técnica de muestreo probabilístico en que los elementos de la población se muestrean en secuencia, en cada etapa se realizan la recolección y el análisis de datos, y se decide si deben muestrearse elementos adicionales de la población. . (Malhotra, 2008, pág. 354)

 **Muestreo doble:** técnica de muestreo en la que ciertos elementos de la población se muestrean dos veces. (Malhotra, 2008, pág. 354)

2.2.1.3.2.1.4 Paso 4: Determinación del tamaño de la muestra

☀ **Parámetro:** es la descripción resumida de una característica o medida fija de una población meta. “Un parámetro denota el valor real que se obtendría si se realizara un censo en vez de trabajar en una muestra”. (Malhotra, 2008, pág. 366)

☀ **Estadístico:** es una descripción resumida de una característica o medida de la muestra. El estadístico de la muestra se utiliza como una estimación del parámetro de la población. (Malhotra, 2008, pág. 367)

☀ **Nivel de precisión:** cuando se calcula el parámetro de la población usando el estadístico de la muestra, “el nivel de precisión es el tamaño deseado del intervalo que se estima. Es decir, la máxima diferencia permitida entre el estadístico de la muestra y el parámetro de la población”. (Malhotra, 2008, pág. 367)

☀ **Intervalo de confianza:** es el rango dentro del que caerá el verdadero parámetro de la población, suponiendo un determinado nivel de confianza. (Malhotra, 2008, pág. 367)

☀ **Distribución normal:** la base para la inferencia estadística clásica que tiene forma de campana y apariencia simétrica. (Malhotra, 2008, pág. 367) Sus medidas de la tendencia central son todas idénticas.

☀ **Inferencia estadística:** El proceso de generalizar los resultados de la muestra a los resultados de la población. (Malhotra, 2008, pág. 367)

☀ **Error estándar:** la desviación estándar de la distribución del muestreo de la media o de la proporción. (Malhotra, 2008, pág. 368)

☀ **Valor z:** el número de errores estándar a que se encuentra un punto de la media. (Malhotra, 2008, pág. 368)

❁ **Fórmula para el cálculo de la muestra:**

Gráfico 2. 13 Fórmula de la muestra

$$n = \frac{N * Z^2 * pq}{E^2 (N-1) + Z^2 pq}.$$

Fuente: Malhotra, Investigación de Mercados, 2008.
Elaborado por Alejandra Bonilla G. Noviembre, 2010

n = tamaño de la muestra.

p = porcentaje de la población que cumple con la variable de interés.

q = porcentaje de la población que no cumple con la variabilidad.

N = tamaño de la población.

E = error estándar.

z = valor z.

❁ **Variabilidad:** La variabilidad es la probabilidad (o porcentaje) con el que se aceptó y se rechazó la hipótesis que se quiere investigar en alguna investigación anterior o en un ensayo previo a la investigación actual. El porcentaje con que se aceptó tal hipótesis se denomina variabilidad positiva y se denota por p, y el porcentaje con el que se rechazó se la hipótesis es la variabilidad negativa, denotada por q. (Berenson & Levine, 2006, pág. 330)

Hay que considerar que p y q son complementarios, es decir, que su suma es igual a la unidad: $p+q=1$. Además, cuando se habla de la máxima variabilidad, en el caso de no existir antecedentes sobre la investigación (no hay otras o no se pudo aplicar una prueba previa), entonces los valores de variabilidad es $p=q=0$. (Berenson & Levine, 2006, pág. 330)

2.2.1.3.3 Diseño de la investigación descriptiva:

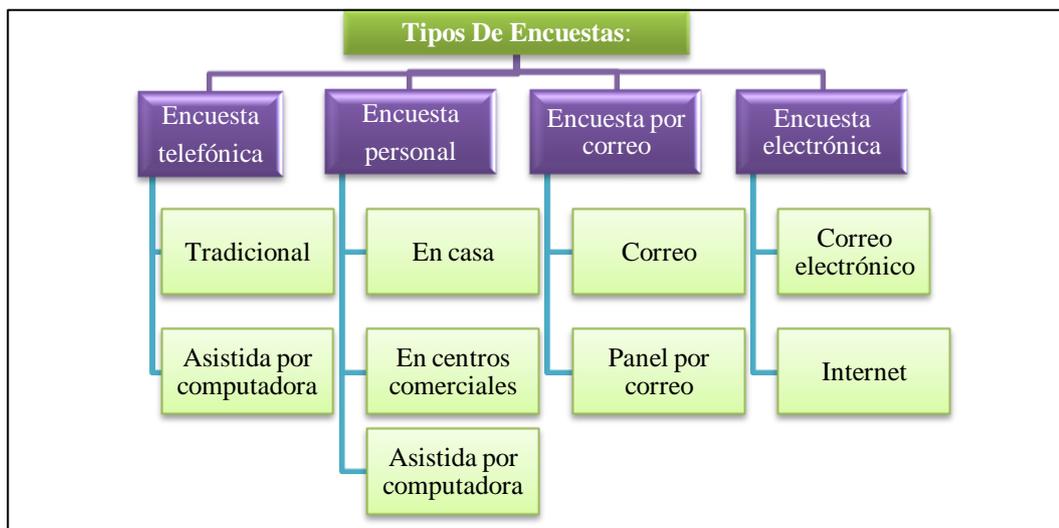
2.2.1.3.3.1 Técnica de encuesta:

✿ **Encuesta:** cuestionario estructurado que se aplica a la muestra de una población, y está diseñado para obtener información específica de los participantes. (Malhotra, 2008, pág. 183)

La técnica de encuesta para obtener información se basa en el interrogatorio de los individuos, a quienes se les plantea una variedad de preguntas con respecto a su comportamiento, intenciones, actitudes, conocimiento, motivaciones, así como características demográficas y de su estilo de vida.

✿ Tipos de encuestas:

Gráfico 2. 14 Tipos de encuestas



Fuente: Malhotra, Investigación de Mercados, 2008.

Elaborado por Alejandra Bonilla G. Noviembre, 2010

Malhotra (2008, pág. 184), en su libro de Investigación de Mercados, realiza la siguiente clasificación:

✿ **Encuesta telefónica tradicional:** implica llamar a una muestra de individuos y hacerles una serie de preguntas.

- ✿ **Encuestas asistidas por computadora:** utiliza un cuestionario computarizado que se aplica a los participantes vía telefónica.
- ✿ **Encuestas personales en casa:** se interroga a los individuos en casa.
- ✿ **Encuestas personales en centros comerciales:** se aborda a personas mientras compran en tiendas y se les conduce a un lugar de pruebas dentro del centro.
- ✿ **Encuestas personales asistidas por computadora:** el participante se sienta frente a una terminal de computadoras y responde un cuestionario en la pantalla usando un teclado o mouse.
- ✿ **Encuestas por correo:** se envían cuestionarios a participantes potenciales preseleccionados.
- ✿ **Paneles por correo:** una muestra grande y representativa del país, consistente de hogares que accedieron a intervenir periódicamente en pruebas de productos, encuestas telefónicas y a responder cuestionarios por correo.
- ✿ **Encuestas por correo electrónico:** se obtiene una lista de direcciones de correo, la encuesta va escrita dentro del cuerpo del correo electrónico.
- ✿ **Encuestas por internet:** se publican las encuestas en una página de internet.

2.2.1.3.3.2 Observación:

Implica el registro de patrones conductuales de personas, objetos y sucesos de forma sistemática para obtener información sobre el fenómeno de interés.

- ✿ **Observación estructurada:** técnicas de observación en las que el investigador define con claridad las conductas a observar y las técnicas con las que se medirán. (Malhotra, 2008, pág. 202)

❁ **Observación no estructurada:** observación que incluye a un investigador que supervisa todos los fenómenos relevantes, sin especificar los detalles de antemano. (Malhotra, 2008, pág. 202)

❁ **Observación encubierta:** los participantes no están conscientes de que se les observa, permitiendo que los participantes actúen con naturalidad. (Malhotra, 2008, pág. 202)

❁ **Observación abierta:** los participantes saben que están siendo observados. (Malhotra, 2008, pág. 202)

❁ **Observación natural:** es la observación de la conducta, tal como ocurre en su ambiente.

❁ **Observación artificial:** la conducta se observa en un ambiente artificial.

2.2.1.3.3.3 Diseño del cuestionario y formas:

2.2.1.3.3.3.1 Proceso del diseño:

❁ Especificar la información requerida: problema de investigación, preguntas, hipótesis, definición de la población objetivo.

❁ Decidir sobre la estructura de las preguntas

a) **Preguntas no estructuradas:** preguntas abiertas que los encuestados responden con sus propias palabras. (Malhotra, 2008, pág. 307)

b) **Preguntas estructuradas:** preguntas que especifican de antemano el conjunto de alternativas de respuesta y su formato. (Malhotra, 2008, pág. 308). Una pregunta estructurada puede ser:

❁ **Preguntas de opción múltiple:** se proporcionan opciones de respuesta y se pide que se seleccione una o más alternativas. (Malhotra, 2008, pág. 308)

✿ **Preguntas dicotómicas:** pregunta estructurada con sólo dos alternativas de respuesta, por ejemplo sí y no. (Malhotra, 2008, pág. 309)

✿ **Escalas:** ordinal, nominal, intervalo, razón.

2.2.1.3.3.4 Medición y escalamiento:

✿ **Medición:** significa asignar números y otros símbolos a características de objetos de acuerdo a ciertas reglas preestablecidas. (Malhotra, 2008, pág. 252)

✿ **Escalamiento:** generación de un continuo sobre el que se localizan los objetos medidos.

2.2.1.3.3.4.1 Escalas de medición básicas:

✿ **Escala nominal:** Una escala cuyos números sirven sólo como etiquetas o rótulos para identificar y clasificar objetos con una estricta correspondencia de uno a uno entre los números y los objetos. (Malhotra, 2008, pág. 252)

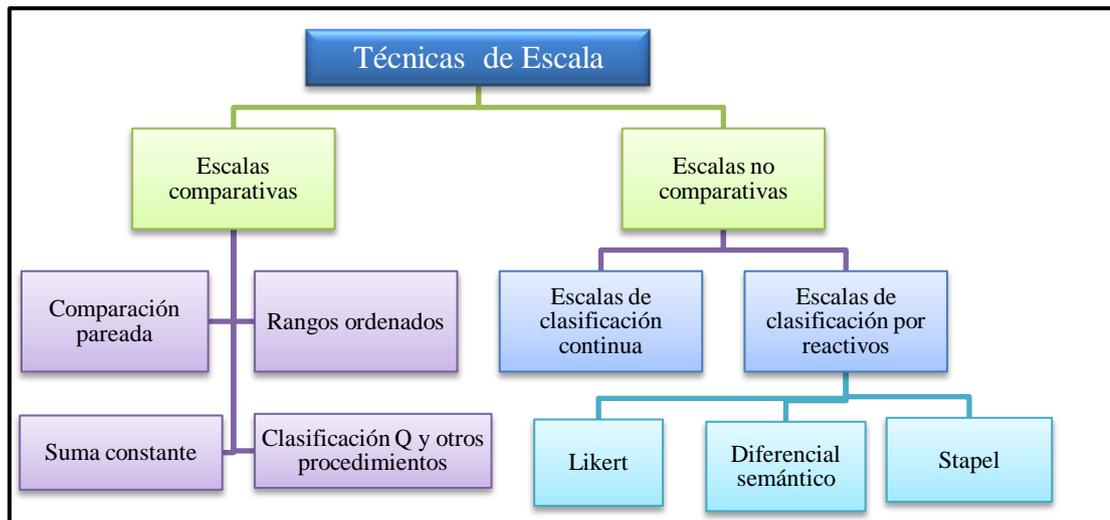
✿ **Escala ordinal:** escala de clasificación en la cual se asignan números a los objetos para indicar la medida relativa en que se posee una característica. Esto permite determinar si un objeto tiene más o menos de una característica que otros objetos. (Malhotra, 2008, pág. 254)

✿ **Escala de intervalo:** una escala donde se utilizan los números para calificar objetos, de tal forma, que las distancias numéricamente equivalentes en la escala representan distancias equivalentes en la característica medida. (Malhotra, 2008, pág. 255)

✿ **Escala de razón:** la escala más alta, permite al investigador identificar o clasificar objetos, jerarquizarlos y comparar los intervalos o las diferencias. (Malhotra, 2008, pág. 256)

2.2.1.3.3.4.2 Clasificación de técnicas de escala:

Gráfico 2. 15 Técnicas de escala



Fuente: Malhotra, Investigación de Mercados, 2008.

Elaborado por Alejandra Bonilla G. Noviembre, 2010

✿ **Escalas comparativas:** una de dos tipos de técnicas de escalamiento en donde hay una comparación directa de los objetos estímulo entre sí. (Malhotra, 2008, pág. 257)

- **Comparación pareada:** escala donde se muestran al encuestado dos objetos al mismo tiempo, y se le pide que elija uno de acuerdo a ciertos criterios. Los datos obtenidos son de naturaleza ordinal. (Malhotra, 2008, pág. 258)

- **Rangos ordenados:** técnica comparativa en la cual se presentan simultáneamente varios objetos a los encuestados, y se les pide que los ordenen o clasifiquen de acuerdo con ciertos criterios. (Malhotra, 2008, pág. 260)

- **Sumas constantes:** se requiere que los encuestados distribuyan una suma constante de unidades como puntos, dólares, vales, entre un conjunto de objetos estímulo con respecto a cierto criterio. (Malhotra, 2008, pág. 261)

- **Clasificación Q:** utiliza el procedimiento de rangos ordenados, para clasificar objetos en función de su similitud con respecto a cierto criterio. (Malhotra, 2008, pág. 262)

- **Escalas no comparativas:** cada objeto estímulo de escala se forma independiente del resto de los objetos del conjunto de estímulos. (Malhotra, 2008, pág. 258)

- **Clasificación continua:** los encuestados clasifican los objetos poniendo una marca en la posición apropiada sobre una línea que va de un extremo al otro de la variable criterio. (Malhotra, 2008, pág. 272)

- **Escala de clasificación por reactivos:** asocia números y/o descripciones breves en cada categoría. Las categorías están ordenadas en términos de la posición de la escala. (Malhotra, 2008, pág. 274)

- **Escala de likert:** escala de medición con cinco categorías de respuesta que van de totalmente en desacuerdo a totalmente de acuerdo, lo cual requiere que los encuestados indiquen el grado de acuerdo o desacuerdo con cada una de las afirmaciones relacionadas con los objetos estímulo. (Malhotra, 2008, pág. 274)

- **Diferencial semántico:** escala de clasificación de 7 puntos cuyos extremos están asociados con etiquetas bipolares que tienen carácter semántico. (Malhotra, 2008, pág. 276)

- **Escala de stapel:** escala para medir actitudes que consiste en un solo adjetivo en el centro de un rango de valores de números pares, de -5 a +5, sin un punto neutral 0. (Malhotra, 2008, pág. 278)

2.2.1.4 PASO 4: Trabajo de campo o recopilación de datos

El trabajo de campo implica la selección, capacitación y supervisión de las personas que reúnen los datos. (Malhotra, 2008, pág. 412)

2.2.1.4.1 Proceso del trabajo de campo:

Selección de los trabajadores de campo:

El investigador debe hacer las especificaciones de trabajo para el proyecto, tomando en cuenta la forma de recolección de información; debe decidir que características debe tener los trabajadores de campo y reclutar a los individuos adecuados. Los antecedentes, opiniones, percepciones, expectativas y actitudes de los entrevistadores, pueden influir en las respuestas que obtienen. (Malhotra, 2008, pág. 413)

Capacitación de los trabajadores de campo:

La capacitación de los trabajadores de campo es fundamental para la calidad de los datos obtenidos. Puede hacerse de manera personal, en un local central o, si los entrevistadores están geográficamente dispersos, por correo, videoconferencia o usando internet. (Malhotra, 2008, pág. 414). La capacitación asegura que todos los entrevistadores apliquen el cuestionario de la misma forma para obtener los datos de manera uniforme.

La capacitación debe abarcar tareas como la manera de hacer el contacto inicial, plantear las preguntas, hacer el sondeo, registrar las respuestas y terminar la entrevista. (Malhotra, 2008, pág. 414)

Supervisión de los trabajadores de campo:

La supervisión de los trabajadores de campo significa asegurarse de que sigan los procedimientos y las técnicas en que fueron capacitados. La supervisión implica

control de calidad y corrección, control del muestreo, control de fraudes y control de la oficina central. (Malhotra, 2008, pág. 417)

Validación del trabajo de campo:

Validar el trabajo de campo significa corroborar que los trabajadores de campo realizan entrevistas auténticas. Para validar el estudio, los supervisores, llaman a entre el 10 y 25% de los encuestados, para preguntarles si los trabajadores de campo en verdad efectuaron la entrevista. (Malhotra, 2008, pág. 418)

Los supervisores hacen preguntas sobre la calidad y duración de la entrevista, la reacción hacia el entrevistador y datos demográficos básicos.

Evaluación de los trabajadores de campo:

Es importante evaluar a los trabajadores de campo para proporcionarles retroalimentación sobre su desempeño, así como para identificar a los mejores y formar una fuerza de trabajo de campo de mayor calidad. Las evaluaciones deben basarse en criterios de costo y tiempo, tasas de respuesta, calidad de las entrevista y calidad de los datos.

2.2.1.5 PASO 5: Preparación y análisis de datos

La preparación de los datos incluye su revisión, codificación, transcripción y verificación. Cada cuestionario o forma de observación se revisa y de ser necesario, se corrige. Se asignan los códigos numéricos o letras para presentar cada respuesta cada pregunta del cuestionario. (Malhotra, 2008, pág. 10). Los datos del cuestionario se transcriben o se capturan en cintas o en discos magnéticos, o se introducen directamente a la computadora. Los datos se analizan para obtener información realizada con los componentes del problema de investigación de mercados y de esta forma brindar información al problema de decisión administrativa. (Malhotra, 2008, pág. 10)

✿ **Edición:** es la revisión del cuestionario con el objetivo de incrementar la exactitud y la precisión. (Malhotra, 2008, pág. 429)

✿ **Codificar:** es la asignación de un código para representar una respuesta específica a una pregunta correcta de un cuestionario, en particular junto con el registro de los datos y la posición en la columna que ocupará el código. (Malhotra, 2008, pág. 430)

✿ **Transcripción:** implica transferir los datos codificados de los cuestionarios o de las hojas de codificación, a discos o cintas magnéticas o directamente al computador. (Malhotra, 2008, pág. 434)

✿ **Depuración de datos:** la depuración de datos es la verificación minuciosa y exhaustiva de la congruencia y el tratamiento de las respuestas faltantes. (Malhotra, 2008, pág. 436)

2.2.1.5.1 Clasificación de las técnicas estadísticas:

● **Análisis univariadas:** son técnicas estadísticas apropiadas para analizar los datos cuando hay una sola medición de cada elemento de la muestra, o cuando hay varias mediciones de cada elemento, pero cada variable se analiza por separado. (Malhotra, 2008, pág. 441)

● **Análisis multivariadas:** son técnicas estadísticas adecuadas para el análisis de los datos cuando hay dos o más mediciones de cada elemento, y las variables se analizan al mismo tiempo. Las técnicas multivariadas se interesan en las relaciones simultáneas entre dos o más fenómenos. (Malhotra, 2008, pág. 441)

2.2.1.5.2 Distribución de frecuencias:

Es una distribución matemática cuyo objetivo es obtener un conteo del número de respuestas asociadas con distintos valores de una variable, y expresar esos conteos en términos de porcentaje. (Malhotra, 2008, pág. 458)

2.2.1.5.3 Medidas de localización:

Estadístico que describe una ubicación dentro de un conjunto de datos. Las medidas de tendencia central describen el centro de la distribución. (Malhotra, 2008, pág. 460)

✿ **Media:** el promedio; valor que se obtiene al sumar todos los elementos de una conjunto y dividirlos entre el número de elementos. (Malhotra, 2008, pág. 460)

✿ **Moda:** medida dada por el valor que ocurre con mayor frecuencia en la distribución muestral. (Malhotra, 2008, pág. 460)

✿ **Mediana:** medida definida como el valor que deja por arriba a la mitad de los datos y por debajo a la otra mitad. (Malhotra, 2008, pág. 460)

2.2.1.5.4 Medidas de variación:

Estadístico que indica la dispersión de la distribución.

✿ **Rango:** la diferencia entre el valor más grande y el valor más pequeño de una distribución.

✿ **Varianza:** la desviación promedio al cuadrado de todos los valores a partir de la media.

✿ **Desviación estándar:** la raíz cuadrada de la varianza.

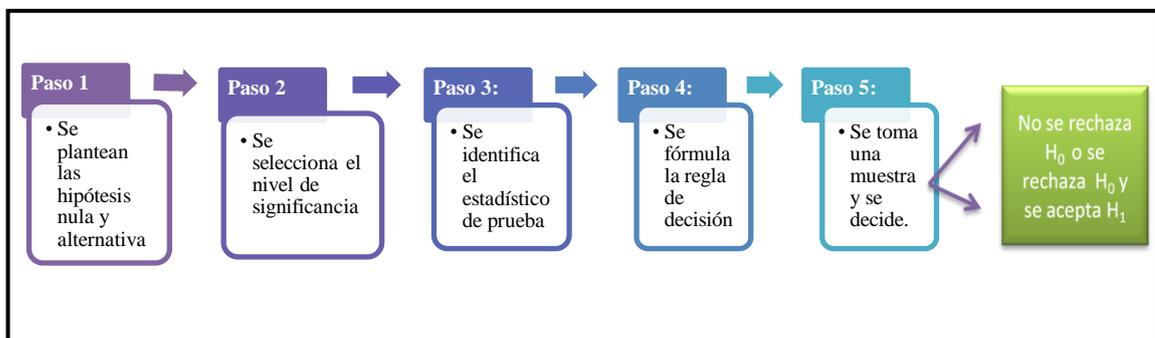
2.2.1.5.5 Hipótesis y prueba de hipótesis:

Hipótesis: es una aseveración de una población elaborado con el propósito de poner a prueba, para verificar si la afirmación es razonable se usan datos. (Berenson & Levine, 2006, pág. 335). En el análisis estadístico se hace una aseveración, es decir, se plantea una hipótesis, después se hacen las pruebas para verificar la aseveración o para determinar que no es verdadera.

Por tanto, la **prueba de hipótesis** es un procedimiento basado en la evidencia muestral y la teoría de probabilidad; se emplea para determinar si la hipótesis es una afirmación razonable. (Berenson & Levine, 2006, pág. 335) . El propósito de la prueba de hipótesis no es cuestionar el valor calculado del estadístico (muestral), sino hacer un “juicio con respecto a la **diferencia** entre estadístico de muestra y un valor planteado del parámetro”. (Berenson & Levine, 2006, pág. 336)

Prueba de una hipótesis: se realiza mediante un procedimiento sistemático de cinco pasos: Siguiendo este procedimiento sistemático, al llegar al paso cinco se puede o no rechazarla hipótesis, sin embargo, se debe tomar muy en cuenta, que con esta determinación de la consideración de estadística no proporciona evidencia de que algo sea verdadero. Esta prueba aporta una clase de prueba más allá de una duda razonable.

Gráfico 2. 16 Proceso de prueba de hipótesis



Fuente: Berenson y Levine, Administración para la estadística y la Economía, 2008.
Elaborado por Alejandra Bonilla G. Noviembre, 2010

2.2.1.5.5.1 Paso 1: Plantear la hipótesis nula y la hipótesis alternativa.

Dentro de la investigación estadística implica la existencia de hipótesis o afirmaciones acerca de las poblaciones que se estudian.

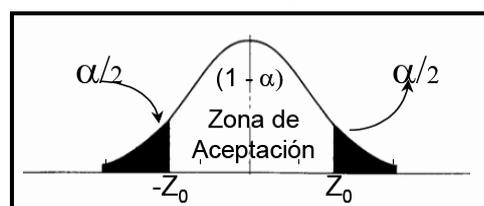
La hipótesis nula (H_0) se refiere siempre a un valor especificado del parámetro de población, no a una estadística de muestra. (Berenson & Levine, 2006, pág. 337). La letra H significa hipótesis y el subíndice cero no hay diferencia. Por lo general hay un "no" en la hipótesis nula que indica que "no hay cambio" Podemos rechazar o aceptar H_0 . La hipótesis nula es una afirmación que no se rechaza a menos que los datos muestrales proporcionen evidencia convincente de que es falsa. (Berenson & Levine, 2006, pág. 337). El planteamiento de la hipótesis nula siempre contiene un signo de igualdad con respecto al valor especificado del parámetro.

La hipótesis alternativa (H_1) es cualquier hipótesis que difiera de la hipótesis nula. "Es una afirmación que se acepta si los datos muestrales proporcionan evidencia suficiente de que la hipótesis nula es falsa". (Berenson & Levine, 2006, pág. 337) Se le conoce también como la hipótesis de investigación. El planteamiento de la hipótesis alternativa nunca contiene un signo de igualdad con respecto al valor especificado del parámetro.

2.2.1.5.5.2 Paso 2: Seleccionar el nivel de significancia.

✿ **Nivel de significancia:** Probabilidad de rechazar la hipótesis nula cuando es verdadera. Se le denota mediante la letra griega α , también es denominada como nivel de riesgo, este término es más adecuado ya que se corre el riesgo de rechazar la hipótesis nula, cuando en realidad es verdadera. (Berenson & Levine, 2006, pág. 338)

Gráfico 2. 17 Zona de aceptación de hipótesis



Fuente: Berenson & Levine, Estadística para la Administración y Economía, 2006, pág. 338

Este nivel esta bajo el control de la persona que realiza la prueba. Si se suponen que la hipótesis planteada es verdadera, entonces, el nivel de significación indicará la probabilidad de no aceptarla, es decir, estén fuera de área de aceptación. (Berenson & Levine, 2006, pág. 338)

Tipos de errores

Cualquiera sea la decisión tomada a partir de una prueba de hipótesis, ya sea de aceptación de H_0 o de la H_1 , puede incurrirse en error:

Tabla 2. 3 Tipos de error

INVESTIGADOR:		
Hipótesis nula	Se acepta H_0	Se rechaza H_0
H_0 es verdadera	Decisión correcta	Erro tipo 1
H_0 es falsa	Error tipo II	Decisión correcta

Fuente: Berenson & Levine, Estadística para la Administración y Economía, 2006, Elaborado por: Alejandra Bonilla, Octubre,2010

 **Un error tipo I** se presenta si la hipótesis nula H_0 es rechazada cuando es verdadera y debía ser aceptada. “La probabilidad de cometer un error tipo I se denomina con la letra alfa α .” (Berenson & Levine, 2006, pág. 338)

 **Un error tipo II**, se denota con la letra griega β se presenta si la hipótesis nula es aceptada cuando de hecho es falsa y debía ser rechazada. (Berenson & Levine, 2006, pág. 338)

En cualquiera de los dos casos se comete un error al tomar una decisión equivocada. En la siguiente tabla se muestran las decisiones que pueden tomar el investigador y las consecuencias posibles.

2.2.1.5.5.3 Paso 3: Cálculo del valor estadístico de prueba

Valor determinado a partir de la información muestral, que se utiliza para determinar si se rechaza la hipótesis nula. (Berenson & Levine, 2006, pág. 339)

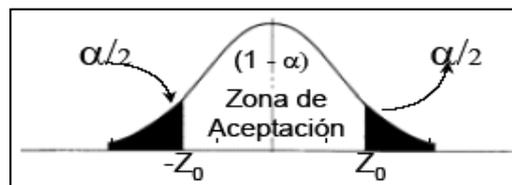
Tipos de prueba

a) **Prueba de dos colas:** la hipótesis planteada se formula con la igualdad. . (Berenson & Levine, 2006, pág. 339)

$$H_0 : \mu = \mu$$

$$H_1 : \mu \neq \mu$$

Gráfico 2. 18 Prueba de dos colas



Fuente: Berenson & Levine, Estadística para la Administración y Economía, 2006, pág. 338

b) **Pruebas unilateral o de un extremo:** la hipótesis planteada se formula con \geq o \leq . . (Berenson & Levine, 2006, pág. 339)

$$H_0 : \mu \geq 200 \quad H_0 : \mu \leq 200$$

$$H_1 : \mu < 200 \quad H_1 : \mu > 200$$

Gráfico 2. 19 Pruebas unilateral de hipótesis



Fuente: Berenson & Levine, Estadística para la Administración y Economía, 2006, pág. 340

En las pruebas de hipótesis para la media (μ), cuando se conoce la desviación estándar (σ) poblacional, o cuando el valor de la muestra es grande (30 o más), el valor

estadístico de prueba es z . (Berenson & Levine, 2006, pág. 339). Se determina a partir de:

- El **valor estadístico z** , para muestra grande y desviación estándar poblacional desconocida se determina por la ecuación: (Malhotra, 2008, pág. 479)

Gráfico 2. 20 Fórmula de z

$$Z = \frac{\bar{x} - \mu}{\sigma / \sqrt{n}}$$

Fuente: Malhotra, Investigación de Mercados, 2008.
Elaborado por Alejandra Bonilla G. Noviembre, 2010

- **Prueba t** : En la prueba para una media poblacional con muestra pequeña y desviación estándar poblacional desconocida se utiliza el valor estadístico t . (Malhotra, 2008, pág. 479)

Estadístico t : estadístico que asume que la variable tiene una distribución simétrica en forma de campana, de la que se conoce la media, y la varianza de la población se estima a partir de la muestra. (Malhotra, 2008, pág. 479)

Gráfico 2. 21 Fórmula de t

$$t = \frac{\bar{x} - \mu}{S / \sqrt{n}}$$

Fuente: Malhotra, Investigación de Mercados, 2008.
Elaborado por Alejandra Bonilla G. Noviembre, 2010

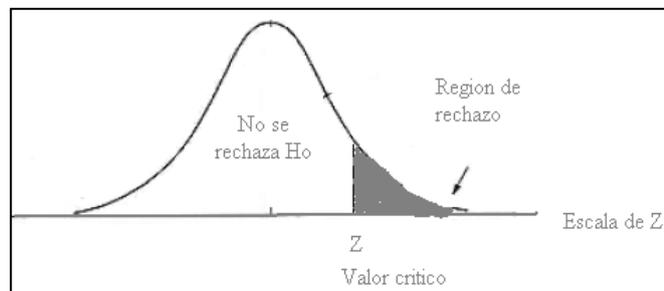
- **Prueba F** : prueba estadística sobre la igualdad de las varianzas de dos poblaciones. (Malhotra, 2008, pág. 481)

Estadístico F: el estadístico F se calcula como el cociente de las varianzas de dos muestras. (Malhotra, 2008, pág. 481)

2.2.1.5.5.4 Paso 4: Formular la regla de decisión

Se establece las condiciones específicas en la que se rechaza la hipótesis nula y las condiciones en que no se rechaza la hipótesis nula. La distribución de muestreo de la estadística de prueba se divide en dos regiones, una región de rechazo (conocida como región crítica). (Berenson & Levine, 2006, pág. 340)

Gráfico 2. 22 Zona de rechazo de Hipótesis



Fuente: Berenson & Levine, Estadística para la Administración y Economía, 2006, pág. 340

✿ **Valor crítico:** Es el punto de división entre la región en la que se rechaza la hipótesis nula y la región en la que no se rechaza la hipótesis nula.) y una región de no rechazo (aceptación). Si la estadística de prueba cae dentro de la región de aceptación, no se puede rechazar la hipótesis nula. (Berenson & Levine, 2006, pág. 340)

2.2.1.5.5.5 Paso 5: Tomar una decisión

En este último paso de la prueba de hipótesis, se calcula el estadístico de prueba, se compara con el valor crítico y se toma la decisión de rechazar o no la hipótesis nula. Se debe tomar en cuenta que solo existen dos alternativas: aceptar o rechazar la hipótesis nula. (Berenson & Levine, 2006, pág. 341)

2.2.1.5.6 Análisis multivariados:

2.2.1.5.6.1 Análisis de varianza ANOVA:

Técnica estadística que sirve para examinar las diferencias entre las medidas de dos o más poblaciones. (Malhotra, 2008, pág. 505). Nos indica si existe diferencia significativa entre dos variables. Una nominal y la otra métrica.

✿ **La distribución F:** se usa para probar si dos muestras provienen de poblaciones con varianzas iguales, y también es útil cuando se desean comparar simultáneamente varias medias poblacionales. (Berenson & Levine, 2006, pág. 412)

El ANOVA, permite comparar las medias de tratamiento simultáneamente y evita la propagación de error tipo I.

- **Tratamiento:** se emplea para identificar las diferentes poblaciones que se están examinando
- **Bloque:** es una segunda fuente de variación, además de los tratamientos.
- **Variación total:** suma de los cuadrados de las diferencias, entre cada observación y la media total.
- **Variación del tratamiento:** suma de los cuadrados de las diferencias, entre cada media de tratamiento y la media de tratamiento y la media total.

✿ Planteamiento de hipótesis:

H_0 , Hipótesis Nula: no existe diferencia significativa entre las variables.

$$H_0 = \mu_1 = \mu_2$$

H_a , Hipótesis Alternativa: si existe diferencia significativa entre las variables.

$$H_1 = \mu_1 \neq \mu_2$$

 **Reglas:** **Nivel de significancia:**

La regla de decisión, se puede establecer a través del nivel de significancia seleccionado:

Si la significancia $\leq 0,05$ rechazo H_0 , por lo tanto si hay diferencia significativa.

Si la significancia $> 0,05$ acepto H_0 , por lo tanto no hay diferencia significativa.

 **A través del valor crítico:**

- **Valor crítico:** un valor que es el punto divisorio entre la región en la que se acepta la hipótesis nula, y la región en la que si se acepta.

- **Grados de libertad:** es el número de elementos en una muestra que pueden variar libremente.

Se necesita el valor crítico del estadístico F, que se encuentra en la tabla de distribución F. los valores críticos, están dados por el nivel de significancia del 0,05 y 0,01. Para usar esa tabla es necesario conocer los grados de libertad en el numerador y en el denominador. El número de grados de libertad en el numerador es igual al número de tratamientos, designados por k, menos 1. El número de grados de libertad en el denominador es igual, al número total de observaciones, n, menos el número de tratamientos. (Berenson & Levine, 2006, pág. 415)

- **Numerador:** k (# tratamientos) – 1

- **Denominador:** n - k (# tratamientos)

Si $F >$ valor crítico rechazo H_0 , por lo tanto si hay diferencia significativa, las medias poblacionales no son iguales. (Berenson & Levine, 2006, pág. 416)

Si $F <$ valor crítico acepta H_0 , por lo tanto no hay diferencia significativa, las medias poblacionales son iguales. (Berenson & Levine, 2006, pág. 416)

2.2.1.5.6.2 Chi cuadrado o Crosstabs:

Estadístico que se utiliza para probar la significancia estadística de la asociación observada en una tabulación cruzada. Nos ayuda a determinar si existe una relación sistemática entre las dos variables. (Malhotra, 2008, pág. 474)

✿ **Distribución Chi cuadrada:** distribución asimétrica cuya forma depende únicamente del número de grados de libertad. Conforme aumente el número de grados de libertad, la distribución Chi Cuadrada se vuelve más simétrica. (Malhotra, 2008, pág. 474)

✿ Planteamiento de hipótesis:

H_0 , Hipótesis Nula: no existe asociación entre las variables.

$H_0 = \rho_1 = \rho_2$ (existe la misma proporción poblacional para las mismas variables)

H_1 , Hipótesis Alternativa: si existe asociación entre las variables.

$H_1 = \rho_1 \neq \rho_2$ (no existe la misma proporción poblacional para las mismas variables)

✿ Reglas:

✿ Por la significancia

Si la significancia $\leq 0,05$ rechazo H_0 , por lo tanto si hay asociación.

Si la significancia $> 0,05$ acepto H_0 , por lo tanto no hay asociación.

✿ Por el valor crítico:

Se necesita el valor crítico del estadístico chi cuadrado, que se encuentra en la tabla de distribución Ji. Los valores críticos, están dados por el nivel de significancia que se vaya a utilizar. Para usar esa tabla es necesario conocer los grados de libertad,

que es igual al producto del número de renglones (r) menos 1, y el número de columnas (c) menos 1. (Malhotra, 2008, pág. 474)

(# Columnas -1) (# Filas -1)

Si el número de observaciones es menor que diez, o si la tabla tiene dos renglones y dos columnas es decir una tabla de 2x2, se debe aplicar un factor de corrección. (Malhotra, 2008, pág. 474)

❁ **Coefficiente ϕ :** se utiliza como una medida de la fuerza de asociación en el caso especial de una tabla con dos renglones y dos columnas. Para el cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

Gráfico 2. 23 Fórmula de ϕ

$$\phi = \sqrt{\frac{\chi^2}{n}}$$

Fuente: Malhotra, Investigación de Mercados, 2008.

Elaborado por Alejandra Bonilla G. Noviembre, 2010

El estadístico toma un valor de 0 cuando no hay asociación, lo que también indicará una chi cuadrada de 0. Cuando las variables están perfectamente relacionadas, ϕ toma un valor de 1. (Malhotra, 2008, pág. 474)

2.2.1.5.6.3 Correlación:

Técnica estadística que nos indica si existe correlación entre variables métricas (intervalo y/o razón) (Malhotra, 2008, pág. 536)

❁ **r de Pearson:** Coeficiente de correlación describe la intensidad de la relación entre dos conjuntos de variables de nivel de intervalo (o de variables de nivel

de relación o razón). Como se le denota con r , con frecuencia se menciona también como r de Pearson. (Berenson & Levine, 2006, pág. 460)

- **Variable dependiente:** La variable que se predice o calcula. (Berenson & Levine, 2006, pág. 341)
- **Variable independiente:** Una variable que proporciona las bases para el calcula. Es la variable de predicción. (Berenson & Levine, 2006, pág. 460)
- **Diagrama de dispersión:** El diagrama de dispersión es una técnica estadística utilizada para estudiar la relación entre dos variables. (Berenson & Levine, 2006, pág. 460)

✿ **Planteamiento de hipótesis:**

H_0 , Hipótesis Nula: no existe correlación entre las variables.

$H_0 = r = 0$ no existe correlación.

H_1 , Hipótesis Alternativa: si existe correlación entre las variables.

$H_0 = r \neq 0$ existe correlación.

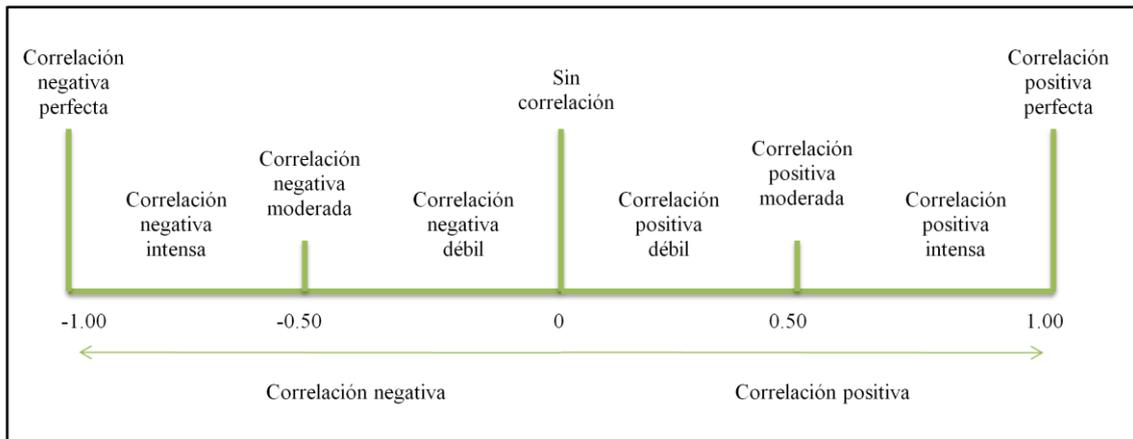
✿ **Reglas:**

La correlación se mide en una escala de -1 a 1. En donde

Si la correlación $=0$ no existe correlación

Si la correlación >0 , se tiene correlación positiva

Si la correlación <0 , se tiene correlación negativa

Gráfico 2. 24 Regla de decisión de la Correlación

Fuente: Berenson & Levine, Estadística para la Administración y Economía, 2006, pág. 461

Elaborado por: Alejandra Bonilla. Octubre, 2010

✿ Coeficiente de determinación:

Sin embargo, los términos como débil, moderado y fuerte no tienen significado preciso. Una medida que tiene una aceptación más fácil de interpretar es el coeficiente de determinación; que es la proporción de la variación total en la variable dependiente Y, que se explica por la variación en la variable independiente X. (Berenson & Levine, 2006, pág. 465)

Y se calcula elevando al cuadrado al coeficiente de correlación.

$$r^2 = (r)^2$$

✿ Prueba de significancia del coeficiente de correlación:

Podría ser que la correlación en la población sea en realidad cero, es decir que la correlación r se debió al azar. Para esto se debe realizar la prueba de significancia del coeficiente de correlación. Se representa con la letra ρ (es decir ρ), para representar la correlación de la población. (Berenson & Levine, 2006, pág. 468)

La hipótesis nula (H_0)

$$H_0 = \rho = 0 \text{ (la correlación en la población es nula o cero)}$$

La hipótesis alternativa (H_1)

$H_1 = \rho \neq 0$ (la correlación en la población es diferente de cero)

✿ **Estadístico t:** estadístico que asume que la variable tiene una distribución simétrica en forma de campana, de la que se conoce la media, y la varianza de la población se estima a partir de la muestra. (Berenson & Levine, 2006, pág. 468)

Gráfico 2. 25 Fórmula t para correlación

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Fuente: Berenson & Levine. Estadística para la Administración y la Economía, 2006.
Elaborado por Alejandra Bonilla G. Noviembre, 2010

✿ Regla:

Si $t >$ valor crítico rechaza H_0 , la correlación de la población no es nula.

Si $t <$ valor crítico acepta H_0 , la correlación de la población es cero.

2.2.1.6 PASO 6: Elaboración y presentación del informe

Todo proyecto debe documentarse en un informe escrito donde se presenten las preguntas de investigación específicas que se identificaron; donde se describan el enfoque, “el diseño de investigación y los procedimientos utilizados para la recolección y análisis de datos; en donde se incluyan los resultados y los principales resultados”. (Malhotra, 2008, pág. 11)

Los hallazgos deben presentarse en un formato comprensible que facilite a la administración su uso en el proceso de toma de decisiones. (Malhotra, 2008, pág. 11) Además, debe hacerse una presentación oral para la administración, en la cual se usen tablas, figuras y gráficas para mejorar su claridad e influencia.

2.3 EDUCACIÓN INICIAL:

Se define a la educación Inicial como el “servicio educativo que se brinda a niños de 0 a 5 años de edad, con el propósito de potencializar su desarrollo integral, (entendiendo al desarrollo como un proceso integral que estudia la percepción, pensamiento, lengua, entre otros del ser humano y lo ve como una interrelación entre unidades), en un ambiente educativo y afectivo, que le permitirá al niño adquirir una cultura (habilidades, hábitos, valores), así como desarrollar su autonomía, creatividad y actitudes necesarias en su desempeño personal y social”. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 15)

2.3.1 Importancia de la educación inicial:

“Una oportuna atención en la primera infancia es garantía para el buen desarrollo de un ser humano; el éxito de un niño en la escuela dependerá de las experiencias en sus primeros años de vida. Antes de un niño o una niña llegar a la escuela, desde el vientre materno o desde el entorno familiar, pudieran existir factores y condicionantes que incidan en su desarrollo posterior” (Secretaría de Estado de Educación, 2008)

Diferentes investigaciones han demostrado que a los tres (3) años edad el 90,0% del cerebro se ha desarrollado, durante este período las niñas y los niños aprenden más rápido, especialmente cuando reciben amor, afecto, atención y alimentación. “Se espera que la organización estructural de los patrones neuronales se vaya desarrollando a partir de experiencias y estímulos, asociados a los sentimientos y las emociones que el entorno le provee, situaciones que determinan el proceso de maduración, la manera de pensar, sentir y comportarnos”. (Asociación Mundial de Educadores Infantiles, 2005)

Entre las conclusiones del estudio Carnegie (1994), citado por Eming Young, responsable de Salud y Desarrollo Infantil en el Banco Mundial, en su libro «Desarrollo de la primera infancia: Invertir en el porvenir», señalan dos aspectos importantes:

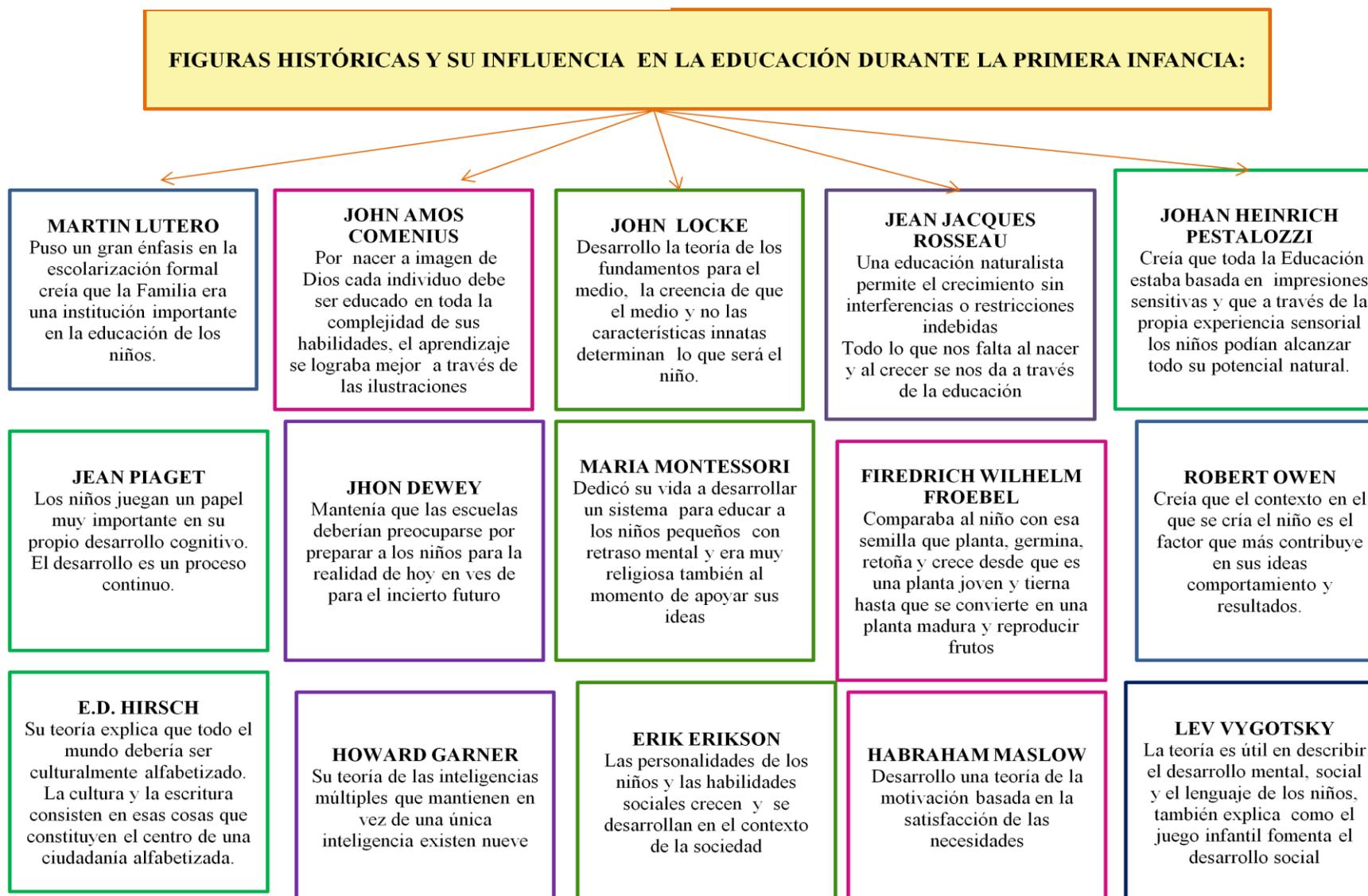
- El cerebro del niño se desenvuelve más rápidamente de lo que nos imaginamos antes de un año. Aunque las células nerviosas están prácticamente completas después del nacimiento, el cerebro continúa su proceso de maduración.
- El desarrollo cerebral es más vulnerable a los factores externos de lo que suponíamos. Las carencias nutritivas antes del nacimiento y durante los primeros años de la vida pueden tener graves consecuencias sobre el desarrollo cerebral y acarrear desórdenes neurológicos, dificultades de aprendizaje y retardo mental.

Asimismo, algunos autores afirman que la educación temprana será tal vez el único componente que tendrá implicaciones en romper los patrones de desigualdad y pobreza, al dotar a los/as niños/as, desde su primera infancia, de los conectores que estimulan su inteligencia. (Asociación Mundial de Educadores Infantiles, 2005)

Ésto evidencia la necesidad de que esta educación se conciba como un bien público que demanda políticas públicas que garanticen el acceso con calidad de la misma, a todos las niñas y los niños, para lograr un futuro seguro y una sociedad más justa y digna.

2.3.2 Figuras históricas y su influencia en la educación inicial

Tabla 2. 4 Figuras históricas y su influencia en la Educación Inicial



Fuente: Morrison G. S, Educación Inicial (2005). Consultado Noviembre, 2010. www.slideshare.net/dannycadena.



De acuerdo con **Friedrich Wilhelm Froebel**, quien comparaba al niño con una semilla que se convierte en una planta, así mismo asemejaba el papel del educador al del jardinero. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 65) Por lo tanto fue el primero en llamar Jardín de infancia o Jardín de niños al sistema de educación para niños de entre 3 y 6 años de edad, basados en un currículum que dispone al contacto con su propia naturaleza y la naturaleza del universo. (Morrison, Educación Inicial, 2005)

2.3.3 Teorías aplicadas a la enseñanza y aprendizaje:

Las personas se preguntan frecuentemente cómo aprenden los niños. Para algunos padres de familia el aprendizaje es cuánto han aprendido a leer o escribir, para otros, son las notas que traen los niños a casa en su boletín.

El aprendizaje se refiere a los cambios cognitivos y de comportamiento que resultan de la experiencia, y las experiencias que construyen el currículum están en el centro del proceso de aprendizaje. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 90). Por lo tanto, las experiencias que ofrece a los niños deberían estar basadas en una o varias teorías sobre cómo los niños aprenden.



Tabla 2. 5 Teorías del Aprendizaje



Fuente: tomado como fuente, Morrison G. S, Educación Inicial (2005). Consultado Noviembre, 2010 (Cadena) www.slideshare.net/dannycadena.

2.3.4 Estimulación temprana:

Hoy en día, se sabe que un bebé nace con un gran potencial y que está en las manos de sus padres el aprovechar de esa oportunidad en el proceso de maduración del bebé, para que este potencial se desarrolle al máximo de la forma más adecuada y divertida. (Morrison, Educación Inicial, 2005). “La estimulación temprana es el conjunto de medios, técnicas, y actividades con base científica y aplicada en forma sistemática y secuencial. Se emplea en niños desde su nacimiento hasta los 6 años, con el objetivo de desarrollar al máximo sus capacidades cognitivas, físicas, emocionales y sociales, evitar estados no deseados en el desarrollo y ayudar a los padres con eficacia y autonomía en el cuidado y desarrollo del infante.” (Morrison, Educación Inicial, 2005)

La estimulación temprana en niños sanos desde ningún punto de vista es una terapia ni un método de enseñanza formal. Los niños desde que nacen reciben estímulos externos al interactuar con otras personas y con su entorno. (Morrison, Educación Inicial, 2005)

El objetivo de la estimulación no es acelerar el desarrollo, forzando al niño a lograr metas que no está preparado para cumplir, sino el reconocer y motivar el potencial de cada niño en particular y presentarle retos y actividades adecuadas que fortalezcan su auto-estima, iniciativa y aprendizaje. (Morrison, Educación Inicial, 2005)

La única forma que el niño aprende durante esta primera etapa es si está predispuesto a aprender y asimilar nueva información, es decir jugando. El juego es la mejor manera de estimular a un niño. Además es importante que el niño este bien comido que haya hecho su siesta y se sienta cómodo. Los padres van aprendiendo a leer el comportamiento de su bebé y a respetar sus necesidades. (Morrison, Educación Inicial, 2005)

2.3.5 La infancia: Años de cimentación del aprendizaje

2.3.5.1 Bebés y niños pequeños:



La etapa de bebés es una época extraordinaria, en la cual se caracteriza especialmente por la satisfacción inmediata de las demandas de ellos, en relación a sus necesidades básicas (alimentación, higiene y descanso), así como la iniciación de la autonomía en contraposición a la total dependencia del primer año. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 179)

En estas primeras edades se forman las figuras afectivas (madre y padre, hermanos, abuelos, maestra) que los pequeños asumen como modelos y ejercen un fuerte efecto cambiado en la formación de su personalidad. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 180)

En este ciclo se atenderá al desarrollo del movimiento, al control corporal, a las primeras manifestaciones de la comunicación y del lenguaje oral, a las pautas elementales de convivencia y de relación social y al descubrimiento del entorno inmediato. Los bebés requieren un pequeño y estable grupo de personas a quienes puedan aprender a conocer y en quienes puedan aprender a confiar. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 184)

“Los niños pequeños necesitan lazos de afecto y mucha atención individualizada”. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 184). Es fundamental que las educadoras de educación infantil conozcan todos los estadios de desarrollo en la vida del niño, ya que pueden darse cuenta sobre el progreso de los niños y niñas a su cargo,

se debe tener en cuenta el sexo, el contexto socioeconómico, cultural y familiar, incluyendo el historial nutricional, para determinar lo que es normal para cada individuo. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 184)

2.3.5.2 La etapa de 3 a 4 años:

Basado en el Currículo institucional para la educación inicial, emitido por el Ministerio de Educación Ecuador, (2007), los niños y niñas de esta etapa presentan las siguientes características:



- ✿ Están en la etapa de transición entre el yo y el nosotros.
- ✿ Su pensamiento se manifiesta más rápido que su expresión; hablan todo el tiempo y a veces hacen preguntas cuyas respuestas ya conocen, su único fin de confirmar lo que saben y jugar con las palabras.
- ✿ Cada día se expresan mejor, usan oraciones completas, conversan con sus compañeros pero no prestan verdadera atención a las palabras de sus interlocutores, por lo que frecuentemente se establecen monólogos.
- ✿ A esta edad preguntan constantemente el ¿qué? ¿para qué? y ¿por qué? Son más observadores, buscan información y quieren conocer todo.
- ✿ Les gusta desplazarse, correr, saltar, trepar y realizar proezas físicas para que los demás les aprueben.
- ✿ Son capaces de realizar tareas y responsabilidades sencillas y cumplir consignas como ensartar objetos, vestirse y desvestirse con la orientación de un adulto.
- ✿ Solicitan la atención y cuidado de todos los familiares y especialmente de los adultos y sobre todo su afecto, caricias y aceptación; en ocasiones se muestran autoritarios e impositivos para reforzar su personalidad.

☀️ Comparten sus materiales, juguetes y juegos con otras niñas y niños; unas veces se muestran generosos, cooperativos y en otras ocasiones egoístas. (Ministerio de Educación, 2007)

2.3.5.3 La etapa de 4 a 5 años:



Basado en el Currículum institucional para la educación inicial, emitido por el Ministerio de Educación Ecuador, (2007), los niños y niñas de esta etapa presentan las siguientes características:

☀️ Disfruta escuchando a los demás y establece diálogos cortos y luego por períodos de

tiempo cada vez más largos.

☀️ Su vocabulario es más variado y claro, expresa sus deseos y pensamientos, recuerda y puede narrar cuentos o episodios de la vida familiar. En sus narraciones utiliza los tiempos de los verbos.

☀️ Realiza tareas y trabajos sencillos en el hogar.

☀️ Empieza a usar con más facilidad el lado predominante de su cuerpo.

☀️ Tiene más agilidad en sus movimientos, camina en diferentes direcciones siguiendo un ritmo.

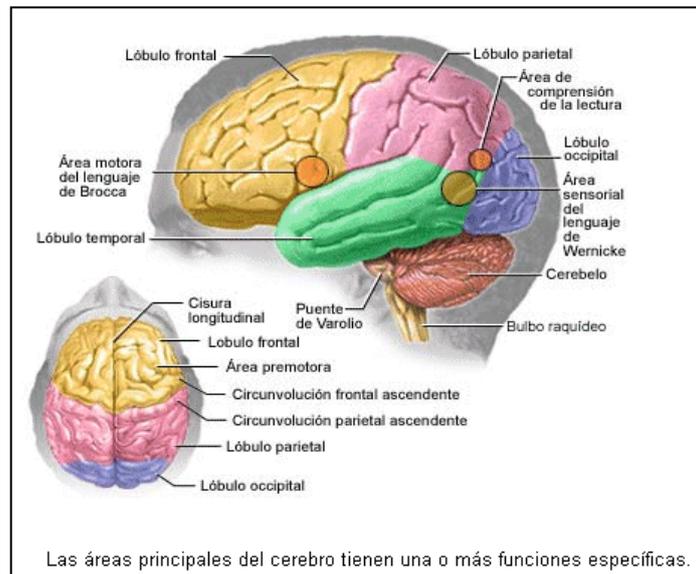
☀️ Los movimientos de sus dedos son más precisos, puede coser, ensartar, amarrar, desamarrar con la ayuda de un adulto.

☀️ La habilidad de sus manos también ha progresado, lo cual le permite manejar instrumentos para hacer cosas como cortar, clavar, dibujar o modelar.

☀️ Puede reconocer lo que está arriba, abajo, dentro fuera, adelante, atrás, cerca, lejos con relación a su cuerpo. (Ministerio de Educación, 2007)

2.3.6 Jóvenes cerebros:

Gráfico 2. 26 Áreas funcionales del cerebro



Fuente: www.pianored.com/images/cerebro2. Consultado, Noviembre 2010

El órgano más importante, fascinante y complejo es el cerebro, en los adultos y al igual que en los niños tiene la misma función, pesa $\frac{3}{4}$ de libra al nacer y va creciendo mientras va pasando el tiempo, el cerebro se desarrolla de distintas maneras. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 185)

Según algunos científicos, hablan que el desarrollo tiene la influencia de los genes y la experiencia que se va adquiriendo. Durante el embarazo, los genes juegan el papel más importante en determinar cómo se forma el cerebro y cómo funcionará, después del nacimiento las experiencias que un bebé tiene ayudan a cambiar o modificar el cerebro esto ocurre con el aprendizaje. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 185)

Como los bebés, el cerebro no elige sus experiencias; responde tanto a las experiencias positivas como a las negativas. Las experiencias negativas pueden retardar el desarrollo cerebral y del comportamiento. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 186)

Cuando un bebé sonríe por primera vez al reconocerlo, o deja de llorar o cuando le levanta, puede saber que su bebé está aprendiendo y que su cerebro está cambiando de acuerdo a lo que aprende.

El cerebro es singularmente flexible y se adapta al mundo que lo rodea. Las experiencias que los niños tienen como bebés y durante la infancia les enseñan a sus cerebros cómo pensar, sentir, y comportarse mejor y cómo relacionarse en las situaciones de su mundo particular. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 187)

Conclusiones sobre el cerebro:

✿ “Los bebés nacen dispuestos a aprender. Son instrumentos de aprendizaje muy notables. Sus cerebros los convierten en ello.

✿ El desarrollo cerebral de los niños y su habilidad para aprender a lo largo de su vida depende de la interrelación entre la naturaleza (herencia genética, controlada por 80.000 genes y la tutela (experiencias que tengan y los contextos en los que crezcan).

✿ Lo que ocurre con los niños en sus primeros años de vida tiene una influencia permanente en cómo se desarrollan y aprenden.

✿ Los períodos críticos influyen positiva y negativamente en el aprendizaje.

✿ El cerebro humano es como el plástico, tiene la habilidad de cambiar en respuesta a varios tipos de experiencias y contextos.

✿ La prevención y la intervención temprana son más beneficiosas que un remedio posterior.” (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 187)

2.3.7 El desarrollo motor:

El desarrollo motor en los niños es de gran importancia durante la primera infancia, desde el momento del nacimiento, se puede observar cómo el bebé realiza

pequeños movimientos, como el giro de la cabeza de un lado hacia otro estando tumbado boca arriba. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 189). Uno de los movimientos más importantes es el volteo y el desplazamiento por que van madurando hasta conseguir el primer paso hacia el acceso a la verticalidad: el gateo, luego el niño se levanta del suelo y se mantiene en equilibrio sin ningún punto de apoyo, iniciando poco a poco su caminar. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 191)

2.3.8 El desarrollo intelectual y el desarrollo del lenguaje:

Desarrollo intelectual:

Uno de los principales tipos de desarrollos en los niños es el cognitivo y esta etapa reúne a:

- **Función simbólica:** cuando el niño tiene la capacidad para representarse mentalmente imágenes visuales, auditivas que tienen alguna semejanza con el objeto representativo. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 194)

- **Comprensión de identidades:** comprensión de que ciertas cosas siguen siendo iguales aunque cambien de forma, tamaño o apariencia. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 196)

- **Comprensión de funciones:** aquí se representa cuando el niño comienza a establecer relaciones básicas entre dos hechos de manera general y vaga, no con absoluta precisión. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 196)

Desarrollo del lenguaje

Un recién nacido empieza su desarrollo cuando presta atención a los diferentes sonidos de su entorno inmediato. Iniciando la comprensión del lenguaje apoyándose en la diferenciación del tono de voz de su madre y familiares más que en las propias palabras. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 200)

El primer medio de comunicación es el llanto, al principio un puro acto reflejo para expresar sus necesidades; y, poco a poco, va aprendiendo a emitir llantos diferenciados para cada una de ellas: hambre, sed, dolor, etc. A los pocos meses empieza ya a emitir pequeños sonidos simples y vocálicos, a los que sigue el primer balbuceo. Balbuceo que repite sin cesar en sus ratos de «juego» y de descubrimiento del entorno y de los objetos. (Morrison, 2005, pág. 200)

2.3.9 Cuidado Del Niño:

Es un servicio integral muy importante que fuera del hogar de los niños se reemplaza el cuidado y la atención de sus familias en medio tiempo. Se complementa por el hecho de que los padres confían su responsabilidad del cuidado del niño o niña a un centro de atención temprana. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 115)

Una atención de calidad incorpora al niño a actividades de aprendizaje educativas como parte del currículo. La Educación Infantil tiene como propósito principal cubrir las necesidades físicas, afectivas, intelectuales y sociales de los niños y niñas de 0 a 6 años mediante una pedagogía adecuada. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 115)

2.3.9.1 Clasificación en la atención del niño:

Investigaciones recientes muestran evidencias sobre los beneficios de una Educación Inicial de calidad en los primeros años, asimismo James Heckman, Premio Nóbel de Economía (2000), ha declarado que la inversión en educación temprana promueve equidad y justicia social, a la vez que favorece la productividad en la economía.

- **Centro de cuidado diario infantil**, que encarga de desarrollo del niño y niña desde los 0 años a 3 años, incluyendo la estimulación temprana. (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 120)
- **Jardines de niños**, atienden a niños de 4 y 5 años, desarrollando habilidades y destrezas (Morrison, Educación Inicial, 2005, pág. 120)

2.3.10 Centro Infantil:

La única diferencia entre los adultos y los niños es la edad. Ambas necesidades son iguales: ansiamos sentirnos amados y comprendidos y saber que formamos parte del mundo. (Pruissen, 2002, pág. 20) Las necesidades físicas deben ser satisfechas mediante nutrición, descanso y ejercicio. Puesto que los seres humanos son criaturas sociales, añoran la amistad, las relaciones afectivas y la atención de los demás. (Pruissen, 2002, pág. 29) Necesitan aprender, experimentar el mundo que los rodea y entenderse y aceptarse como parte de la maravilla.

Para que un niño desarrolle su potencial pleno, es preciso satisfacer esas necesidades. Por consiguiente, el programa de educación inicial deberá incluir alimentación nutritiva, períodos de descanso y juegos individuales. (Pruissen, 2002, pág. 29) También debe incluir actividades de grupo que fortalezcan las habilidades sociales, juegos al aire libre que les permitan a los niños desarrollar sus músculos, y materiales de aprendizaje y juegos que les ayuden a descubrir habilidades creativas e intelectuales; deben estar a cargo de personas que compartan todas sus experiencias, tanto positivas como negativas, para aprender a confiar y sentirse seguros. (Pruissen, 2002, pág. 29)

2.3.10.1 Entorno físico:

Los niños florecen en entornos donde hay buena luz, una decoración en colores vivos y una abundancia de libros, juguetes y equipos apropiados para su edad, como asientos y mesas a su medida, y donde hay bastante espacio tanto interior como exterior en donde puedan gatear o correr a sus anchas. (Pruissen, 2002, pág. 32)

Se debe tener en cuenta la ventilación y puertas de armarios que puedan abrir desde adentro, hasta lugares libres de insectos, roedores y otras alimañas.

Los niños necesitan un entorno seguro y con equipos adecuados. Cuando de una guardería se trata debe haber una cuna o un corral para cada bebé, así como suficientes asientos altos y asientos para bebés con cinturones de seguridad. También forman parte de un entorno físico bien diseñado, las áreas para cambiar pañales y para entrenar a los niños en el uso de la bacinilla. (Pruissen, 2002, pág. 33)

El centro también requiere un espacio exterior para jugar, con equipos apropiados. Los juegos exteriores deben ser adecuados para la edad de los niños, y debe haber suficientes para el número de infantes que utilizarán. (Pruissen, 2002, pág. 35)

2.3.10.2 Salud y seguridad:

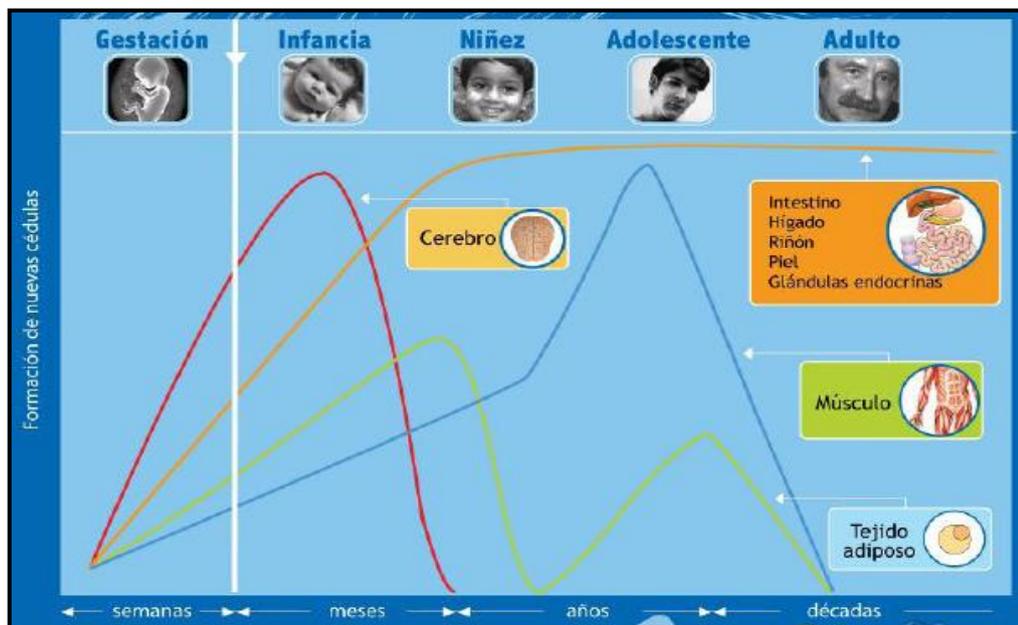
El factor salud en el cuidado de los niños cubre varios aspectos, desde higiene básica hasta administración de medicamentos. Como cita la autora Pruissen en su libro (Cómo iniciar y administrar un jardín infantil, 2002), un centro infantil debe contar con la información médica que debe reposar en los archivos: resultados de exámenes médicos o de una evaluación médica; historial de vacunación, de cada niño. Prácticas de higiene: lavado de car y manos, artículos de baño, ropa extra para los niños, presencia de animales saludables que no presentan una amenaza.

2.3.10.3 Nutrición:

La autora Pruissen (2002) cita en su libro que la “nutrición y la alimentación son una parte importante de los servicios de cuidados diurnos de niños pequeños. Ningún período es tan crucial para el bienestar nutricional durante el ciclo de vida como el lapso transcurrido entre la concepción y los seis años.

En la variedad está la clave. Una alimentación sana es una alimentación variada y desde niños se debe incentivar a adquirir una buena conducta alimenticia. (Pruissen, 2002, pág. 35)

Gráfico 2. 27 Evolución del crecimiento y maduración de los diversos tejidos y sistemas del organismo

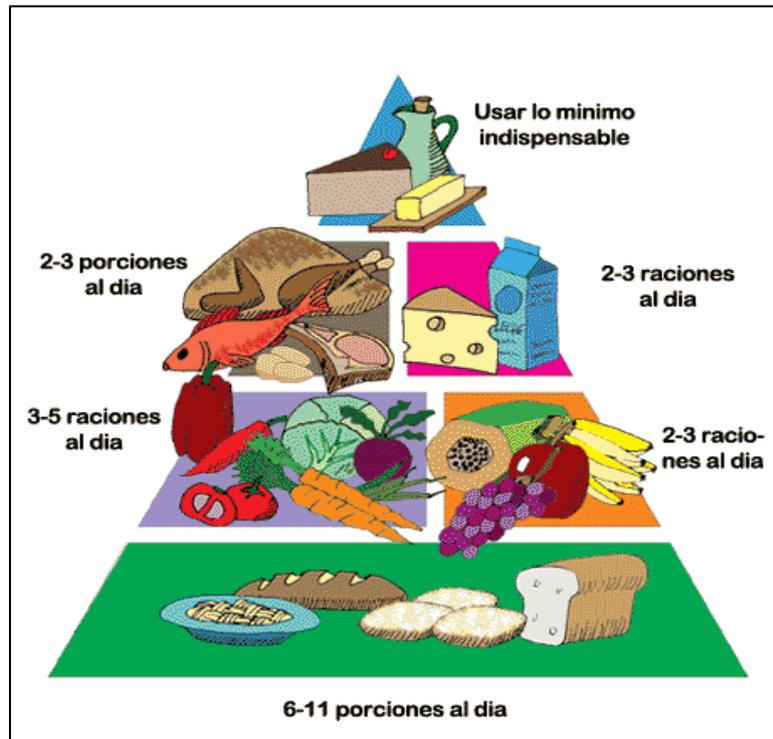


Fuente: <http://www.educacionparatodos.com.pdf>. Consultado, Noviembre 2010

Es vital que los niños tengan una adecuada nutrición y una dieta sana para que su potencial de desarrollo sea óptimo. Mientras la infancia y la adolescencia, los hábitos dietéticos y el ejercicio pueden marcar la diferencia entre una vida sana y el riesgo de sufrir enfermedades en años posteriores. En las distintas fases de la vida, se necesitan nutrientes diferente. (Pruissen, 2002, pág. 208)

Los cinco grupos de alimentos que conforman la pirámide deben formar parte de las comidas diarias de niños de entre 18 meses y 5 años en las siguientes cantidades:

Gráfico 2. 28 Pirámide Alimenticia



Fuente: <http://www.educacionparatodos.com>. Consultado, Noviembre 2010

Comer con regularidad y consumir alimentos sanos, que incluyan alimentos ricos en carbohidratos, frutas y verduras, productos lácteos, carnes magras, pescado, aves de corral, huevos, legumbres y frutos secos contribuirá a un crecimiento y un desarrollo adecuados, siempre que el aporte energético de la dieta no sea excesivo. . (Pruissen, 2002, pág. 209)

2.3.10.4 Participación de los padres:

Los padres son una parte integral de cualquier programa orientado al cuidado de los niños. Es imperativo que establezca desde el comienzo una relación de colaboración con todos los padres que utilicen sus servicios. (Pruissen, 2002, pág. 35)

2.3.11 Teorías sobre el juego:

El juego es la actividad fundamental en la educación infantil para el desarrollo cognitivo, psicomotriz y emocional en el niño y niña. (Morrison, 2005, pág. 241) Con el juego el niño pone en marcha los mecanismos de su imaginación, expresa su manera de ver el mundo que le rodea, de transformarlo, desarrolla su creatividad y le da la posibilidad de socializar y como primordial objetivo el aprendizaje. (Pruissen, 2002, pág. 167)

“El juego tiene un papel significativo en el desarrollo armonioso de la personalidad del niño”. (Pruissen, 2002, pág. 167)

Tanto en la escuela como en el ámbito familiar los niños utilizan gran parte de su tiempo en jugar, según sus edades y preferencias, ya sea individualmente o en grupo, dirigidos por personas mayores o libremente, con una intencionalidad pedagógica en unos casos o en otros simplemente lúdica y de relación espontánea con los demás. (Pruissen, 2002, pág. 168)

Las instituciones de educación inicial están obligadas a tener un espacio con un horario para el juego en el que el niño pueda disfrutarlo. Estos espacios pueden estar dentro del aula a través de los llamados rincones o zonas de juego donde el niño encuentra todo lo necesario para desarrollar el juego simbólico. (Pruissen, 2002, pág. 169)

2.3.12 Centros de aprendizaje:

Un centro de aprendizaje es un área pequeña de actividad dedicada a un tipo específico de juego: arte, manualidades, agua, libros, etc. (Pruissen, 2002, pág. 167)

Es fácil establecer diferentes centros de aprendizaje en bandejas, mesas pequeñas o, como centro de libros, en una estantería. No importa lo que los niños estén

jugando o con qué materiales estén, el hecho es que está aprendiendo algo ya sea sobre el material o sobre sí misma y su capacidad para manipular y trabajar con el material.

Los siguientes son una lista de centros que la autora Pruisen (2002, pág. 167) cita en su libro *Cómo iniciar y administrar un jardín infantil*:



Centro de casa:

Este centro es el más utilizado por los niños. El área de jugar a la casa es el escenario de muchas representaciones, desde jugar a la mamá y al papá y a los bebés, hasta disfrazarse; desde cocinar y lavar hasta salir de compras y jugar al restaurante.



Centro de dramatización - hogar (Hogar, tienda u otros):

En este sector brinda al niño espacios reales en los cuales aprende de sus propias interacciones elaborando pautas y normas de convivencia. A través de estas interacciones el niño representa su realidad, la comprende y aprende a expresar sus sentimientos.



Centro de arte:

El centro de arte es todo un mundo. A los niños les encanta experimentar con colores, texturas y papeles. El arte beneficia a los niños de muchas maneras, ejercita los músculos de las manos (habilidades motrices finas), lo cual los va preparando para aprender a escribir y manipular objetos pequeños como botones y cremalleras. También les enseña a ver la belleza en la vida, en el arte y en ellos mismos.

El arte es una forma muy personal de expresión. Cada niño ve el mundo de una manera diferente y su perspectiva es única. Se debe respetar su individualidad.

**Centros construcción:**

Este centro de construcción requiere algo de espacio en el piso pues los niños participan en juegos más activos con cubos y bloques de diversos tamaños, animales de granja, automóviles y camiones, materiales de construcción y calles y carreteras.

Los cubos y bloques son uno de los mejores juguetes para este centro.

Se puede construir rascacielos con ellos o colocarlos uno tras otro para hacer una carretera. Sirven para hacer cercas que contengan los caballos, o para organizarlos en filas parejas y hacer ciudades.

Los niños aprenden con esto, ya que, se requiere coordinación para construir un rascacielos. Es preciso contar y utilizar la cognición visual para alinear un grupo de casas de la misma altura para construir una carretera hay que alinear los bloques a la perfección, lo mismo que para hacer la cerca. Además, todo esto exige imaginación, y los niños la desarrollan con la cantidad de cosas que construyen.

Se puede integrar los cubos y bloques con otros materiales como pedazos de caucho espuma, papel de lija, aviones, automóviles, camiones, personas de juguete, cuerdas y trozos de madera largos. El lego, son ideales para los niños mayorcitos.

**Centros de actividades tranquilas:**

A veces los niños necesitan un lugar en donde puedan alejarse de las actividades bulliciosas y jugar tranquilamente solos. Unos de estos lugares es el centro de actividades tranquilas, aquí el niño puede hacer rompecabezas, ensartar cuentas, organizar los juguetes, utilizar tableros de paño para pegar diferentes letras y números, o cualquier otra actividad que pueda realizar solo. Estas actividades tranquilas ejercitan las habilidades motrices finas. También enseñan conceptos de secuencia una habilidad

que prepara para las matemáticas, pues los niños pueden ensartar cuentas en cierto orden repetido, así como reconocer y utilizar variaciones en formas, letras y números.

Centro de libros:

La biblioteca o el centro de libros es otro lugar tranquilo en donde los niños pueden descansar un rato del bullicio y la excitación del grupo en general. A todos los niños les encanta los libros. Les gusta pasar las hojas y mirar las imágenes. Es la mejor manera de aprender cuentos, rimas infantiles, poemas y palabras de todo tipo, desde las grandes y serias hasta tontas y divertidas. Por tal motivo, se debe tener una amplia variedad de libros. Los libros con rimas infantiles son excelentes, pero a los niños también les fascina los libros con números, con animales y con todo tipo de imágenes. Una forma novedosa es escuchar los cuentos a través de cd's, así se fomentará la imaginación en los niños.

Centro de arena y agua:

Los juegos con arena y agua son divertidos y a la vez educativos. Los niños aprenden a verter y a construir. Aprenden cuáles objetos flotan y cuáles se hunden. Pueden jugar durante horas enteras con esponjas, palas. Para los niños es muy divertido palpar el agua y la arena.

Centro de música:

En el centro de música los niños no sólo pueden escuchar música, sino pueden bailar y cantar, se pueden escuchar música y tocar algunos instrumentos. La música es una herramienta muy educativa. La repetición de canciones ayuda a desarrollar la memoria y el vocabulario, además, al tiempo que los niños se esfuerzan por aprender la

letra de las canciones, agudizan sus habilidades para escuchar. Las canciones en grupo fortalecen las habilidades sociales, y la danza mejora la coordinación, como también lo hace la interpretación de instrumentos. Una gran ventaja adicional es que la música es portátil. Se puede cantar en el automóvil, mientras se camina hacia el parque, mientras los niños se lavan las manos antes de las comidas y los refrigerios. Uno puede cantar en cualquier momento, en cualquier lugar

Centro de matemáticas:

Los procesos que siguen los niños para adquirir las nociones matemáticas básicas.

Número.

Las nociones numéricas comprende, el reconocimiento de las propiedades de un objeto y de una colección. Acciones y operaciones que intervienen en el proceso de adquisición de la noción de número (comparar, igualar, reunir, agregar, quitar).



Espacio y geometría:

La percepción de relaciones espaciales en los niños. La exploración del espacio, la ubicación de objetos, la orientación, la organización del espacio.

Medida.

La noción de medida en las actividades infantiles. Las ideas iniciales de los niños sobre las dimensiones. La comparación a través de la percepción, el desplazamiento y la conservación. La exploración de distintas magnitudes (longitud, peso, capacidad y duración). La expresión de la noción de medida en las ideas y acciones de los niños.

2.3.13 Equipamiento, material didáctico y materiales curriculares en educación infantil

"El material constituye un instrumento de primer orden en el desarrollo de la tarea educativa, ya que es utilizado por los niños y niñas para llevar a cabo su actividad, sus juegos y su aprendizaje"

Por lo tanto, la escuela debe ofrecer una gama variada de objetos, juguetes o materiales que le proporcionen múltiples ocasiones de juegos, actividades y experiencias, y le aporten nuevas adquisiciones.

En general, estos materiales son inespecíficos, es decir, su función no depende de ellos intrínsecamente, sino del uso que el niño les da. Por eso es conveniente ofrecer materiales polivalentes que permitan múltiples usos y descubrimientos y que sirvan para desarrollar en los niños sus capacidades afectivas, físicas, intelectuales y sociales.

2.3.13.1 Material didáctico:

Por material didáctico se entiende, todo elemento de juego y de trabajo válido para desarrollar capacidades y habilidades y que permita realizar nuevos aprendizajes.



Dentro del material didáctico pueden distinguirse, por un lado, los llamados "juegos educativos" y, por otro, un gran grupo de material que no entraría en esta categoría como es el material impreso, instrumentos musicales, material de desecho.

CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA:

El objetivo de la investigación exploratoria es explorar o examinar un problema o situación para brindar conocimientos y comprensión. (Malhotra, 2008, pág. 80)

Se va a aplicar la investigación exploratoria para explorar sobre el tema de los centros infantiles, aplicando herramientas, que permitan obtener datos y elementos que pueden conducir a formular con mayor precisión el problema de investigación de mercados.

3.1. HERRAMIENTAS

3.1.1. DATOS SECUNDARIOS

3.1.1.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO:

Se va a analizar todos los factores tanto del microentorno, como del macroentorno que amenazan y producen oportunidad para la industria de los centros de desarrollo infantil.

3.1.1.1.1. MACROAMBIENTE

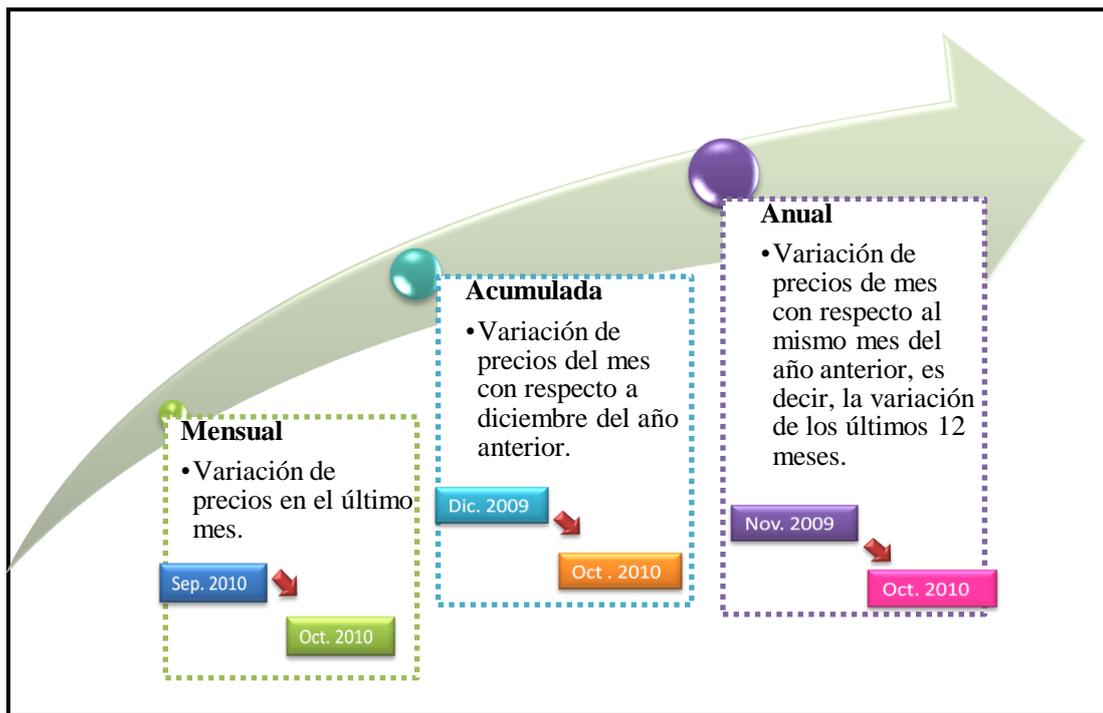
3.1.1.1.1.1. Ambiente económico:

3.1.1.1.1.1.1. Inflación:

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. (Banco Central del Ecuador, 2010)

3.1.1.1.1.1. Tipos de inflación:

Gráfico 3. 1 Tipos de Inflación



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010. Reporte de Inflación Octubre. Consultado Noviembre 2010.

Desde el segundo trimestre del año 2009 se registró una desaceleración de la inflación. Esta se había convertido en un asunto muy preocupante desde finales de 2007. La inflación anual, que empezó una carrera alcista, sobre todo por factores exógenos, en ese año, registró todavía una tendencia al alza en 2008 que, sin embargo, en el año 2009 cambió. De mayo a agosto del 2009 podemos constatar que la inflación mensual registró incluso cifras negativas, en agosto la inflación mensual fue de -0,3%. Empero, a partir de septiembre del mismo año, volvió a registrar un repunte; a inicios del 2010, en enero, la inflación mensual se ubicó en 0,83%. En junio se vuelve a presentar cifras negativas de -0,01% y en septiembre del mismo año tiene una inflación 0,26%.

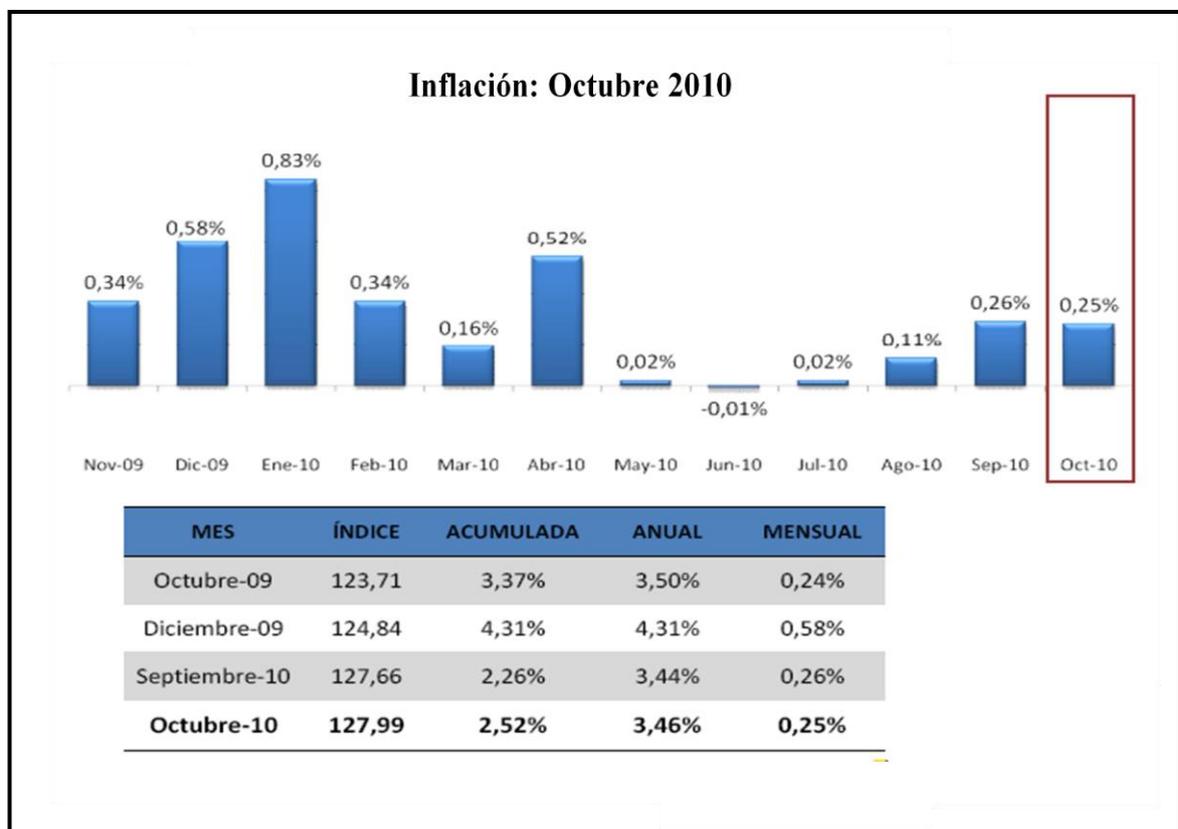
3.1.1.1.1.1.2. Inflación mensual:

El repunte de la inflación mensual de septiembre 2010 (0,26%), respecto de los 4 meses inmediatamente anteriores se atribuye de manera principal al incremento de

costos en varios rubros de la división de consumo de la Educación por el inicio de clases en la región Sierra del país, Cuenca, Ambato, Loja y Quito, que iniciaron el período escolar 2010-2011 con nuevos costos autorizados por la Junta Reguladora del Costo de la Educación Particular, así como por el incremento de varios de los rubros que conforman la división de consumo de Bienes y Servicios Diversos

El Índice de Precios al Consumidor correspondiente al mes de Octubre del 2010 fue de 127,99. Si se lo compara con el Índice del mes anterior (127,66) la inflación mensual es de 0,25 %, frente al índice de Octubre del 2009 (123,71), la inflación anual asciende al 3,46 %; en cambio, la inflación en lo que va del año es 2,52%. El INEC subraya el hecho de que el cálculo del IPC ha sido efectuado, como en todos los meses, tomando como referencia el lapso de investigación de precios comprendido entre el 1 y el 31 de Octubre de 2010, conforme a la metodología establecida.

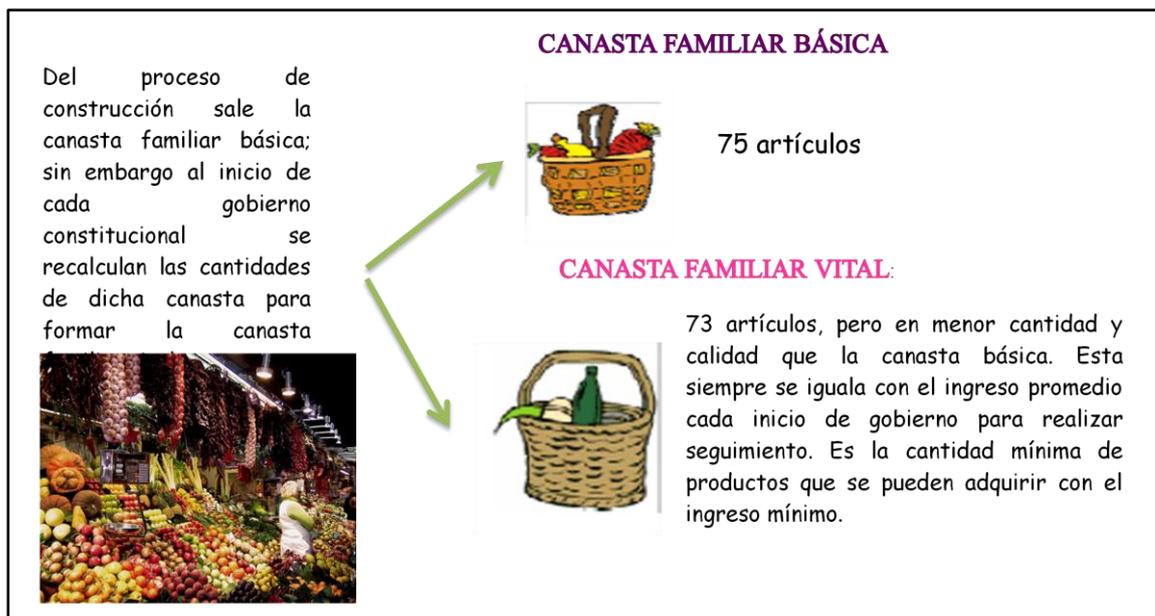
Gráfico 3. 2 Inflación Octubre



Fuente: Banco Central del Ecuador , 2010. Inflación Octubre. Consultado, Noviembre, 2010.

Connotación:**Oportunidad:**

El nivel inflacionario mensual de octubre 2010 (0,25%), es similar al del mes inmediatamente anterior (0,26%) y se atribuye a la disminución de producción de productos agrícolas provenientes de las regiones de Costa y Sierra y adicionalmente a factores especulativos por parte de comerciantes mayoristas. Los niveles de inflación no representan por lo tanto pérdida de poder adquisitivo, ya que se encuentra con tendencias hacia la baja. Y no afecta al servicio educativo.

3.1.1.1.1.2 Canasta básica:**Gráfico 3. 3 Canasta Básica y Familiar**

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010. Consultado, Noviembre, 2010.
www.inec.gov.ec

Estructura de la Canasta Básica Familiar: Se considera la estructura fija del gasto en bienes y servicios establecida en noviembre 1982 para un Hogar tipo de cuatro miembros con 1,60 perceptores de Remuneración básica unificada.

Tabla 3. 1 Estructura de la canasta 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
1	TOTAL	0.14	540.10	448.00	92.10	17.05
2	ALIMENTOS Y BEBIDAS	0.44	188.42	152.60	35.82	6.63
3	Cereales y derivados	1.87	40.25	38.94	1.31	0.24
4	Carne y preparaciones	0.40	30.57	27.06	3.51	0.65
5	Pescados y mariscos	0.46	7.95	2.86	5.09	0.94
6	Grasas y aceites comestibles	0.34	6.49	4.49	2.00	0.37
7	Leche, productos lácteos y huevos	-0.18	29.79	25.79	4.00	0.74
8	Verduras frescas	-3.93	11.03	4.60	6.43	1.19
9	Tubérculos y derivados	4.74	12.35	11.24	1.10	0.20
10	Leguminosas y derivados	-1.71	4.00	0.00	4.00	0.74
11	Frutas frescas	-0.08	10.23	6.86	3.37	0.62
12	Azúcar, sal y condimentos	-0.68	10.32	10.04	0.28	0.05
13	Café, té y bebidas gaseosas	-0.31	6.28	3.63	2.65	0.49
14	Otros productos alimenticios	0.74	2.18	0.74	1.45	0.27
15	Alim. y beb. consumidas fuera del	0.01	16.98	16.36	0.62	0.11
16	VIVIENDA	0.12	152.28	149.02	3.26	0.60
17	ALQUILER	0.08	123.90	123.90	0.00	*
18	Alumbrado y combustible	0.11	13.03	13.03	0.00	*
19	Lavado y mantenimiento	0.41	14.04	12.09	1.95	0.36
20	Otros artefactos del hogar	1.31	1.31	0.00	1.31	0.24
21	INDUMENTARIA	0.58	33.85	0.00	33.85	6.27
22	Telas, hechuras y accesorios	0.69	2.12	0.00	2.12	0.39
23	Ropa confeccionada hombre	0.95	16.89	0.00	16.89	3.13
24	Ropa confeccionada mujer	0.08	12.85	0.00	12.85	2.38
25	Servicio de limpieza	0.53	1.99	0.00	1.99	0.37
26	MISCELANEOS	-0.28	165.55	146.38	19.17	3.55
27	Cuidado de la salud	0.00	79.56	75.26	4.30	0.80
28	Cuidado y artículos personales	-0.39	13.78	7.04	6.75	1.25
29	Recreo, material de lectura	0.78	18.97	15.04	3.93	0.73
30	Tabaco	-2.15	14.10	13.65	0.45	0.08
31	Educación	-2.09	11.50	7.74	3.76	0.70
32	Transporte	0.00	27.65	27.65	0.00	*

Alquiler corresponde a un departamento

* La restricción en el consumo no afecta a los artículos: sal, alquiler, energía eléctrica, gas, agua, matrícula secundaria y bus urbano.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010. Presentación IPC Octubre. Consultado, Noviembre, 2010.

Dentro de la canasta básica se encuentra el rubro de la educación, tuvo un encarecimiento mensual de -2,09, presentando un, distribución del ingreso destinado para ese rubro del \$7,74

✿ Canasta básica Octubre 2010:

Gráfico 3. 4 Canasta Básica Octubre



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010. Presentación IPC Octubre. Consultado, Noviembre, 2010. http://www.inec.gov.ec/web/guest/ecu_est/est_eco/ind_eco/ipc

Estas canastas se refieren a un hogar tipo de 4 miembros, con 1,60 perceptores que ganan exclusivamente la Remuneración básica unificada, están constituidas por alrededor de 75 artículos de los 299 que conforman la Canasta de artículos (Bienes y servicios), del Índice de Precios al Consumidor (IPC).

Los artículos que conforman estas canastas analíticas, se considera que son imprescindibles para satisfacer las necesidades básicas del hogar considerado en: alimentos y bebidas; vivienda; indumentaria; y, misceláneos.

✿ Síntesis analítica de las canastas en el mes de estudio

Para el presente mes la Canasta Familiar Básica, definida en noviembre de 1982, tiene un costo de \$540,10, en tanto que la Canasta Familiar Vital, definida en enero del 2007, alcanza un costo de \$386,32.

Dichos costos, frente al Ingreso Familiar del mes \$448,00 obtenido con 1,60 perceptores de Remuneración básica unificada, plantean una restricción en el consumo

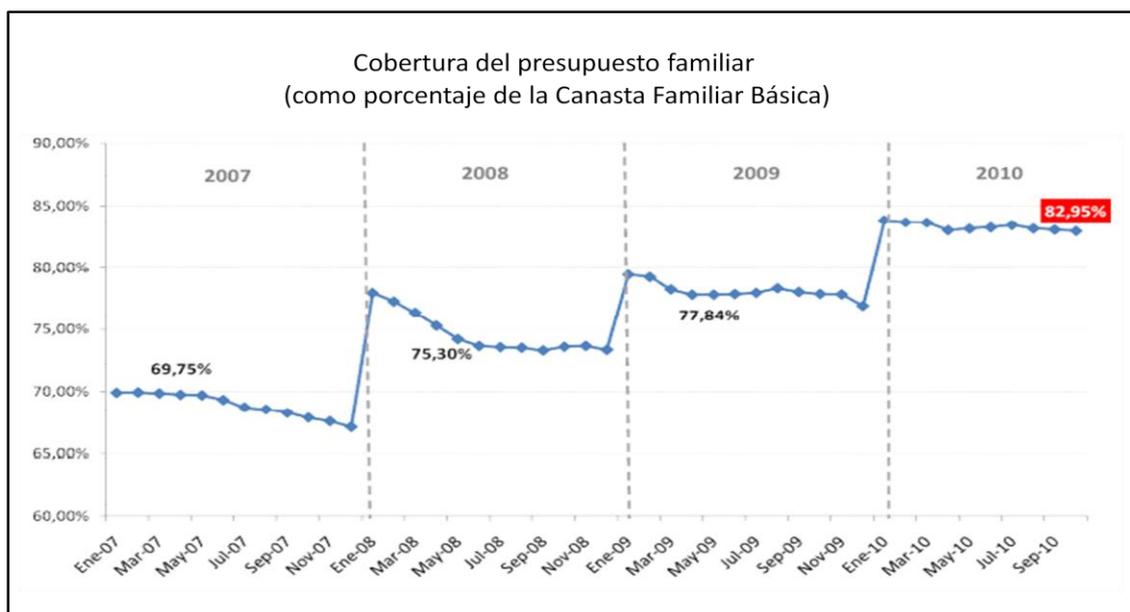
de \$92,10, esto es del 17,05% del costo actual de la Canasta Familiar Básica; y, una recuperación en el consumo de \$61,68, esto es el 15,97 % del costo actual de la Canasta Familiar Vital.

En consecuencia, con su Presupuesto Familiar, los Hogares Urbanos de Ingresos Bajos no pudieron adquirir la Canasta Familiar Básica, pues el poder adquisitivo del ingreso familiar disponible fue insuficiente en 17,05%; pero adecuado para alcanzar una recuperación de 15,97% en la Canasta Familiar Vital.

3.1.1.1.1.3 Cobertura del presupuesto familiar:

La cobertura del presupuesto familiar es la proporción de la Canasta Familiar Básica que está cubierta con el ingreso mínimo. Se calcula obteniendo la proporción de la diferencia entre el costo de la Canasta Familiar Básica y el ingreso mínimo promedio. (INEC, 2010). Con respecto a años anteriores el 2010 el año que con mayor porcentaje alcanza para cubrir la Canasta Familiar Básica 82,95% a pesar de que estas cifras todavía no cubren al 100,00% de la misma.

Gráfico 3. 5 Cobertura del presupuesto Familiar



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010. Presentación IPC Octubre. Consultado, Noviembre, 2010.

Tomando en cuenta que el ingreso familiar disponible de Octubre 2010, es de \$240 más los décimos alcanza un total de \$280. Para la comparación de la canasta básica se toma en cuenta a 1,60 perceptores de la remuneración básica unificada, para cuatro miembros de la familia el total de ingresos es de \$448. Lo que significa que el ingreso familiar no alcanza a cubrir la Canasta Básica Familiar.

Tabla 3. 2 Ingreso Familiar Disponible

Ingreso familiar disponible del mes (1,60 perceptores de la remuneración básica unificada)	
Octubre 2010	
Remuneración básica unificada 1/.	240
Ingreso total mínimo	240
1/12 Décimo Tercera Remuneración	20
1/12 Décimo Cuarta Remuneración 2/.	20
Ingreso mínimo mensual total por perceptor	280
Ingreso familiar mensual de 1,60 perceptores de la remuneración sectorial unificada	448
1. Remuneración básica unificada, para los trabajadores en general se incrementa a partir del 1° de enero de 2010. (Registro Oficial N° 105 de fecha 11 de enero de 2010. Acuerdo N° 00077) Ministerio de Relaciones Laborales. 2. Décimo Cuarta Remuneración. Registro oficial N°. 117 del 3 julio del 2003.	

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010. Presentación IPC Octubre. Consultado, Noviembre, 2010. www.inec.gov.ec

Connotación:

Amenazas

 Apenas \$7,74 se destina del ingreso para la educación, la restricción para la misma del 0,70% del costo.

 Las familias no alcanzan a cubrir la canasta familiar, por lo que, el poder adquisitivo disminuye.

 La educación inicial no es obligatoria, por lo tanto, frente al déficit de \$92,10 que las familias no alcanzan a cubrir los costos de la canasta básica, y el poco

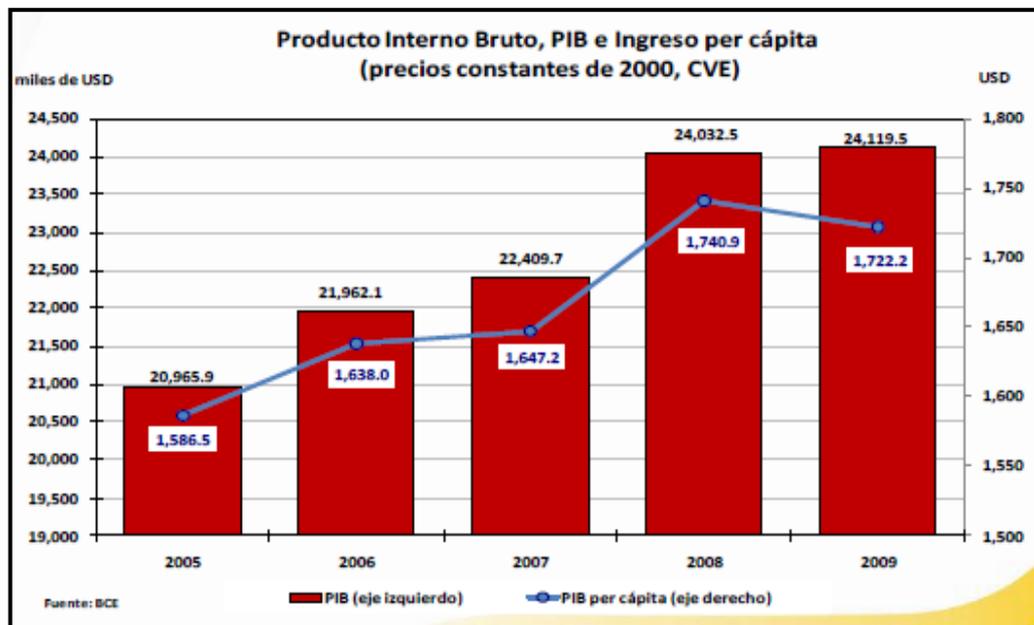
destino del ingreso familiar a la educación, representa una amenaza, en la decisión de los padres para inscribir y matricular a los niños menores de cinco años en centros de cuidado infantil.

3.1.1.1.1.4 PIB:

El Producto Interno Bruto (PIB) es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. (Banco Central del Ecuador, 2010)

Desde el año 2007, el PIB per cápita ha tenido un incremento sostenido; en el 2009, año de la crisis económica mundial, Ecuador presentó un crecimiento real del 0,36%.

Gráfico 3. 6 Producto Interno Bruto

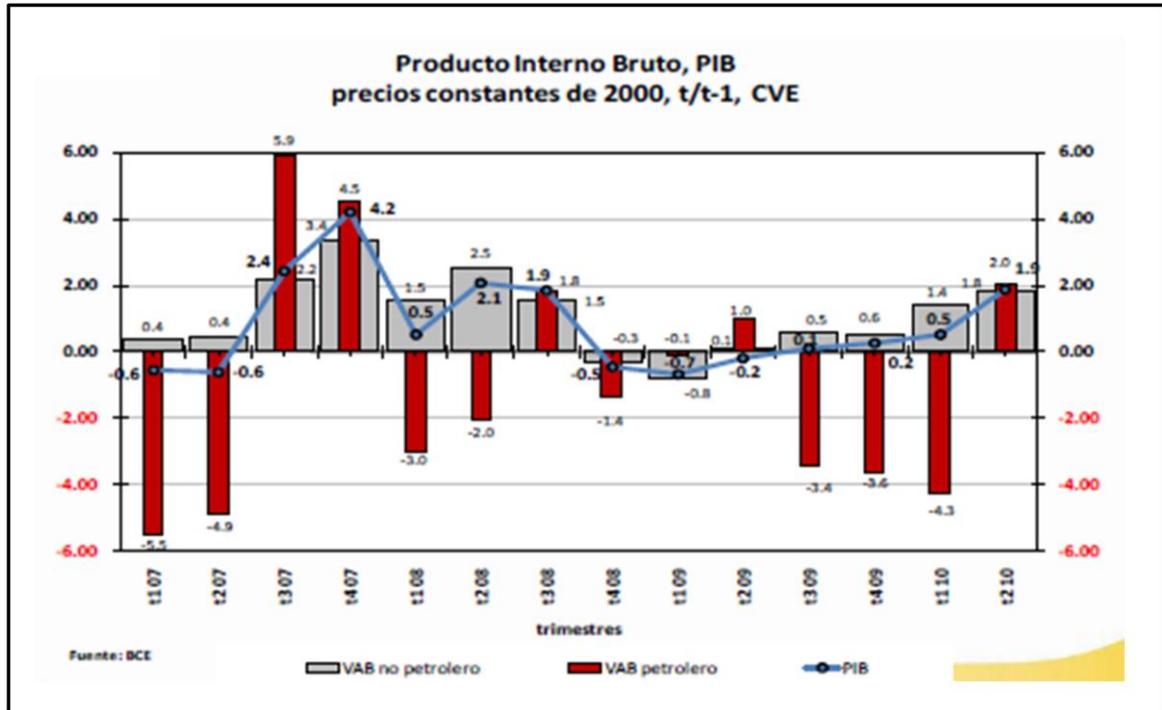


Fuente: Banco Central del Ecuador , 2010, Estadísticas Macroeconómicas Noviembre 2010.
www.bce.fin.ec

Desde el tercer trimestre de 2009, se registró un cambio de la tendencia de variación trimestral del PIB. En el segundo trimestre de 2010, el mejor desempeño de Petroecuador y de las empresas petroleras privadas, permitió revertir la tendencia

negativa del Valor Agregado de la industria petrolera. De su lado, en el mismo período, las industrias no petroleras fortalecieron su dinamismo.

Gráfico 3. 7 PIB: Petrolero y no petrolero

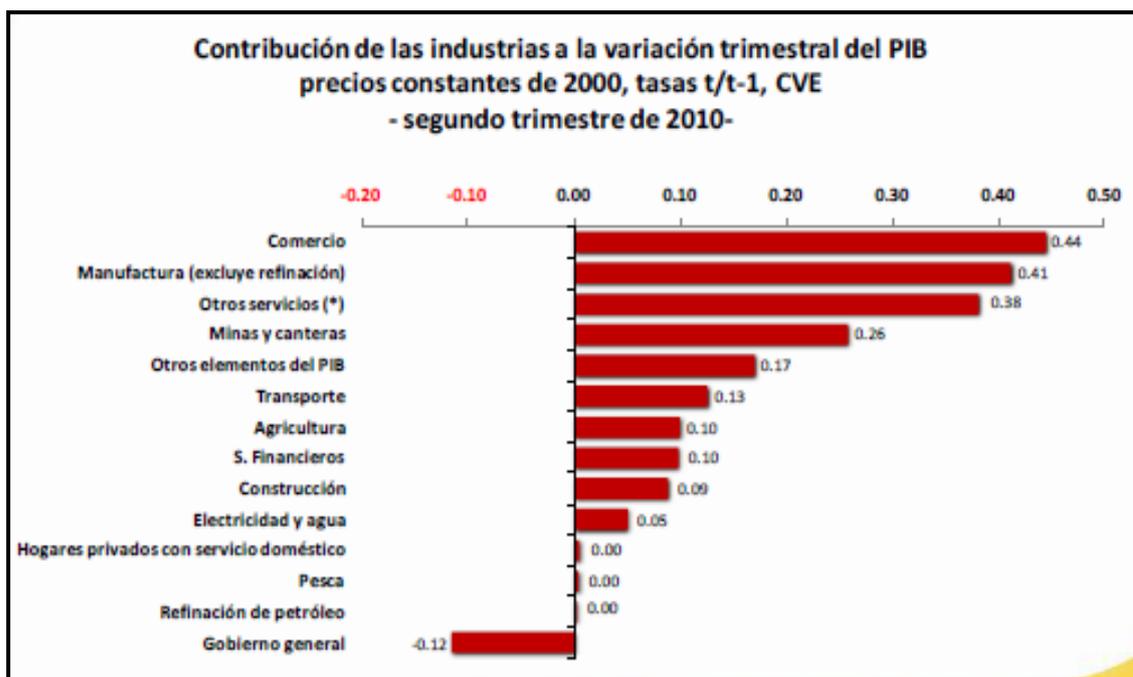


Fuente: Banco Central del Ecuador, 2010, Estadísticas Macroeconómicas Noviembre 2010. www.bce.fin.ec

La sostenida contribución de las industrias no petroleras al crecimiento del PIB, ha sido determinante en el comportamiento de la economía ecuatoriana.

3.1.1.1.1.4.1 PIB por sector económico:

En el segundo trimestre de 2010, todas las actividades económicas presentaron crecimientos. Se exceptúa de esta evolución, la registrada por el Gobierno General. El incremento del valor agregado bruto de la electricidad y agua se originó por el aumento de la producción y la reducción de los insumos utilizados (derivados de petróleo). Las actividades manufactureras y el comercio fueron las que más contribuyeron al crecimiento del PIB.

Gráfico 3. 8 PIB por sectores

Fuente: Banco Central del Ecuador , 2010, Estadísticas Macroeconómicas Noviembre 2010.

En el rubro de otros encontramos la industria de la educación,

Tabla 3. 3 Valor Agregado Bruto por Industria

VALOR AGREGADO BRUTO POR INDUSTRIA / PIB						
miles de dólares de 2000						
CIU	INDUSTRIAS	2004	2005	2006	2007	
Rev. 3			1,05	1,03	1,04	
A	Agricultura, Ganadería, Caza Y Silvicultura	1.726.414	1.814.314	1.877.165	1.959.415	10,15 %
B	Pesca	263.326	330.598	377.318	386.464	2,00%
C	Explotación De Minas Y Canteras	4.490.051	4.540.043	4.587.580	4.368.061	22,62 %
D	Industrias Manufactureras	2.519.338	2.752.169	2.946.239	3.090.781	16,01 %
	Fabricación De Productos De La Refinación De Petróleo	-1.624.652	-1.678.526	-1.861.524	-1.905.573	-9,87%
E	Suministro De Electricidad Y Agua	169.917	172.197	172.993	199.792	1,03%
F	Construcción	1.673.003	1.795.966	1.863.590	1.865.553	9,66%

G	Comercio Al Por Mayor Y Al Por Menor	2.847.094	2.996.063	3.137.796	3.242.731	16,80 %
H	Hoteles Y Restaurantes	242.960	257.536	276.165	286.462	1,48%
I	Transporte, Almacenamiento Y Comunicaciones	1.936.867	2.110.194	2.261.194	2.389.063	12,37 %
J	Intermediación Financiera	309.565	366.299	441.668	477.125	2,47%
K	Actividades Inmobiliarias, Empresariales Y De Alquiler	1.280.943	1.367.476	1.418.223	1.480.781	7,67%
L	Administración Pública Y Defensa; Planes De Seguridad Social De Afiliación Obligatoria	916.227	933.259	959.696	1.016.225	5,26%
M	Enseñanza	582.894	605.803	635.313	657.891	3,41%
N	Servicios Sociales Y De Salud	224.300	236.023	244.282	263.925	1,37%
O	Otras Actividades De Servicios Comunitarios, Sociales Y Personales	108.899	105.980	109.898	116.499	0,60%
P	Hogares Privados Con Servicio Doméstico	32.350	30.894	31.882	31.908	0,17%
	Servicios De Intermediación Financiera Medidos Indirectamente	-410.612	-446.839	-554.967	-619.556	-3,21%
	VALOR AGREGADO BRUTO DE LAS INDUSTRIAS	17.288.884	18.289.449	18.924.511	19.307.547	100,00%
	OTROS ELEMENTOS DEL PIB	2.283.345	2.457.727	2.628.790	2.782.633	
	PRODUCTO INTERNO BRUTO (pc)	19.572.229	20.747.176	21.553.301	22.090.180	

Fuente: Banco Central del Ecuador , 2007. Cuentas Nacionales <http://www.bce.fin.ec>.

Elaborado por: Alejandra Bonilla Guerrero

Las industrias que aportan mayormente al PIB es el Comercio al por mayor y al por menor, con \$3.242.731 y la industria manufacturera con \$3.090.781 este último especialmente en la industria de elaboración de productos alimenticios y bebidas. Respecto a la educación siguiendo las tendencias aporta al PIB \$657.891 del total de \$22.090.180 del total de PIB.

Connotación:**Oportunidad:**

✿ Todas las actividades económicas presentaron crecimientos en el tercer trimestre del 2010, por lo tanto, representa una oportunidad ya que la economía del país se está recuperando, presentando crecimiento especialmente en las industrias no petroleras con una tasa del 1,44 de 1,87 del total del PIB.

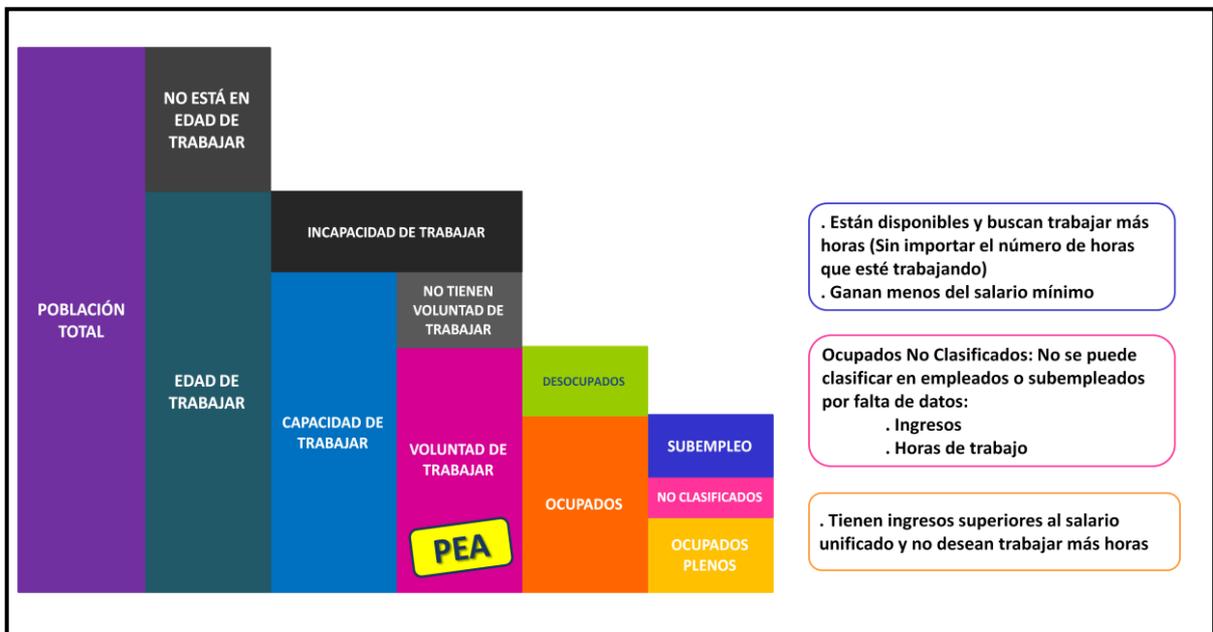
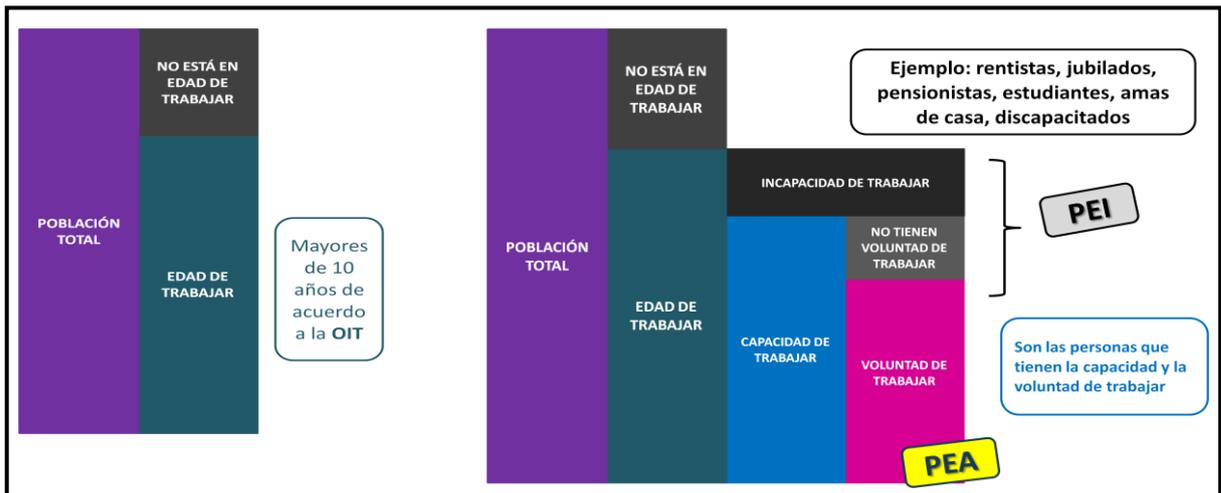
✿ El sector de la educación se encuentra representado otros servicios dentro de la clasificación industrial del PIB, la misma que alcanza la tercera posición más alta dentro de las industrias que aportan al PIB nacional.

3.1.1.1.1.5 PEA:

En la encuesta de Empleo del 2005 la Población Económicamente Activa (PEA) son todas las personas de 10 años y más que trabajaron al menos una 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 (desocupados). (INEC, 2006).

Las definiciones y conceptos utilizados en las encuestas desde 1987 hasta la del 2005 se basan en las directrices emitidas por la Organización Internacional del Trabajo, OIT. (INEC), 2006)

Gráfico 3. 9 Cálculo del PEA



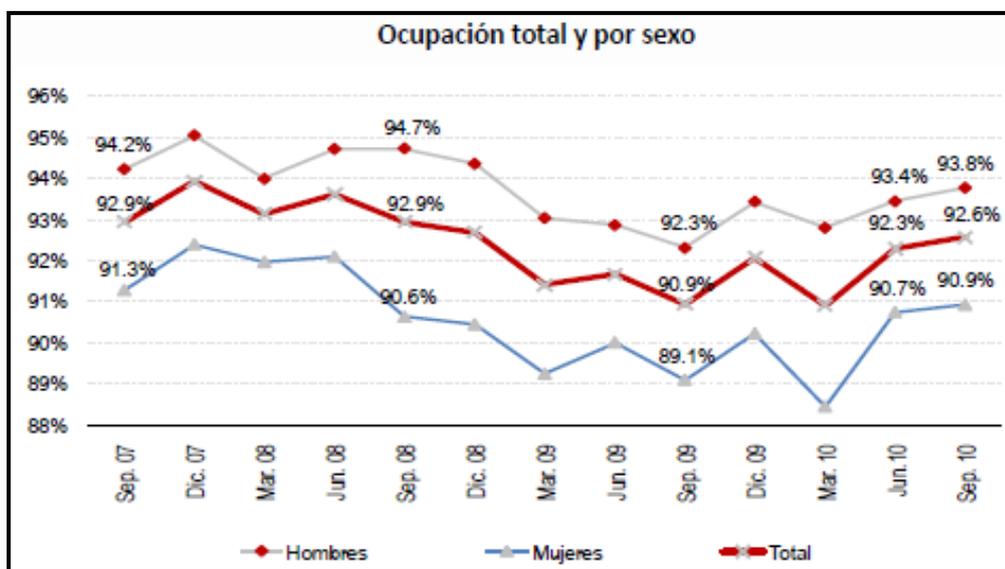
Fuente: Presidencia de la República del Ecuador, 2010. El concepto de la población económicamente activa (PEA).

El total de la Población Económicamente Activa a nivel nacional es de 4.601.165 personas, el total de ocupados no clasificados, es de 91.504, ocupados plenos, 1.728.862 y subempleados es de 2.362.296. El número desempleados se eleva a 418.367, con respecto al año anterior hubo un incremento de 26.682 personas.

3.1.1.1.1.5.1 Ocupación:

En septiembre 2010, se presenta la tasa de ocupación total (92.6%) más alta registrada desde diciembre 2008. La tasa de ocupación de los hombres fue de 93.8%, mientras que la de las mujeres se ubica en 90.9%, las dos con respecto a la PEA de cada género.

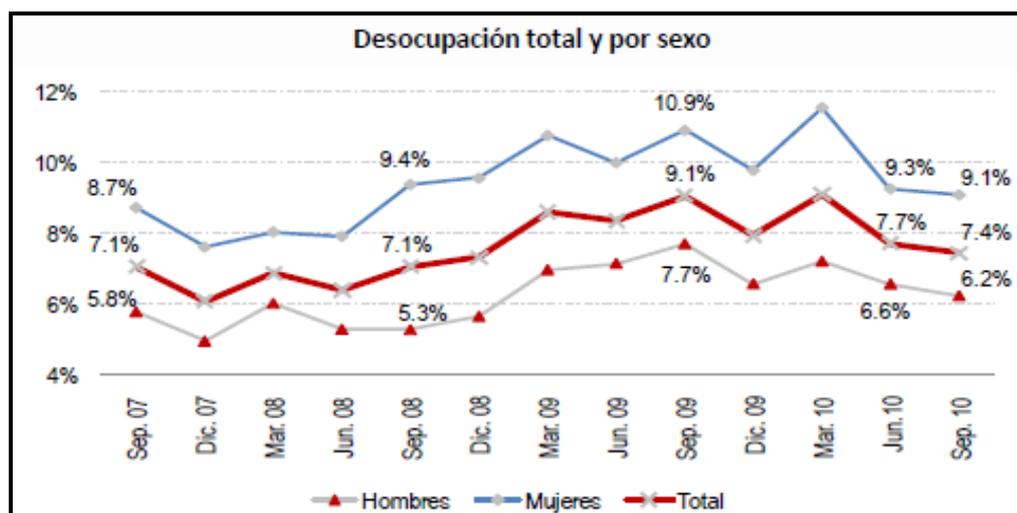
Gráfico 3. 10 Ocupación total y por sexo



Fuente: Banco Central del Ecuador, 2010, Estadísticas Macroeconómicas Noviembre 2010.
<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas>

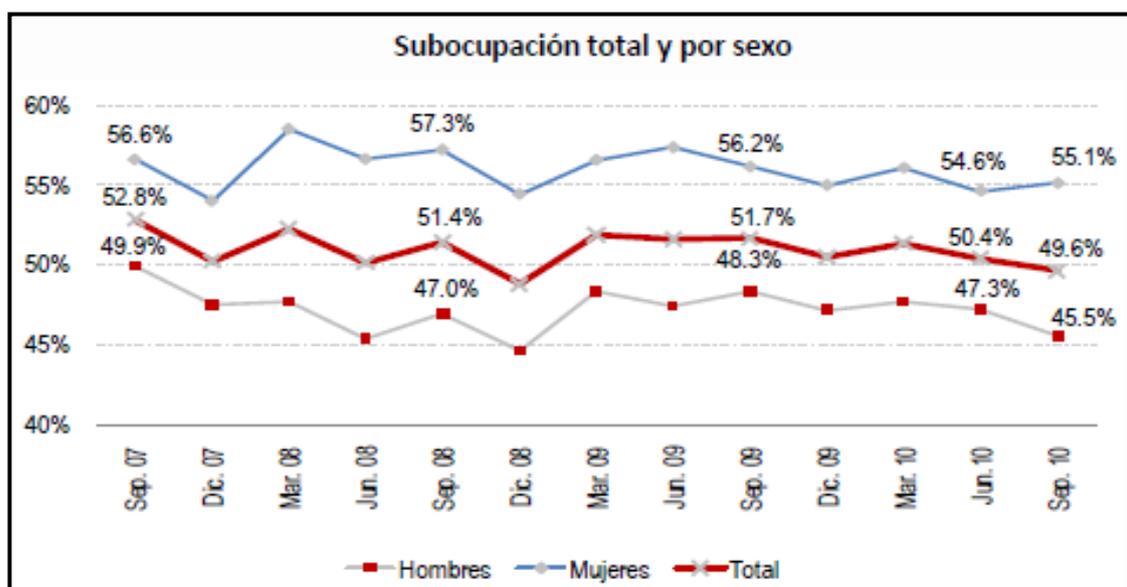
3.1.1.1.1.5.2 Desocupación:

Dentro de las mujeres que conforman la PEA, el 9.1% se encontraban desocupadas, en septiembre de 2010; en tanto, que los desocupados hombres se ubicaron en el 6.2% con respecto a la PEA de su respectivo género. Las cifras evidencian que el desempleo en los hombres es inferior al desempleo total, por tanto las mujeres aportan mayormente a la tasa de desocupación total.

Gráfico 3. 11 Desocupación total y por sexo

Fuente: Banco Central del Ecuador , 2010, Estadísticas Macroeconómicas Noviembre 2010.
www.bce.fin.ec

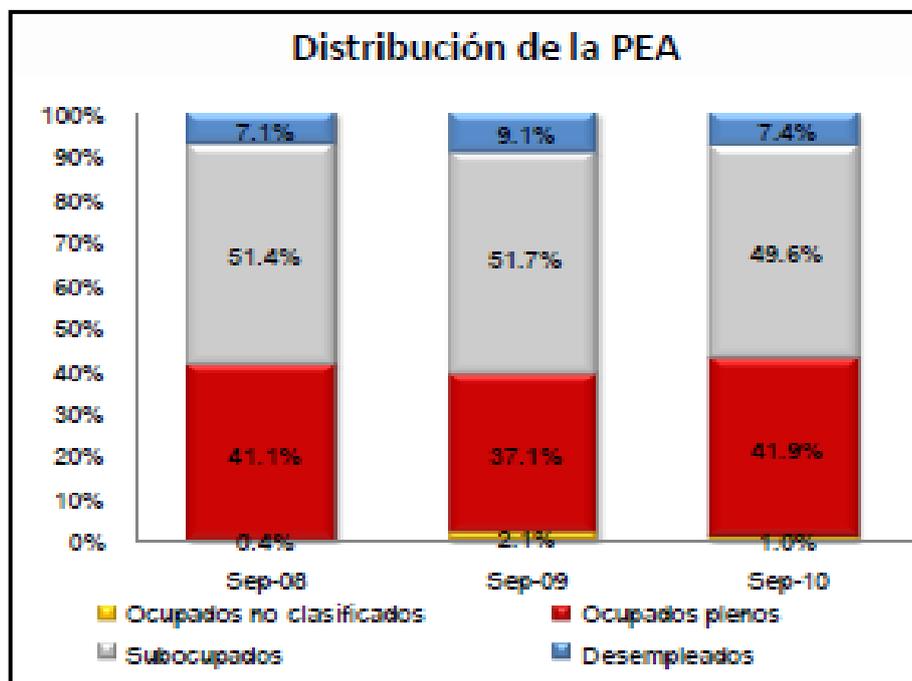
La tasa de subocupación total a septiembre 2010 disminuyó en 2.1 puntos porcentuales con respecto a septiembre 2009, para ubicarse en el 49,6%; por sexo, el 55,1% de la PEA de las mujeres se encontraban subocupadas, en tanto que la tasa de subempleo en los hombres fue de 45,5%.

Gráfico 3. 12 Subocupación total y por sexo

Fuente: Banco Central del Ecuador , 2010, Estadísticas Macroeconómicas Noviembre 2010.
<http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas>.

En septiembre 2010, la mayor parte de la PEA se ubicó en los subocupados (49.6% del total); por su lado, la tasa de ocupación plena es la segunda en importancia al situarse en 41.9%; de igual manera, la tasa de desocupación total fue de 7.4%. Al comparar con el mes de septiembre de 2009, los subocupados y desocupados disminuyeron en 2.1 y 1.7 puntos porcentuales, respectivamente, en tanto que los ocupados plenos aumentaron en 4.8 puntos.

Gráfico 3. 13 Distribución de la PEA



Fuente: Banco Central del Ecuador , 2010, Estadísticas Macroeconómicas Noviembre 2010.
www.bce.fin.ec

Connotación:

Oportunidad:

En septiembre 2010, se presenta la tasa de ocupación total (92.60%) más alta registrada desde diciembre 2008 aumentaron en 4,8 puntos. La tasa de ocupación de los hombres fue de 93.80%, mientras que la de las mujeres se ubica en 90.90%, las dos con respecto a la PEA de cada género; lo que significa que el mercado laboral está creciendo por lo tanto hay más padres de familia que salen a trabajar, por lo tanto, es

una oportunidad para los centros infantiles ya que hay más niños que requerirán la asistencia a los mismos por motivo de que sus padres deberán cumplir con horarios de oficina.

3.1.1.1.2 Ambiente Demográfico:

La demografía es el estudio estadístico de la población humana y su distribución. El análisis de esta variable es fundamental porque son personas quienes conforman el mercado. Además, es imprescindible el estudio del crecimiento de la población con respecto a la conformación geográfica del lugar donde se asienta ésta. El ambiente demográfico revela una era de estructura versátil, un variado perfil de la familia, desplazamientos geográficos de los habitantes, a la vez de una población cada vez mejor preparada y una creciente diversidad étnica y racial, sólo por mencionar algunos aspectos. Los cambios demográficos dan origen a nuevos mercados y eliminan otros.

3.1.1.1.2.1 Población Cantón Rumiñahui:

Para el año 2010 según el (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2009) el Ecuador tendrá una población de 14.204.900 habitantes. En el área urbana de 9.144.481 y en área rural de 4.794.419.

En la Provincia de Pichincha el total de habitantes asciende a 2.796.838 de los cuales 1.985.981 pertenecen al área urbana y 810.857 son del área rural.

En el Cantón Rumiñahui existen 77.059 habitantes, 65.740 del área urbana y 11.319 habitantes del área rural.

Proyección de Población:**Tabla 3. 4 Proyección de la Población de Rumiñahui**

	AÑO 2001			AÑO 2002		
	TOTAL	ÁREA	ÁREA	TOTAL	ÁREA	ÁREA
		URBANA	RURAL		URBANA	RURAL
TOTAL PAÍS	12.479.924	7.633.850	4.846.074	12.660.728	7.817.018	4.843.710
PICHINCHA	2.461.071	1.769.268	691.803	2.499.969	1.794.681	705.288
				4,4%		
% crecimiento				4,645%	4,600%	4,241%
RUMIÑAHUI	65.882	56.794	9.088	68.880	59.407	9.473

	AÑO 2003			AÑO 2004		
	TOTAL	ÁREA	ÁREA	TOTAL	ÁREA	ÁREA
		URBANA	RURAL		URBANA	RURAL
TOTAL PAÍS	12.842.578	8.001.231	4.841.347	13.026.891	8.187.908	4.838.983
PICHINCHA	2.536.195	1.817.586	718.609	2.572.154	1.840.227	731.927
	1,43%			1,40%		
% crecimiento	1,45%	1,28%	2,53%	1,42%	1,25%	2,48%
RUMIÑAHUI	69.878	60.165	9.713	70.869	60.915	9.954

	AÑO 2005			AÑO 2006		
	TOTAL	ÁREA	ÁREA	TOTAL	ÁREA	ÁREA
		URBANA	RURAL		URBANA	RURAL
TOTAL PAÍS	13.215.089	8.378.469	4.836.620	13.408.270	8.580.090	4.828.180
PICHINCHA	2.608.856	1.863.584	745.272	2.646.426	1.888.036	758.390
	1,41%			1,42%		
% crecimiento	1,43%	1,27%	2,39%	1,44%	1,31%	2,23%
RUMIÑAHUI	71.880	61.688	10.192	72.916	62.497	10.419

	AÑO 2007			AÑO 2008		
	TOTAL	ÁREA	ÁREA	TOTAL	ÁREA	ÁREA
		URBANA	RURAL		URBANA	RURAL
TOTAL PAÍS	13.605.485	8.785.745	4.819.740	13.805.095	8.993.796	4.811.299
PICHINCHA	2.683.272	1.911.807	771.465	2.720.764	1.936.195	784.569
	100,00%			1,38%		
% crecimiento	1,39%	1,26%	2,18%	1,40%	1,28%	2,11%
RUMIÑAHUI	73.930	63.284	10.646	74.963	64.092	10.871

	AÑO 2009			AÑO 2010		
	TOTAL	ÁREA	ÁREA	TOTAL	ÁREA	ÁREA
		URBANA	RURAL		URBANA	RURAL
TOTAL PAÍS	14.005.449	9.202.590	4.802.859	14.204.900	9.410.481	4.794.419
PICHINCHA	2.758.629	1.960.931	797.698	2.796.838	1.985.981	810.857
	1,37%			1,37%		
% crecimiento	1,39%	1,27%	2,07%	1,39%	1,28%	2,01%
RUMIÑAHUI	76.006	64.910	11.096	77.059	65.740	11.319

Fuente: (INEC). Proyecciones de Población por provincias, cantones, áreas y grupos de edad. Período 2001 – 2010. Elaborado por: Aleiandra Bonilla G. Octubre 2010.

3.1.1.1.2.1.1 Proyección de hogares:

En el Cantón Rumiñahui el año que mayor crecimiento registra según las proyecciones del INEC, es el año 2002, que registra un total de 19.314 familias, el crecimiento ha sido paulatino para el año 2010 se espera tener 21.608 familias.

Tabla 3. 5 Proyección de Número de Hogares en Rumiñahui

	AÑO 2001			AÑO 2002			AÑO 2003		
	Total	Área Urbana	Área Rural	Total	Área Urbana	Área Rural	Total	Área Urbana	Área Rural
crecimiento %				4,65%	4,60%	4,24%	1,45%	1,28%	2,53%
Familias Rumiñahui	18457	15768	2689	19314	16493	2803	19594	16704	2874

	AÑO 2004			AÑO 2005			AÑO 2006		
	Total	Área Urbana	Área Rural	Total	Área Urbana	Área Rural	Total	Área Urbana	Área Rural
crecimiento %	1,42%	1,25%	2,48%	1,43%	1,27%	2,39%	1,44%	1,31%	2,23%
Familias Rumiñahui	19872	16912	2945	20155	17127	3016	20446	17351	3083

	AÑO 2007			AÑO 2008			AÑO 2009		
	Total	Área Urbana	Área Rural	Total	Área Urbana	Área Rural	Total	Área Urbana	Área Rural
crecimiento %	1,39%	1,26%	2,18%	1,40%	1,28%	2,11%	1,39%	1,27%	2,07%
Familias Rumiñahui	20730	17570	3150	21020	17794	3217	21312	18021	3283

	AÑO 2010		
	Total	Área Urbana	Área Rural
crecimiento %	1,39%	1,28%	2,01%
Familias Rumiñahui	21608	18252	3349

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Proyecciones de Población por provincias, cantones, áreas y grupos de edad. Período 2001 – 2010.

3.1.1.1.2.1.2 Proyecciones de población menor de 6 años:

Niños menores de 1 año hasta 5 años en el Cantón Rumiñahui: de manera general se tiene que en su mayoría de edades son más niñas que niños, para el 2010 se tiene:

Tabla 3. 6 Proyecciones por edad y género

	AÑO 2007			AÑO 2008			AÑO 2009		
	Total	Área	Área	Total	Área	Área	Total	Área	Área
		Urbana	Rural		Urbana	Rural		Urbana	Rural
Crecimiento %	1,39%	1,26%	2,18%	1,40%	1,28%	2,11%	1,39%	1,27%	2,07%
menores de 1 año	1188	1021	166	1205	1034	170	1222	1047	173
Hombres	599	517	81	607	524	83	615	530	84
Mujeres	590	504	86	598	510	87	606	517	89
1 año	1442	1191	252	1462	1206	257	1483	1222	263
Hombres	703	569	135	713	577	138	723	584	140
Mujeres	739	622	117	749	630	120	760	638	122
2 años	1408	1166	245	1428	1180	250	1448	1195	255
Hombres	721	601	122	731	608	124	741	616	127
Mujeres	687	565	123	697	572	126	707	579	128
3 años	1439	1179	261	1459	1194	267	1479	1209	272
Hombres	783	634	150	794	642	153	805	650	156
Mujeres	656	545	111	665	552	114	674	559	116
4 años	1412	1181	231	1432	1196	236	1451	1211	241
Hombres	687	582	105	697	589	108	707	597	110
Mujeres	724	599	125	735	607	128	745	615	131

5 años	1465	1241	223	1485	1257	227	1506	1273	232
Hombres	759	643	116	770	651	118	781	659	121
Mujeres	705	598	107	715	606	109	725	614	111

	AÑO 2010		
	TOTAL	ÁREA	ÁREA
		URBANA	RURAL
Crecimiento %	1,39%	1,28%	2,01%
menores de 1 año	1239	1060	177
Hombres	624	537	86
Mujeres	615	523	91
1 año	1503	1237	268
Hombres	733	591	143
Mujeres	770	646	125
2 años	1468	1211	260
Hombres	752	624	130
Mujeres	716	587	131

	AÑO 2010		
	TOTAL	ÁREA	ÁREA
		URBANA	RURAL
3 años	1500	1225	278
Hombres	816	659	159
Mujeres	684	566	118
4 años	1472	1227	245
Hombres	716	604	112
Mujeres	755	623	133
5 años	1527	1289	237
Hombres	791	668	123
Mujeres	735	622	113
Total:	8708		

Fuente: (INEC). Proyecciones de Población por provincias, cantones, áreas y grupos de edad. Período 2001 – 2010. Elaborado por: Alejandra Bonilla G.

En total en el Cantón Rumiñahui existen 1.239 niños menores de un año, de los cuales 624 son hombres y 615 son mujeres. El total de niños de 1 año es de 1.503 de los cuales 733 son hombres, la diferencia son mujeres. Los niños de 2 años son en total 1.468, los niños de 3 años son 1.500, los de cuatro años, 1.472, y el grupo más representativo son los niños de 5 años con 1.527 niños.

Connotación:

✿ En el Cantón Rumiñahui existen alrededor de 8.708 niños, de un total de población de 77.059 habitantes, lo que representa 11,30% de la población. Por lo tanto es una oportunidad para los centros infantiles el desarrollo, para captar nuevos clientes.

3.1.1.1.2.2 Nacimientos:

Durante el año 2009 fueron registrados en el territorio nacional 361.345 nacidos vivos, de éstos el 59,8% corresponden a los nacimientos ocurridos en el mismo año de inscripción y la diferencia es decir, el 40,2% representan los nacimientos inscritos en el año, Al relacionar con la población estimada se obtiene la Tasa Bruta de Natalidad que para el año 2009 representa 15,4 nacimientos por cada 1.000 habitantes, indicador que no es necesariamente comparable con las tasas de años anteriores; ya que para su cálculo se utiliza como denominador solamente el número de nacimientos oportunos (ocurridos e inscritos en el año 2009), y las tasas de los años anteriores son calculadas adicionando a las inscripciones oportunas, los nacidos vivos que se inscribieron al siguiente año en forma sucesiva.

Tabla 3. 7 Nacimientos Ocurridos y registrados

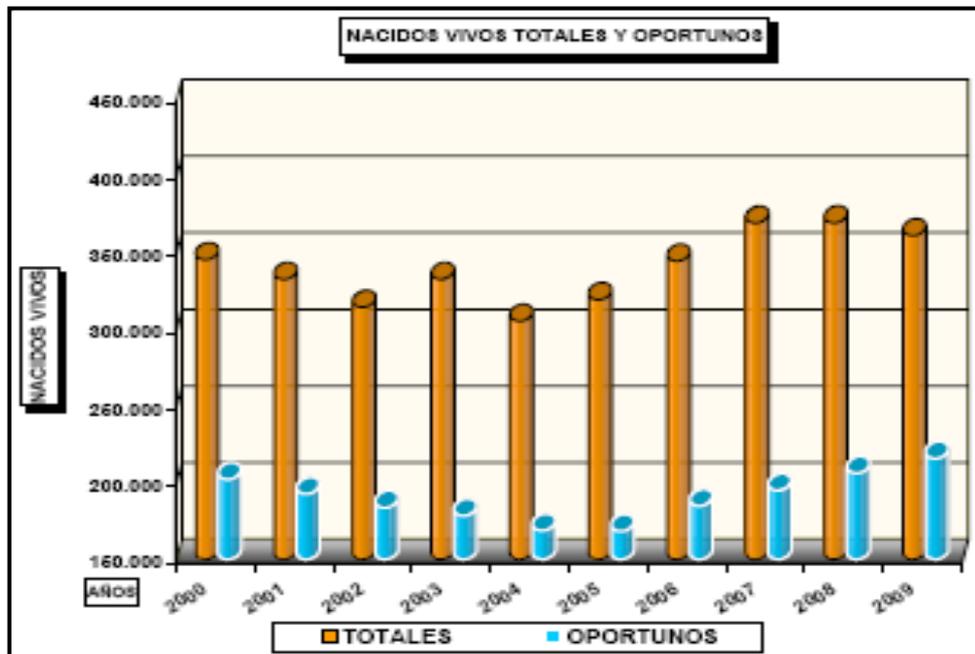
Nacimientos Ocurridos Y Registrados					
Período 2000 – 2009					
	2005	2006	2007	2008	2009
Total de inscritos en el año	319.609	344.692	369.593	369.692	361.345
Ocurridos e inscritos en el año 1/	168.324	185.056	195.051	206.215	215.906
Inscritos en el año siguiente	84.401	93.535	88.933	84.840	
Población estimada	13.215.089	13.408.270	13.605.485	13.805.095	140.005.449
Porcentaje de nacimientos ocurridos e inscritos en el año	52,70	53,70	52,80	55,80	59,80
Tasa bruta de natalidad	19,10	20,80	20,90	21,10	15,40 2/
1/ son las inscripciones oportunas					
2/ tasa sin ajustar con las inscripciones tardías del siguiente año					

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos , 2009, Nacidos vivos: inscripciones oportunas y tardías, según regiones. 2009, consultado Noviembre, 2010.

Durante el año 2009 fueron registrados en el Ecuador 361.345 nacidos vivos, de éstos el 59,8% corresponden a los nacimientos ocurridos en el mismo año de inscripción

y el 40,2% representan inscripciones tardías. El porcentaje de atención profesional a los nacidos vivos y a sus madres en el año 2008 es de 87,7%, en todo el país.

Gráfico 3. 14 Nacidos Vivos



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos , 2009, Nacidos vivos: inscripciones oportunas y tardías, según regiones. 2009, consultado Noviembre, 2010.

Connotación:

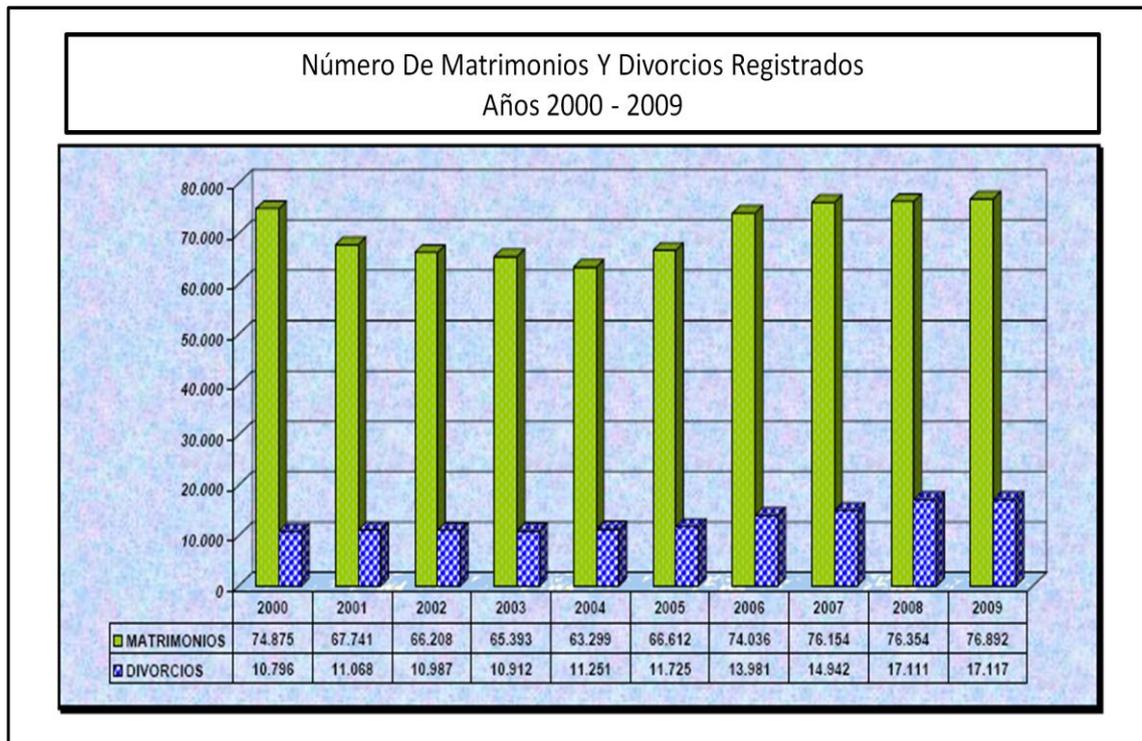
✿ La natalidad es el principal factor para los centros de desarrollo infantil, son esos niños a los que se dedicará atención y esfuerzos de marketing para captar clientes potenciales.

✿ En el año 2009 a pesar de que la tasa bruta es de 16,4% inferior a otros años porque todavía no se tomó en cuenta las inscripciones tardías, se estima según las tendencias de los últimos años un incremento, lo que resulta una oportunidad ya que la demanda podrá aumentar.

3.1.1.1.2.3 Matrimonios:

A partir del año 2005 se ve una tendencia de crecimiento en los matrimonios registrado. En el Ecuador al finalizar el año 2009 se obtuvo 76. 892 matrimonios registrados, y 17. 117 divorcios.

Gráfico 3. 15 Número de Matrimonios



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010 Anuario de Matrimonios y Divorcios Registro Civil 2009. Consultado Noviembre, 2010

Los hombres tienen mayor tendencia a casarse dentro de los 20 a 24 años de edad, registrando un porcentaje del 28,9% del total de matrimonios y la edad comprendida entre los 25 y 29 años obtiene el 26,2% del total. La edad promedio de matrimonio para las mujeres en la región sierra es de 25,9 años y para los hombres es de 28,7 años; mientras la edad promedio en el país para los hombres es de 30 años y para las mujeres de 26,9 años.

Tabla 3. 8 Estructura Porcentual de Matrimonios

Estructura Porcentual De Matrimonios				
Según Grupos De Edad Y Sexo De Los Contrayentes				
Año 2009				
Grupos De Edad	Hombres		Mujeres	
	Matrimonios	%	Matrimonios	%
Total	76892	100%	78892	100%
< 20	6045	7,9%	16193	20,5%
20 – 24	22232	28,9%	23978	30,4%
25 – 29	20172	26,2%	16781	21,3%
30 – 34	11704	15,2%	8376	10,6%
35 – 39	6276	8,2%	4335	5,5%
40 – 44	3660	4,8%	2698	3,4%
45 – 49	2328	3,0%	1811	2,3%
50 – 54	1525	2,0%	1050	1,3%
55 – 59	1019	1,3%	574	0,7%
60 y más	1737	2,3%	803	1,0%
Sin información	194	0,3%	293	0,4%

Fuente:. Anuario de Matrimonios y Divorcios Registro Civil 2009. Consultado Noviembre, 2010. Elaborado por Alejandra Bonilla

Connotación:

Oportunidad:

✿ El crecimiento de matrimonios es constante a partir del 2005 lo que representa una oportunidad, ya que esas nuevas parejas formarán sus familias, es decir tendrán hijos que se convertirán en posibles clientes potenciales de los centros infantiles.

✿ En su mayoría los jóvenes son quienes se casan entre la edad de 20 a 24 años para las mujeres y de 20 a 24 y 25 a 30 los hombres; por lo que representa una oportunidad ya que se encuentran en edades ideales para tener familia.

3.1.1.1.1.3 Ambiente Político:

3.1.1.1.1.3.1 Constitución:

El inciso primero del artículo 44 de la Constitución de la República del Ecuador (2008, pág. 34) establece que el Estado, la sociedad y la familia promoverán de forma prioritaria el desarrollo integral de las niñas, niños y adolescentes, y asegurarán el ejercicio pleno de sus derechos; se atenderá al principio de su interés superior y sus derechos prevalecerán sobre las demás personas.

El numeral uno del artículo 46 de la Constitución de la República del Ecuador (2008, pág. 35) establece la obligación del Estado de adoptar medidas que aseguren la atención a menores de seis años, que garantice su nutrición, salud, educación y cuidado diario en un marco de protección integral de sus derechos.

3.1.1.1.1.3.2 Código de la Niñez y Adolescencia

El Código de la Niñez y Adolescencia en el artículo 12, inciso segundo, consagra el principio de prioridad absoluta que determina que en la formulación y ejecución de las políticas públicas y en la provisión de recursos, debe asignarse prioridad absoluta a la niñez y adolescencia, a las que se asegurará, además, el acceso preferente a los servicios públicos y a cualquier clase de atención que requieran, estableciendo una prioridad especial a niños y niñas menores de seis años.

Decreto Ejecutivo No 1170:

Mediante Decreto Ejecutivo No, 1170 expedido el 24 de Junio de (2008), con vigencia a partir del 3 de Julio de 2008, se creó el Instituto de la Niñez y la Familia INFA, como entidad de derecho público adscrito al Ministerio de Inclusión Económica y Social MIES, con jurisdicción nacional, dotado de personería Jurídica, patrimonio propio e independencia técnica, administrativa y financiera.

3.1.1.1.3.3 INFA:

El artículo 2 del Decreto Ejecutivo (2008) antes referido determina que el Instituto de la Niñez y la Familia INFA tendrá como misión fundamental garantizar los derechos de los niños, niñas y adolescentes en el Ecuador para el ejercicio pleno de la ciudadanía en libertad e igualdad de oportunidades. El Instituto de la Niñez y la Familia -INFA- tendrá, entre otras, las siguientes funciones; Ejecutar las políticas nacionales de Desarrollo Infantil;

- Organizar los servicios sociales básicos de protección y desarrollo de la Niñez y adolescencia de prestación directa y delegada a terceros.
- Autorizar a organizaciones privadas la prestación de servicios sociales, coordinar sus actividades y supervisarlas técnicamente.
- Organizar y llevar un registro de prestadores de servicios sociales públicos y privados.

Todas las competencias, atribuciones, funciones, representaciones y delegaciones, constantes en leyes, reglamentos y demás instrumentos normativos a cargo de la Dirección de Atención Integral a la Niñez y Adolescencia -AINA- pasan a ser ejercidas por el Instituto de la Niñez y la Familia INFA;

Acuerdo ministerial 1389:

Mediante Acuerdo Ministerial No. 1389 de 2 de Febrero del (2009), se expiden las Normas para la prestación de servicios y ejecución de proyectos para la protección integral a niños, niñas, adolescentes y sus familias. Mediante acto administrativo el Instituto de la Niñez y la Familia INFA podrá autorizar a instituciones públicas, personas naturales, organizaciones de derecho privado con o sin fines de lucro, nacionales o extranjeras el funcionamiento de Centros de Desarrollo Infantil para la prestación de servicios sociales;

3.1.1.1.3.4 Norma para conceder la autorización de funcionamiento de Centros de Desarrollo infantil, públicos y privados:

Según la Resolución Administrativa N° 35-DG-INFA- (Instituto de la Niñez y la Familia (INFA), 2009) en el artículo 1.- establece la naturaleza de los centros de desarrollo infantil.

Art. 1.- Naturaleza, 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.

Por la naturaleza de la población atendida, el servicio de los centros de desarrollo infantil se proporcionará durante todo el año, pudiendo suspender sus actividades por 15 días para vacaciones anuales del personal, programación de actividades, adecuación de locales y más requerimientos.

Para el efecto se tomará como referencia el período vacacional de julio para la Sierra y Oriente y el de enero para la Costa y Región Insular.

Art. 2.- Objetivo.- Lograr el desarrollo integral con enfoque de derechos, desde los tres meses hasta los cuatro años 11 meses y treinta días a través de la atención directa a niñas y niños y mejorando los hábitos de crianza de madres y padres mediante procesos de formación a la familia y comunidad.

Art. 3.- Inclusión.- Los centros de desarrollo infantil recibirán a niños y niñas menores de cinco años con discapacidad, propiciando la inclusión para su desarrollo integral.

Art. 4.- De la prestación del servicio.- Para la prestación de un servicio de desarrollo infantil, las instituciones públicas, personas naturales, organizaciones de derecho privado con o sin fines de lucro, nacionales o extranjeras, deberán cumplir con

las condiciones establecidas por el INFA para el funcionamiento de los Centros de Desarrollo Infantil.

Art. 5.- Autorización de funcionamiento, Todos los centros de desarrollo infantil para su funcionamiento deben obtener la autorización del Instituto de la Niñez y la Familia -INFA en su respectiva jurisdicción, a través de una Resolución Administrativa. Los y las interesadas presentarán la correspondiente documentación para la Sierra y Oriente, entre los meses de enero a julio y para la Costa y Región insular, entre los meses de julio a enero.

No requerirán la autorización de funcionamiento los centros de desarrollo infantil que se financien con recursos del INFA mediante convenios de cooperación para prestación de servicios de desarrollo infantil o ejecución de proyectos de desarrollo infantil.

Según la Resolución Administrativa N° 35-DG-INFA- (Instituto de la Niñez y la Familia (INFA), 2009) en el Capítulo II De los requisitos para obtener la autorización de funcionamiento se tiene:

Art. 6.- Solicitud de autorización de funcionamiento, presentarán la solicitud de autorización de funcionamiento del centro desarrollo infantil dirigida a la Dirección Provincial del INFA, según formato establecido por el INFA y suscrita por el o la propietaria o representante legal de la organización.

Art. 9.- Certificación de la documentación,- El Instituto de la Niñez y la Familia INFA, en su respectiva jurisdicción, receptorá, verificará y calificará la documentación presentada a través de un funcionario o funcionaría de la Coordinación Territorial.

Art 11.- Autorización.- La Dirección Provincial otorgará la autorización de funcionamiento mediante Resolución Administrativa y en formato establecido por el

INFA, El trámite de autorización será absolutamente gratuito para el peticionario y tampoco implica un aporte de recursos por parte del Instituto de la Niñez y la Familia.

(Anexo 002)

Art, 12.- Plazo de vigencia de la autorización.- La autorización de funcionamiento tendrá una vigencia de dos años a partir de la fecha de expedición de la Resolución Administrativa correspondiente.

Art 14.- Nombre del centro de desarrollo infantil.- las direcciones provinciales del INFA asegurarán que los nombres de los centros de desarrollo infantil no se repitan.

Art 15.- Prohibición de transferencia o cesión de la autorización,- La Resolución que autoriza el funcionamiento de un centro de desarrollo infantil no podrá ser cedida ni transferida a otra persona a ningún título.

Art 16.- La estructura administrativa y técnica de los Centros se establece jerárquicamente de la siguiente forma;

Nivel directivo: propietario, director y/o representante legal;

Nivel técnico: educadoras, auxiliares infantiles, médico pediatra, psicólogo educativo, terapistas y profesores especiales; y,

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

Art, 17.-Del personal.- El centro de desarrollo infantil dispondrá como mínimo, del siguiente personal que cumpla con estos perfiles;

Director o directora: Profesionales en educación inicial, parvularia o administración de centros infantiles. Debe acreditar una experiencia mínima de tres años de trabajo directo con niños y niñas. Debe permanecer en el centro toda la jornada de trabajo.

Educadores o educadoras: Profesionales de educación inicial, educación infantil o parvularias que acrediten un mínimo de dos años de experiencia de trabajo directo con niños y niñas en centros de desarrollo infantil. El número de educadoras / es responderá a lo establecido en los estándares de calidad según grupos etéreos que el centro infantil esté autorizado para atender.

Auxiliares infantiles o parvularios Bachilleres con mínimo de dos años de experiencia de trabajo directo con niños y niñas en Centros de Desarrollo Infantil.

Auxiliar de cocina: Con una formación mínima de educación básica y un año de experiencia específica. Deben permanecer en el centro toda la jornada de trabajo.

Auxiliar de servicios: Con una formación mínima de educación básica. Debe trabajar en el centro durante toda la jornada.

Médico o médica: Con especialidad en pediatría y/o medicina familiar, que acredite cursos de especialización y/o experiencia de dos años en el área de pediatría, tendrá como mínimo una asistencia semanal de 4 horas diarias.

Psicólogo o psicóloga: Psicólogo educativo y/o psicólogo infantil, con experiencia de dos años de trabajo con niños y niñas en área específica, tendrá como mínimo una asistencia semanal de 4 horas diarias.

Si el centro contrata los servicios médico pediátrico y de psicólogo educativo a través de terceros, deberá presentar copia del respectivo contrato, el mismo que debe orientarse a la prevención y promoción de la salud física y mental de los niños y niñas en el Centro.

En caso de que el centro de desarrollo infantil ofrezca servicios de computación, inglés, natación u otros deberá presentar la documentación que acredite que dicho persona está calificado para desempeñar estas actividades,

Al menos una de las personas que trabaja toda la jornada, debe tener conocimientos de auxiliar de enfermería, primeros auxilios y/o similares.

Según la Resolución Administrativa N° 35-DG-INFA- (Instituto de la Niñez y la Familia (INFA), 2009) en el Capítulo IV De la localización y espacio físico se refiera a:

Art 20.- De la localización, espacio físico, equipamiento, materiales, menaje.- Para el funcionamiento de un centro de desarrollo infantil, se debe cumplir como mínimo con los estándares de calidad establecidos en el Acuerdo Ministerial No. 1771 de 22 de enero del 2003 y publicado en el Registro Oficial No. 40 del 14 de marzo de 2003, con el que se expiden los Estándares de calidad para los centros de desarrollo infantil públicos y privados de modalidad convencional o las normas que los remplacen en caso de derogatoria o reforma del Acuerdo.

Según la Resolución Administrativa N° 35-DG-INFA- (Instituto de la Niñez y la Familia (INFA), 2009) en el Capítulo V De las obligaciones determina que:

Obligaciones del Centro Infantil:

Cumplimiento de normas y requerimientos técnicos.-

Art 23,- Becas.- Todos los centros de desarrollo infantil tienen la obligación de recibir de manera gratuita a niños y niñas, cuyas familias no puedan cubrir el pago de la pensión establecida, en un número equivalente al 10% del cupo autorizado. Las becas podrán ser solicitadas por el Instituto de la Niñez y la Familia en el ámbito de su jurisdicción.

Art. 29,- Obligaciones del centro con las madres y padres de familia.- Informar obligatoriamente y en forma oportuna sobre los diferentes aspectos del funcionamiento del centro o cambios que se produzcan. Propiciar además su participación en el proceso de formación de sus hijos e hijas, así como la gestión del centro.

Obligaciones del Instituto de la Niñez y la Familia

De la evaluación,- La evaluación se la realizará al finalizar cada año de funcionamiento, para lo cual, el técnico asignado emitirá informe con las recomendaciones del caso al Director Provincial del INFA, y al propietario o propietaria o representante legal, para los fines consiguientes.

Art. 33.- Regulación de costo. Regular el costo de las pensiones de acuerdo a la realidad de cada centro, para el efecto se deberá considerar que el incremento permita cubrir debidamente los gastos e inversiones o estén destinados a su mejoramiento. Los costos aprobados regirán mínimo por un año. En caso de incumplimiento se aplicará la sanción de cierre temporal establecida en las presentes normas.

Art. 34.- Sistema de información de centros infantiles.- Las Coordinaciones Territoriales llevarán un registro actualizado, de los centros de desarrollo infantil aprobados en su jurisdicción, el cual contendrá entre otra información pertinente al cierre definitivo y temporal, suspensiones y sanciones. Esta información será remitida para su consolidación a cada Dirección Provincial

Según la Resolución Administrativa N° 35-DG-INFA- (Instituto de la Niñez y la Familia (INFA), 2009) en el VI De las amonestaciones, sanciones y solución de controversias estipula lo siguiente:

Art, 36.- Sanciones.- El instituto de la Niñez y la Familia por intermedio de las Direcciones Provinciales, está facultado para resolver y aplicar las siguientes sanciones administrativas que se norman en tos artículos que siguen,

Art. 37.- Cierre temporal o definitivo del centro.- El INFA impondrá la sanción de cierre temporal o definitivo del centro de desarrollo infantil en los siguientes casos:

- Por funcionar sin la debida Autorización.-

- Por incremento injustificado o no autorizado de costos del servicio:
- Por cesión o traspaso de dominio: Por haber negociado, cedido o transferido el permiso de funcionamiento del centro de desarrollo infantil, sin la autorización del INFA,
- Por violentar los derechos de niños y niñas que se atienden en el centro

Connotación:**Oportunidad:**

✿ Es una oportunidad que el estado garantice el desarrollo integral de las niñas y niños adoptando medidas que aseguren la atención a menores de seis años, en relación de su nutrición, salud, educación y cuidado diario en un marco de protección integral de sus derechos. Por lo tanto, promoverá leyes que actúen a favor. Además, invertirá en el Marco de la educación inicial para potenciar el desarrollo.

✿ Los centros de desarrollo infantil deberán cumplir con normas establecidas por las autoridades competentes, especialmente en materia de seguridad, sanidad, número y competencia de su personal, lo que le permitirá tener una Autorización que certifique que son centros idóneos para que los padres de familia puedan adquirir este servicio.

✿ Los centros de desarrollo infantil podrán escoger el tipo de horario ya sea medio tiempo, tiempo parcial y tiempo completo, de conformidad con la demanda existente. Por lo tanto asegurarán de cierto modo la asistencia de los niños.

✿ Los centros de desarrollo infantil recibirán a niños y niñas menores de cinco años con discapacidad, propiciando la inclusión para su desarrollo integral.

✿ Para seguridad de los padres de familia el centro infantil contará con personal calificado y adecuado que abarquen todas las áreas que se requieran para el desarrollo integral de los niños. Los mismos que serán certificados por el INFA.

3.1.1.1.4 Ambiente tecnológico:

3.1.1.1.4.1 E-Learning

Literalmente e-learning es "e-aprendizaje"; es decir, aprendizaje con medios electrónicos. (Corporación Líderes, 2003)

E-learning es principalmente una modalidad de aprendizaje a distancia o virtual, donde se puede interactuar con los profesores por medio de Internet. El usuario puede manejar los horarios, es un medio completamente autónomo. Constituye una propuesta de formación que contempla su implementación predominantemente mediante Internet, haciendo uso de los servicios y herramientas que esta tecnología provee.

Tecnológicamente, las NTIC son el soporte de este nuevo concepto de educación. Por otro lado, habla de él como un uso. Un uso formativo “una fuente de servicios para alcanzar su cometido formativo”. Además, etimológicamente, e-learning es aprendizaje electrónico: todo proceso formativo que uso cualquier tipo de NTIC. Desde este punto de vista, el profesorado lleva haciendo uso del e-learning desde la inclusión de los aparatos audio, visuales y audiovisuales. (E-Learning For Kids, 2003). Así se pronuncia la American Society of Training and Development 2005 que lo define como “término que cubre un amplio grupo de aplicaciones y procesos, tales como aprendizaje basado en web, aprendizaje basado en ordenadores, aulas virtuales y colaboración digital. Incluye entrega de contenidos vía Internet, intranet/extranet, audio y vídeo grabaciones, transmisiones satelitales, TV interactiva, CD-ROM y más”.

Connotación:**Oportunidad:**

✿ El E-Learning describe la utilización de herramientas tecnológicas y multimedia en un proceso de aprendizaje que lleva a los niños a la retención y asimilación de los contenidos expuestos. Permitiendo que se abarque con mayor profundidad los temas explicados por la maestra. A su vez los niños mejoraran su sistema de aprendizaje en una nueva era tecnológica.

3.1.1.1.4.2 Holograma:

Un holograma es una fotografía hecha con luz láser e impresa en una placa o una película sensible que tiene la peculiaridad de producir los objetos en relieve. La imagen parece suspendida en el espacio. Y si mueves el holograma, ves la imagen desde una perspectiva diferente, igual que ocurre cuando te mueves delante de un objeto real. Tan convincentes son que parece que se pueden coger con la mano. (Diario de Madrid El mundo, 2010)

✿ Cómo funciona el holograma

Las cosas se ven porque "reflejan" la luz hacia los ojos, que la detectan. El realismo del holograma se debe a que constituye un registro exacto de las ondas luminosas reflejadas por el objeto. Cuando la imagen se reconstruye, refleja la luz exactamente igual que el objeto original, lo que da al holograma una sensación muy convincente de realidad. La luz procedente del holograma que perciben los ojos es la misma que la que percibirían ante el objeto real. (Ciencia popular , 2010)

✿ Aplicaciones de la holografía

La holografía se encuentra ahora en una fase similar a la de la fotografía en torno a 1900. No sería raro que en la próxima década se pueda hacer instantáneas

holográficas, leer revistas holográficas y ver por televisión imágenes en relieve. Por el momento ya puedes ver hologramas en galerías y exposiciones y compararlos en forma de carteles, o de bisutería y hasta verlos impresos en libros y revistas. Una limitación de la holografía es que la imagen siempre es de tamaño natural; por tanto, es imposible reproducir por este procedimiento objetos mayores que la mayor de las placas (alrededor de un metro cuadrado). (Diario de Madrid El mundo, 2010)

Un holograma puede ser un anuncio muy llamativo; mediante un proceso especial, pueden imprimirse hologramas en plástico plateado. Se usan para hacer cubiertas de libros y discos y hasta para envolver caramelos. Los hologramas impresos no son tan nítidos como los originales.

Connotación:

Oportunidad:

 Los hologramas representan una nueva era de la tecnología para educación, a través de éstos se pueden aplicar nuevos conceptos de aprendizaje para los niños. De una manera creativa se puede enseñar a los niños diferentes materias, estimulando la imaginación.

3.1.1.1.4.3 Pizarra Interactiva

La Pizarra Interactiva, también denominada Pizarra Digital Interactiva consiste en un ordenador conectado a un video proyector, que muestra la señal de dicho ordenador sobre una superficie lisa y rígida, sensible al tacto o no, desde la que se puede controlar el ordenador, hacer anotaciones manuscritas sobre cualquier imagen proyectada, así como guardarlas, imprimirlas, enviarlas por correo electrónico y exportarlas a diversos formatos. (Red.es , 2006). La principal función de la pizarra es,

controlar el ordenador mediante esta superficie con un bolígrafo, el dedo, en algunos casos u otro dispositivo como si de un ratón se tratara. (Red.es , 2006)

La mayoría de centros infantiles utilizan la pizarra digital táctil, en vez de un ordenador, ya que, era muy limitado dado que el rincón del ordenador permitía a los niños conocer el funcionamiento de los programas pero muy poca interacción personal. Eso cambió totalmente con el “ordenador gigante”. (Álvarez S. Mercedes, 2010)

Gráfico 3. 16 Pizarra Digital Táctil



Fuente: Álvarez S. Mercedes, 2010. El Ordenar Gigante Infantil. <http://picasaweb.google.es>

Desde el primer momento los niños de tres, cuatro y cinco años entienden que ellos eran los que mandaban “al ordenador gigante” con sus manos. La frase usada es “el dedo manda”. De este modo los niños ya entienden cómo se manejaba el ordenador y sólo tienen que explorar los movimientos necesarios para conseguir sus objetivos.

Esta exploración es muy interesante, pues mientras los niños de cinco años, casi inmediatamente se dieron cuenta de que un simple dedo funcionaba como un ratón, los niños de tres y algunos de cuatro años usaban toda la mano globalmente. (Álvarez S. Mercedes, 2010)

Gráfico 3. 17 Pizarra Digital 1

Fuente: Álvarez S. Mercedes, 2010. El Ordenar Gigante Infantil. <http://picasaweb.google.es>

Es particularmente bonito el efecto del movimiento de los niños ante el ordenador en los programas de dibujo, puesto que es como una danza en la que utilizan todo el cuerpo. (Álvarez S. Mercedes, 2010)

Respecto a la sombra que los niños producen, inmediatamente los niños se dan cuenta de que lo que tocan sigue funcionando aunque lo taparan con su sombra. Y esto se convirtió en una dificultad mínima.

Gráfico 3. 18 Pizarra Digital 2

Fuente: Álvarez S. Mercedes, 2010. El Ordenar Gigante Infantil. <http://picasaweb.google.es>

La única dificultad que se encuentra en esta edad es, el natural impulso de apoyar las dos manos en la zona de trabajo, lo cual impide el desarrollo del mismo, ya que la pizarra digital no funciona con dos superficies de apoyo. Sin embargo, una vez experimentado este “bloqueo” ocurre cada vez menos. (Álvarez S. Mercedes, 2010)

Existen diferentes programas que pueden ser aplicados:

 **En tres, cuatro y cinco años:** Teddy’s train especialmente su programa de coloreo de grandes dibujos. Resulta un programa ideal para entender el funcionamiento del “ordenador gigante” por su sencillísimo proceso, donde los niños debían elegir un dibujo, seguidamente un color y finalmente tocar el área al colorear. (Álvarez S. Mercedes, 2010). Es curioso como los primeros días los niños se pueden mirar la mano esperando verla teñida del color que habían elegido.

 **En cuatro y cinco años:** English for little children. Estupendo programa con diferentes juegos para evaluar el nivel de comprensión auditiva en lengua inglesa.

 **En tres cuatro y cinco años:** Tux Paint, un programa para el dibujo libre.

Connotación:

Oportunidad:

 Es una herramienta práctica y sencilla de utilizar. Que además es un instrumento muy práctico para ayudar al aprendizaje de niños que tienen necesidades especiales. Esta herramienta aumenta la eficiencia y eficacia en el proceso de enseñanza. Es un recurso aplicable a todas las etapas educativas. Recurso flexible y adaptable a diferentes estrategias docentes. Tecnología atractiva y de manejo sencillo,

que aumentan la motivación. Da un acercamiento de las TICs a alumnos con discapacidad y es una fuente inagotable de información multimedia e interactiva.

3.1.1.1.4.4 SMART Table

Una nueva mesa interactiva para infantil y primaria. Las nuevas tecnologías se van implantando poco a poco en los centros educativos, tanto desde iniciativas públicas como desde iniciativas privadas.

Se trata de un centro con herramientas interactivas que ayudan a los niños a aprender y a desarrollar habilidades apropiadas para su edad. Es el primer centro interactivo multiusuario diseñado para estudiantes de Educación Infantil, una característica que permite trabajar a pequeños grupos de alumnos y que todos participen en las actividades. Un sistema de aprendizaje que favorece la colaboración, el debate y el consenso entre los compañeros de trabajo a través de atractivos juegos visuales educativos. (Educación 2.0, 2010)

Gráfico 3. 19 Smart Table



El diseño de Smart Table estimula la colaboración entre los alumnos, con un área de pantalla activa de 22 x 16,5 pulgadas, y permite que grupos de dos a ocho alumnos puedan tocar y manipular objetos simultáneamente, en un marco lúdico adecuado a las necesidades de aprendizaje y a los intereses y ritmo de los niños. (Educación 2.0, 2010)

La mesa cuenta con aplicaciones didácticas que exigen que los alumnos analicen los problemas en equipo para llegar a un acuerdo antes de dar la respuesta. Los alumnos son estimulados y felicitados con sonidos y gráficos mientras aprenden a trabajar en equipo. (Educación 2.0, 2010)

Gráfico 3. 20 Smart Table 2



Fuente: Educación 2.0 www.educacion2.com

Smart Table también incluye un kit de herramientas en constante expansión que los educadores personalizan descargando recursos de la página de contenido del tablet o importando el material digital que ellos mismos elaboren. (Educación 2.0, 2010)

Los profesores trabajan así con sus propias creaciones digitales con un fin pedagógico y no sólo para el entretenimiento. La mesa es un vehículo ideal para

actividades como pruebas de conocimiento, el formato pregunta/respuesta, la pintura de los dedos, juegos con colores y efectos, problemas matemáticos, actividades multimedia o rompecabezas. Se trata de pruebas tanto en inglés como en castellano que disponen de varios niveles de complejidad. (Educación 2.0, 2010)

La Smart Table sirve de complemento a la pizarra digital interactiva Smart Board, con la que se pueden crear clases interactivas tanto con toda la clase a la vez como con un grupo reducido de alumnos. Es, sin lugar a dudas, un modo innovador, diferente y más ameno para trabajos con los conceptos aprendidos. (Educación 2.0, 2010)

Connotación:

Oportunidad:

 Las nuevas tecnologías componen un gran instrumento para mejorar el aprendizaje de niños y niñas. En este caso la mesa es un vehículo ideal para actividades como pruebas de conocimiento, el formato pregunta/respuesta, la pintura de los dedos, juegos con colores y efectos, problemas matemáticos, actividades multimedia o rompecabezas. Se trata de pruebas tanto en inglés como en castellano que disponen de varios niveles de complejidad. A diferencia del las pizarras digitales estas mesas permite el trabajo en grupo para la toma de decisiones.

3.1.1.1.4.5 Electronic Popable:

El MIT inventa un libro electrónico para niños. El Electronic Popable se ilumina, vibra, emite sonidos e interactúa con el lector.

A base de luces, sonidos y vibración controlados por microchips, la científica Jie Qi, especializada en ingeniería del papel, ha conseguido centrar la atención de los niños y las editoriales en los álbumes desplegados, el primer paso a la lectura. El prototipo de Qi permite que cualquier historia infantil cobre vida en sus páginas. (En positivo, 2010)

Gráfico 3. 21 Libro Electrónico



Fuente: En Positivo, 2010. Inventan el libro electrónico para niños
www.enpositivo.com.

Además, de luz, el Electronic Popable, como se ha bautizado el libro, permite un nivel de interacción nunca antes visto en los relatos infantiles gracias a los sonidos y a la vibración de algunas de sus piezas móviles.

Un estudiado sistema de sensores, bombillas LED y circuitos integrados, animados por pequeñas baterías de litio, hacen que las plantas florezcan, el Universo se ilumine o el skyline de Nueva York resplandezca. (En positivo, 2010)

Cada página tiene su propio circuito elaborado con pintura o telas conductoras de la electricidad junto a componentes tradicionales de la electrónica como las luces LED, a las que añadieron componentes magnéticos creados a medida y programados con un circuito integrado. (En positivo, 2010)

Gráfico 3. 22 Electronic Popable

Fuente: En Positivo, 2010. Inventan el libro electrónico para niños.
www.enpositivo.com

El deseo de la investigadora es que su creación acompañe a los libros tradicionales en las estanterías de las guarderías y los colegios. “Me encantaría que se convirtiera en el Kindle [el libro electrónico de Amazon] de los niños”. (En positivo, 2010)

Connotación:**Oportunidad:**

✿ Esta nueva tecnología revolucionará el sistema de lectura permitiendo que los niños creen hábitos de lectura, además, que se entretengan y estimulen su imaginación.

3.1.1.1.4.6 Cámaras web en los centros infantiles:

Es una aplicación informática altamente desarrollada que cubre un vacío en el campo del seguimiento de la vida de los hijos permitiendo compaginarlo con la vida laboral de los padres a la vez que hace transparente la actividad del centro cuidador. (Cangurcam, 2011)



Genera un sitio web corporativo para el centro infantil o institución, con la funcionalidad de disponer de una zona privada para cada familia, en donde encontrara un conjunto de servicios que ayudara al centro o institución a crear un entorno seguro para niños y una potente herramienta de ayuda en el día a día del centro. (Cangurcam, 2011)

Los padres dispondrán de un código usuario y contraseña desde el que podrá acceder a su zona privada en el que encontrara álbumes de fotos, mensajería, noticias, eventos, comunicados personales, contacto con profesionales (Psicólogos, logopedas y pediatras etc.) visualización on-line de los espacios permitidos a través de las cámaras. El seguimiento puede hacerse, incluso, desde su teléfono móvil compatible. (Cangurcam, 2011)

Cada familia, podrá poseer varios códigos usuario para facilitar un acceso más restringido a diversos miembros de la familia. Estos códigos son parametrizables de forma que permitan el acceso tan sólo a las facilidades más emotivas. De esta forma sus clientes podrán ver a sus pequeños familiares desde cualquier parte del mundo mediante una simple conexión a internet y de forma totalmente segura. (Cangurcam, 2011)

Connotación:

Oportunidad:

Los centros ganarán prestigio en clientes, al ofrecer transparencia y aumentar la participación y vinculación de los padres en la educación de los niños. Además el sistema permite tratar toda la información de forma personalizada para cada familia. La comunicación individualizada le permite mantener la calidez del trato humano con los padres.

3.1.1.1.2 MICROAMBIENTE

3.1.1.1.2.1 Clientes:

El total de familias es de 21608 para el año 2010, son familias que tienen niños.

Tabla 3. 9 Familias Cantón Rumiñahui

	AÑO 2009			AÑO 2010		
	TOTAL	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL	TOTAL	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL
crecimiento %						
Familias Rumiñahui	1,39%	1,27%	2,07%	1,39%	1,28%	2,01%
	21312	18021	3283	21608	18252	3349

Fuente: INEC. Proyecciones de Población por provincias, cantones. Elaborado por Alejandra Bonilla, Noviembre. 2010

En total en el Cantón Rumiñahui existen 1.239 niños menores de un año, de los cuales 624 son hombres y 615 son mujeres. El total de niños de 1 año es de 1.503 de los cuales 733 son hombres, la diferencia son mujeres. Los niños de 2 años son en total 1.468, los niños de 3 años son 1.500, los de cuatro años, 1.472, y el grupo más representativo son los niños de 5 años con 1.527 niños.

Tabla 3. 10 Población menor de 5 años Cantón Rumiñahui

	AÑO 2010		
	TOTAL	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL
Total:	8707	7250	1464
Mujeres	4432	3683	753
Hombres	4275	3567	711

Fuente: INEC. Proyecciones de Población grupos de edad.
Elaborado por Alejandra Bonilla, Noviembre, 2010

Connotación:**Oportunidad:**

 Los clientes serán todas las familias que tengan sus hijos menores de 5 años. La población representada por esos niños a pesar de ser el 11,30% representa una oportunidad para que los centros adquieran nuevos clientes.

3.1.1.1.2.2 Competencia:

En el Cantón Rumiñahui existen diferentes centros infantiles.

Tabla 3. 11 Listado de Centros de Desarrollo Infantiles

	Parroquia	Nombre Institución	Sostenimiento
1	Sangolquí	Red Municipal De Centros De Educación Inicial Mundo Infantil	Municipal
2	Sangolquí	Marietta De Veintimilla	Fiscal
3	Sangolquí	Little Angels	Particular
4	Sangolquí	Centro Municipal Casita De Juegos	Municipal
5	Sangolquí	Centro De Desarrollo Infantil Ardillitas Del Valle	Particular
6	San Rafael	Centro De Desarrollo Infantil Kids Valley	Particular
7	Sangolquí	Iván Pavlov	Particular
8	Sangolquí	Carita Feliz Del Valle	Particular
9	San Pedro De Taboada	Centro Infantil San José	Particular
10	San Rafael	Centro Infantil Gustavo Adolfo Bécquer	Particular
11	San Rafael	Pequeños Parvulitos	Particular
12	San Rafael	Centro Infantil Gotitas De Amor	Particular
13	San Rafael	Escaleritas	Particular
14	San Rafael	Jardín Infantil Mis Momentos Felices	Particular
15	San Rafael	Centro De Desarrollo Infantil Mi Pequeño Dalcroze	Particular
16	Sangolquí	Carmen Gaibor De González	Público
17	Sangolquí	Pequeños Querubines	Público
18	San Rafael	Inicios	Particular
19	Sangolquí	Miguel De Cervantes	Particular
20	Cashapamba	Liceo Del Valle	Particular
21	San Rafael	Mi Segundo Hogar	Particular
22	San Rafael	Plaza Sésamo Del Valle	Particular
23	San Rafael	Anna Eleanor Roosevelt	Particular
24	Sangolquí	Developmente Kids	Particular
25	Sangolquí	Mi Aldea Feliz	Particular
26	Sangolquí	La Pájara Pinta	Particular
27	San Rafael	Gutemberg Kindergarten	Particular

28	Sangolquí	Tía Silvia	Particular
29	Sangolquí	Centro Municipal Gotitas De Amor	Municipal
30	Sangolquí	Happy World	Particular
31	Sangolquí	Mis Primeras Nociones	Particular

Fuente: Instituto de la Niñez y la Familia. INFA. Archivos de Centros Infantiles. Ministerio de Educación. Elaborado por Alejandra Bonilla, Noviembre, 2010.

Connotación:

Oportunidad

✿ Para los padres de familia ya que cuentan varios tipos de centros infantiles que se ajustan a todas las necesidades

✿ Para los centros infantiles representa una oportunidad ya que para una población de 8.000 niños promedio tener 31 Centros de Desarrollo infantil todavía es representativo el potencial de clientes que puede tener cada uno.

3.1.1.1.2.3 Sustitutos:

Si una madre se encuentra trabajando, y hubiera descartado la opción de permanecer en su hogar, debería estar considerando las innumerables opciones para el cuidado de niños que se encuentran disponibles para el cuidado sus hijos.

En calidad de reciente mamá, el hecho de elegir la opción de cuidado de niños que más se adecue a las necesidades de su familia podría tomar mucho tiempo y consideración. Al tomar en cuenta la situación familiar de su familia, junto con los beneficios de ciertas opciones de cuidado infantil, podría proporcionarles a sus hijos el ambiente que considere que mejor contribuya al desarrollo infantil.

Dentro de los principales sustitutos de los centros de desarrollo infantil se tiene:

Gráfico 3. 23 Sustitutos

Fuente: Elaborado por Alejandra Bonilla, Noviembre, 2010

🌱 Cuidado de la madre:

Los bebés desarrollan vínculos con ambos padres casi al mismo tiempo, siempre y cuando estén ambos presentes en el desarrollo y evolución del bebé, sin embargo, durante los primeros meses la relación con la madre será más fuerte, por todo lo que conlleva la lactancia materna.

No se compara el cuidado de la madre con nada. Ya que es una atención única y exclusiva que sólo una madre puede dar a sus hijos. Desde el amor incondicional hasta poner las reglas sobre la mesa, la madre es la base fundamental para la formación de los niños.

Ser madre es darse el gustazo de recibir el primer beso con babas que aprendió a dar el bebé. Correr junto a un hijo hasta quedar exhausta porque está aprendiendo a andar en bicicleta sin rueditas. Y reservar el placer de verlo dormir como un oso. Ser madre es intentar tejer por primera vez para hacer una batita amarillo patito. Y conocer a los hijos tanto hasta adivinar lo que piensan.

Cuidado guarderías caseras:

Esta opción se relaciona con el cuidado que reciben los niños en casas de familiares o amigos que cuidan de un grupo pequeño de niños. Éstas les brindan a los niños una oportunidad de interactuar con otros niños en un ambiente acogedor, confortable y hogareño. Las guarderías familiares también tienen horarios de ingreso y de salida más flexibles. Una de las desventajas de las guarderías caseras es que necesitará realizar arreglos si la persona encargada de cuidar a los niños estuviera enferma. Lastimosamente este tipo de cuidado no está realizado por personas capacitadas en temas relacionados con desarrollo infantil, así como también en temas relacionados con la salud, la seguridad, y la educación sobre nutrición.

Cuidado Doméstico:

Los cuidados domésticos podrán proporcionarles a los padres un mayor control y flexibilidad sobre el cuidado brindado a su(s) hijo(s). Las opciones más comunes para el cuidado infantil doméstico son los servicios de una niñera, además del cuidado prestado por familiares.

El mayor beneficio de contratar a una niñera es que las mismas podrán proporcionarle a sus hijos atención personalizada, rodeados por un entorno conveniente y familiar, y en su propio hogar

Al igual que los servicios proporcionados por las guarderías familiares, debería pensar en realizar arreglos alternativos en caso de que su niñera estuviera enferma o si decidiera tomarse una licencia. Los cuidados prodigados por una niñera es la opción de cuidado de niños más costosa de todas.

Por otro lado, se tiene el cuidado por parte del servicio doméstico. El tipo de nivel educativo que tienen muchas empleadas del sector doméstico no es el adecuado

para el desarrollo integral de los niños, creando muchas deficiencias y además, no podrán ejercer autoridad frente al niño.

Cuidado por familiares cercanos:

Muchas personas optan por los cuidados brindados por familiares para brindarles a sus hijos atención personalizada en un entorno comfortable y hogareño. Un familiar podrá estar disponible para cuidar a sus hijos y también tendrá interés personal en el desarrollo de los niños. En la mayoría de los casos los abuelos son los que cuidan de los niños.

Podría descubrir que es un poco dificultoso establecer una relación laboral con un familiar, y esto podría evitar que su hijo obtuviera la clase de cuidado que se está buscando. Los familiares de mayor edad también podrían descubrir que es sumamente difícil manejar a un activo niño/a que recién comienza a dar sus primeros pasos.

Connotación:

Amenaza:

 El cariño y cuidado de una madre es un sustituto irremplazable, por lo tanto, representa una amenaza para los centros infantiles, el que los niños de 3 meses a 5 años se encuentre cuidados por sus madres.

Oportunidad:

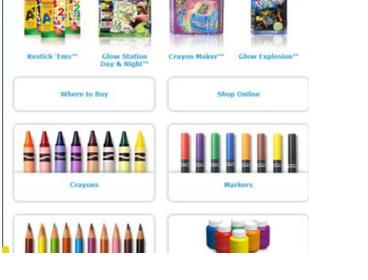
 Si bien es cierto entre los sustitutos tenemos cuidados por familiares y empleadas domésticas, sin embargo, representa una oportunidad ya que los centros infantiles se especializan en la estimulación y aprendizaje por parte de profesionales, por lo tanto, la educación que recibirá y el nivel de aprendizaje será mayor.

3.1.1.1.2.4 Proveedores:

* Material didáctico:

Tabla 3. 12 Proveedores de material

Proveedor:	Descripción	
	<p>Empresa comercializadora de productos y juegos didácticos, artículos para el salón de clase y materiales para la estimulación temprana. Todo para ayudar a los niños a que aprendan y desarrollen sus habilidades a través del juego.</p>	
	<p>Asesoría para artículos que van desde la creación de una guardería, jardín de infantes, centro infantil, kinder o prekinder hasta la elaboración de material didáctico, juguetes y juegos didácticos fabricados en el Ecuador para las necesidades específicas de cada persona o institución.</p>	
<p>Educación Ecuador</p>	<p>El ministerio de Educación del Ecuador presenta una infinidad de material didáctico que puede ser utilizado por los maestros para desarrollar las clases. Van desde láminas hasta, material de audio y video.</p>	
	<p>Ofrecen todo tipo de material didáctico seleccionado y elaborado estrictamente en base a criterios de seguridad, calidad, precio y elaborados pensando en los niños de nuestro entorno.</p>	

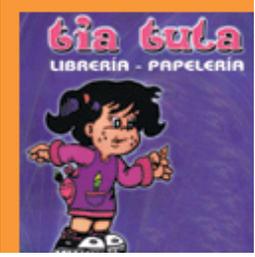
	<p>Empresa fabricante y distribuidora de material didáctico y complementos para la educación de los niños en sus primeros años de enseñanza.</p>	
	<p>Crayola ofrece una infinidad de productos exclusivo para niños, pinturas, marcadores, temperas. Juegos, libros para colorear.</p>	
	<p>Juguetón es la más amplia y completa cadena de juguetes en Sudamérica. Tenemos 18 locales en los que ofrecemos juguetes para todas las edades, que ayudan a incentivar la creatividad, el deporte, la lectura y la unión familiar.</p>	
	<p>Completa cadena de juguetes para todas las edades</p>	

Elaborado por Alejandra Bonilla G

✿ Papelería

Tabla 3. 13 Proveedores papelería

Proveedor:	Descripción	
	<p>La especialidad es la distribución de papelería, suministros de oficina y útiles escolares, al por mayor y menor, en oficinas, colegios, papelerías y empresas con el mejor surtido y entrega inmediata</p>	

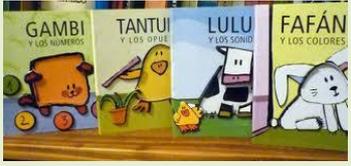
	<p>Tienen una amplia gama de productos: línea de marcadores, bolígrafos, lápices y lapicero. Cuadernos, carpetas, esferos, lápices, la línea de artículos escolares es completa. Variedad de óleos, acrílicos, acuarelas, bastidores, pinceles, entre otro, cartulinas y papeles de todos los tamaños, gramajes, colores. Enfundados o sueltos, marginados, de líneas, a cuadros</p>	 
	<p>Tienen una línea exclusiva en marcadores, crayones, pinturas y lápices, productos escolares de excelente calidad dirigido a niños y jóvenes para que disfruten aprendiendo y coloreando. Son importadores de papel crepé, papel celofán, papel seda, papel aluminio, papel gamuza, fomix en todos los tamaños, línea de escritura y dibujo Lion Pencil, distribuyen marcas como Bic, Plastuniversal, Norma, Staedtler.</p>	 
	<p>Ofrece todo tipo de material de papelería amplia gama de papeles, lápices, marcadores, pinturas, acrílicos, suministros de oficina, cuadernos.</p>	
	<p>Ofrecen amplia gama de productos para papelería de las mejores marcas. Entre sus productos se encuentran papeles, de toda clase, textura, color, lápices, esferos, marcadores, suministros de oficina.</p>	

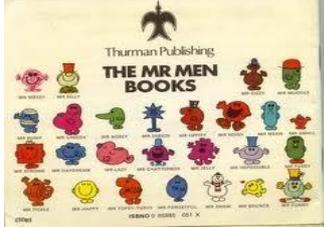
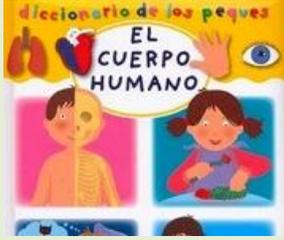
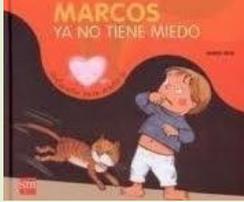
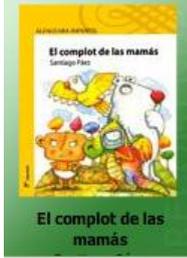
	<p>Disponen de un catálogo de 600 hojas con más de 15000 artículos que van desde la papelería, suministro de oficina y tecnología.</p>	
	<p>Empresa que ofrece una variedad de productos para útiles escolares, oficinas.</p>	

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Textos

Tabla 3. 14 Proveedores textos

Proveedor:	Descripción	
	<p>Textos para escuelas y colegios son los más solicitados durante la época de regreso a clases. Best sellers, cuentos y obras de autores nacionales y extranjeros son también parte de nuestra amplia selección.</p>	
	<p>Ofrece los mejores libros, diccionarios y cuentos, al alcance de todos.</p>	
	<p>Libri Mundi distribuye una serie de sellos editoriales así como la publicación de textos que enriquecen la biblioteca ecuatoriana. Incluye una amplia gama de textos infantiles.</p>	

	<p>Pone a disposición una variedad de textos infantiles, libros didácticos, cuentos, libros para colorear, libros de aprendizaje, etc. Para todo tipo de edades, en inglés español.</p>	
	<p>LIBRESA es una compañía editorial ecuatoriana, Ofrece cuentos infantiles para educar a los niños a amar y respetar el medio ambiente. Libros especiales, muy bien ilustrados, para que los niños aprendan sus primeras palabras en inglés</p>	
	<p>Ofrece libros, texto, best sellers, literatura infantil y juvenil. Libros para desarrollo del aprendizaje en niños.</p>	
	<p>Ofrece una amplia gama de literatura infantil, para todas las edades, libros, cuentos, y libros para colorear. Además ofrece textos para maestros, alumnos para que puedan servir de base para el desarrollo de clases.</p>	
	<p>Rayuela es un espacio de lectura y cultura, donde el olor a estantería nueva y libros llena un ambiente que se funde con música y produce una sensación total de bienestar. Ofrece una colección muy amplia de literatura infantil.</p>	
	<p>Entrega textos escolares para diferentes etapas del proceso escolar, incluye además una amplia gama de literatura infantil.</p>	

 **Tecnología**

Tabla 3. 15 Proveedores tecnología

Proveedor:	Descripción	
	<p>Laptops, desktops, impresoras, cámaras digitales, proyectores, routers, monitores, cables, software, entre otros artículos, nos convierten en uno de los principales referentes de tecnología del país. Capaces de ofrecer una alta variedad en cada una de las categorías de tecnología.</p>	
	<p>A desarrollado múltiples servicios de integración tecnológica, Capacitación Docente, Curriculum para la Integración Tecnológica, Soluciones en Internet, Otros Programas innovadores, Proyectos</p>	
	<p>Ofrece computadoras, accesorios, audio, video.</p>	
	<p>Proveedores de pizarra digital Interactiva:</p>	
	<p>Alti electronics es una empresa dedicada a la importación y venta de artículos para el hogar, oficina, centros educativos, ofreciendo productos de calidad fabricados por las mejores marcas del mundo</p>	

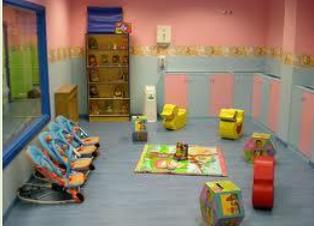
	<p>Programa de computación especialmente para niños pequeños, contiene multimedia, y abarca una amplia gama de temas para que los niños puedan realizar consultas, jugar y aprender.</p>	
---	--	---

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Muebles

Tabla 3. 16 Proveedores muebles

Proveedor:	Descripción	
	<p>Asesoría para artículos que van desde la creación de una guardería, jardín de infantes, centro infantil, kinder o prekindergarten hasta la elaboración de material didáctico, juguetes y juegos didácticos fabricados en el Ecuador para las necesidades específicas de cada persona o institución.</p>	
<p>Virco escolar</p>	<p>Diseñan y fabrican todo tipo de muebles para centros de desarrollo infantil en madera, plástico o Mdf</p>	
<p>DMIJO BB</p>	<p>Diseman y fabrican muebles exclusivos para uso en centros de educación infantil</p>	

Gimer	Fabricante y de mobiliario escolar. Fabrican mobiliario escolar con la calidad y el diseño que exige el mercado, cubriendo las necesidades de todas las edades.	
Muebles Del Valle	Fabricación y distribución de mobiliario escolar. Equipamiento integral de centros educativos, ludotecas y oficinas.	
Mega Muebles	Mobiliario guarderías, contenedor pañales, camitas apilables, cunas, tronas, hamacas, protecciones	
KIDS house.	Fabricación y distribución de mobiliario escolar para guarderías, educación infantil, primaria y secundaria, muebles para aulas, despachos y usos múltiples, módulos contenedores, tableros de corcho, pizarras y complementos	

Elaborado por Alejandra Bonilla G

 **Personal**

Tabla 3. 17 Proveedores Personal

Proveedor: Universidades	Descripción	
	Facultad de ciencias de la educación. Educación inicial:	Profesionales en la Educación Inicial que, con las competencias pedagógicas.
	Licenciatura en educación infantil:	Educación infantil con sólida formación científica, técnica y humanista, que contribuye al desarrollo integral de niños de hasta 6 años, atendiendo las áreas y etapas de su proceso evolutivo.
	La carrera de Educación Parvularia	Educación Parvularia, conocimientos para comprender cómo se desarrollan los niños en los campos emocionales, psicológico, mental y motivacional.
	Pedagogía Educativa:	Ciencias de la Educación, capacitado para ayudar con sus conocimientos a estudiantes y personas que lo requieran en el Área de Psicología Educativa y Orientación en Educación: Primaria, Secundaria y Superior
	Educación Inicial Bilingüe con mención en Gestión y Administración de Centros Infantiles:	Los profesionales con formación axiológicas, cognitiva y expresiva del párvulo, a través de la aplicación de estrategias idóneas para el desarrollo de competencias propias del niño/niña
	Educación Inicial:	Profesionales capaces de dirigir el proceso educativo formal e informal del niño – niña, con y sin necesidades educativas especiales, aplicando las metodologías de acuerdo al desarrollo evolutivo de los educandos.

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Connotación:**Oportunidad:**

✿ Se entiende como una oportunidad ya que los recursos que se utilizan para el desarrollo de las actividades en los centros infantiles son fáciles de conseguir; existe en el mercado infinidad de proveedores especializados en diferentes ramas, de acuerdo a las necesidades, existen proveedores, con altos estándares de calidad, proveedores, que diseñan y se ajustan a las necesidades de cada centro infantil.

3.1.1.1.2.5 Intermediarios:

El proceso de entrega del servicio es directo por lo que no se contemplan intermediarios.

Gráfico 3. 24 Intermediarios

Fuente: Elaborado por Alejandra Bonilla, Noviembre, 2010

Connotación:**Oportunidad:**

✿ El que no se tengan intermediarios es una oportunidad para los centros infantiles ya que se requiere de esa comunicación directa con el cliente en este caso los niños y padres para un eficiente desarrollo educativo.

3.1.2 ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD:

Se realizará entrevistas estructuradas directas y personales, en la cual un entrevistador altamente capacitado interroga a un solo encuestado, para conocer acerca del servicio de Educación Inicial.

Se realizó cinco entrevista distribuidas de la siguiente manera:

- ✿ 2 entrevistas a Directores de Centros de desarrollo infantiles Fiscales
- ✿ 2 entrevistas a Directores de Centros de desarrollo infantiles Privados
- ✿ 1 entrevista a un Coordinador de los Centros Infantiles Municipales.

3.1.2.1 Formato de la entrevista:

Entrevista:	
✿	Nombre de Centro Infantil:
✿	Establecimiento: ● público ● privado
✿	Nombre del entrevistado:
✿	Cargo que ocupa en el Centro Infantil:
✿	Título:
✿	Estudios realizados:

✿ Preguntas:

✿ Educación Inicial:

1. ¿Por qué es importante la educación inicial?
2. ¿Cuáles son las ventajas de que los niños se encuentren en un centro infantil?

3. ¿Considera usted que se ha podido romper los paradigmas, que tenían los padres sobre el enviar a los niños pequeños a los centros infantiles?

4. Según su experiencia en el centro infantil. ¿Cuáles son las principales razones para que los padres de familia opten por los centros de desarrollo infantil?

5. Según su experiencia. ¿Qué es lo que buscan los padres en el centro infantil?

 **Centro infantil:**

6. ¿Cuántos niños tiene actualmente el centro infantil?

7. ¿Hace cuánto tiempo inicio su labor con el centro infantil?

8. ¿Cuáles son las edades de los niños que reciben en el centro infantil?

9. ¿Cómo se distribuyen las aulas para los niños?

10. ¿Qué es lo que buscan lograr o alcanzar con los niños?

11. ¿La infraestructura del centro infantil fue diseñada específicamente para crear un centro infantil?

12. ¿Qué horarios ofrece el infantil?

13. ¿Cuánto tiempo dura el servicio del centro infantil de acuerdo al año escolar?

 **Personal:**

14. ¿Cómo se encuentra estructurada la parte administrativa y técnica del centro?

- ¿Cuentan con personal médico durante toda la jornada escolar?
- ¿Cuentan un psicólogo o pedagogo durante toda la jornada escolar?

 **Niños:**

15. ¿Cuál es el promedio de niños por profesora?

16. ¿Reciben a niños con necesidades especiales?

17. ¿Cómo gestionan la participación en el proceso de formación de los niños con sus padres?

✿ **Metodología:**

18. ¿Qué tipo de metodología de aprendizaje aplican en el centro infantil?
19. ¿Cuáles son los centros de aprendizaje que manejan en el centro infantil?
20. ¿Cómo miden el desarrollo de aprendizaje de los niños?
21. ¿Qué tipo de actividades culturales realizan?
22. ¿Cómo interactúan los niños con la comunidad?
23. ¿Realizan algún tipo de actividades fuera del centro infantil?
24. ¿Qué servicios adicionales presta el centro infantil?

✿ **Nutrición:**

25. ¿Proporcionan ustedes el alimento o menú alimenticio para los niños?

✿ **Tecnología:**

26. ¿Utilizan algún tipo de tecnología?

3.1.2.2 Desarrollo de entrevistas:

(Ver anexo A)

- ✿ Entrevistas a directoras de centros de desarrollo infantil privados
- ✿ Entrevistas a la coordinadora de educación inicial municipal
- ✿ Entrevistas a directoras de centros de desarrollo infantil público

3.1.2.3 Resumen de entrevistas:

Tabla 3. 18 Resumen entrevistas centros infantiles

Pregunta	Centros de desarrollo infantil privados		Centros de desarrollo infantil públicos	
	Centro de desarrollo infantil “Mi Pequeño Dalcroze”	Centro de desarrollo infantil “Kids Valley”	Centro Municipal de desarrollo infantil “Gotitas de Amor”	Jardín de Infantes “Marieta de Veintimilla”
Importancia educación inicial	Sociabilización, Desarrollo habilidades y destrezas. Compartir con otros niños, nuevas vivencias, experiencias, nuevos conocimientos. Incentivar el aprendizaje de otro idioma.	Formación de las redes neuronales en los niños. Estimular el desarrollo y formación de las redes neuronales de esto dependerá su inteligencia.	Saca todas las potencialidades de los niños. Mediante las experiencias que ellos viven se puede lograr que los niños más aptos, más despiertos para enfrentar y defenderse en la vida.	Es el cimiento, los fundamentos, la esencia, para que los niños sigan el proceso educativo generan experiencias.
Ventajas de la Educación Inicial	Cuidado de los niños, socialización, son abiertos, mayor desenvolvimiento con personas ajenas al entorno, mayor desarrollo de las destrezas	La estimulación de las redes neuronales para el desarrollo de su inteligencia. Están preparados para la escuela. Esta desarrollada toda su motricidad fina y gruesa.	Aprenden a sociabilizar, a defenderse dentro de un grupo	Adquieren destrezas, se sociabilización, convivencia, en relaciones lógico matemática, conocimientos del entorno natural, expresarse en forma oral y escrita, manejo de la expresión corporal.
Se rompió los paradigmas de enviar a los niños al CDI	Si, antes los padres no tenían quien cuide de sus niños pequeños Hoy existen mamás que pasan en la casa, y envían a	Si, antes, los padres no consideraban que era bueno enviar crían que era conveniente económicamente ahorrarse ese gasto en	En un porcentaje grande sí, pero todavía, no del todo, especialmente los abuelitos, que siguen pensando que los niños	Sí, antes el jardín no era obligatorio, los padres están más conscientes de la importancia en el desarrollo de destrezas.

	<p>sus hijos a los centros infantiles para que sociabilicen, aprendan otro idioma, adquieran nuevas destrezas y habilidades.</p>	<p>educación inicial, para la escuela. Hoy, es importante para que los niños adquieran conocimientos, destrezas cognitivas, convivencia, normas sociales, a compartir con otros niños, incluirse en la sociedad, a sentirse amados, aceptados, para reflejar en el desenvolvimiento del niño como un adulto seguro, creativo, feliz que va a poder aportar a la sociedad.</p>	<p>son muy pequeños para ir a un centro de educación inicial.</p>	
<p>Principales razones de los padres para enviar a los niños al CDI</p>	<p>El cuidado, papá y mamá trabajan y no tienen con quien dejar a sus hijos. Y otra es que los padres sienten la necesidad de que sus hijos deben compartir con otros niños.</p>	<p>Los padres buscan un lugar donde les cuiden a los niños, mientras ellos realizan otras actividades. Un porcentaje importante de padres de familia mandan a sus hijos para que su niño se desarrolle integralmente.</p>	<p>El trabajo. Ahora papá y mamá trabajan. Los padres, se dan cuenta poco a poco que es lo que les brinda el centro infantil, afecto y otras cosas para el desarrollo del niño.</p>	<p>Experiencia enriquecedora para los niños, segundo aprenden destrezas de desempeño.</p>
<p>Lo que buscan los padres en el CDI</p>	<p>Institución seria, responsable, seguridad, maestras tituladas, servicio médico todo el día</p>	<p>Calidad en los servicios, aprendizaje, cuidado, que sean queridos, que aprendan destrezas. En los bebés, el destete, el control de esfínteres, hábitos en la mesa.</p>	<p>Espacio en sí, el cuidado, el afecto, el cariño que la maestra le da, y la educación, que no está en las manos de los padres.</p>	<p>Calidad, un lugar que tenga todos los elementos necesarios para el desarrollo de sus hijos.</p>
<p>Número de niños en el CDI</p>	65	26	230	450

Años del centro	10	6	21	21
Reciben a niños desde	1 a 5 años	1 a 4 años	3 a 4 años	5 años
Infraestructura diseñada para CDI	SI	SI	No	Si
Horarios	7:20 am hasta las 16:00. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jornada pedagógica: de 8:20 am hasta 12:30 ▪ Jornada complementaria: 12:30 hasta 16:00 	8:00 am hasta las 17:30; <ul style="list-style-type: none"> • Jornada escolar: 8:00 am hasta las 12:30 ▪ Jornada complementaria: 12:30 hasta 17:30 	7 : 45 am a 12:30 pm	7 : 45 am a 12:30 pm
Duración	Año escolar cursos vacacionales	Año escolar + cursos vacacionales = año calendario	Año escolar	Año escolar
Estructura administrativa:	Dirección administrativa Dirección pedagógica, Maestras parvularias por cada nivel. Maestras parvularias en inglés por cada nivel. Maestras de expresión corporal Maestras auxiliares	Maestras auxiliares Dirección administrativa Maestras parvularias Maestras parvularias en inglés y alemán	Directora Municipal Coordinadora Administrativa Maestras parvularias Maestras auxiliares	Dirección administrativa Maestras parvularias Maestras auxiliares
Personal médico	Pediatra interno todo el día, Odontólogo	Pediatra Nutricionista Odontólogo Convenio con externo visitas permanentes	Seguro Médico	Pediatra Odontólogo
Personal psicológico	Centro DOBE en la institución todo el día	Convenio con externo visitas permanentes	Convenio con externo visitas permanentes	Centro de Pedagogía y psicología en el jardín.

Promedio de niños por profesora	10 niños por aula	Hasta 10 niños por maestra más una auxiliar	De 30 a 35 niños por aula	40 niños por aula.
Reciben a niños con necesidades especiales	Sí, no han tenido casos	Sí, pero sólo con problemas leves, no cuentan con personal calificado.	Sí, no han tenido casos	Sí, no han tenido casos
Servicios adicionales	Transporte Fiestas infantiles Menú alimenticio Almuerzo escolar Página web del centro, agenda virtual. Jornada complementaria Pediatria Odontología Psicología permanente Centro cómputo Idioma inglés Talleres padres e hijos Sala de expresión corporal Sala de audiovisuales	Cuidado en la tarde, Alimentación, Evaluación integral por médico y psicólogo, Natación. Transporte Salidas pedagógicas de observación Talleres: plástica, títeres, lectura Juegos exteriores Audiovisuales Juegos interactivos – multimedia Idioma inglés, alemán	No tienen	Servicio médico Odontológico Transporte Salidas pedagógicas de observación Inglés
Nutrición	Espacio adecuado Elaboración del menú con la colaboración del pediatra y bar.	Espacio adecuado. Elaboración del menú (pediatra, padres de familia, Directora y nutricionista.)	No tienen	No tienen
Tecnología	Centro de cómputo, tecnología infantil Sala de audiovisuales Pizarras interactivas	Centro de cómputo Audiovisuales	Centro de cómputo	Centro de cómputo
Tipo de metodología	La metodología del juego.	Basada principalmente en la afectividad. Juegos para el dominio motor,	Juego	Juego, por competencias.

Lo que los CDI buscan alcanzar con los niños.	Estimulación progresiva.	El aprendizaje es progresivo	El aprendizaje es progresivo	El aprendizaje es progresivo
Niños de 1 año	Estimulación para la motricidad gruesa (del cuerpo), dominio del caminar, gateo, coordinación fisio-motora. Saltos, en un pie, con los dos, distinciones, arriba, abajo.	Dominio motor grueso, es decir que los niños aprendan a caminar, que tengan un dominio del equilibrio. La afectividad, que el niño se sienta amado, seguro, aceptado, que aprenda a compartir, que se adapte a normas, que aprenda a convivir.		
Niños de 2 años	Combinación de motricidad gruesa y fina, se empieza a trabajar con las manitos, en el modelaje de masa, plastilina, papel. Aprendizaje del idioma inglés y lo mismo que ven en español, reciben en inglés.	Niños de 2 a 3 años: se empieza con la motricidad fina, a través de técnicas como el trozado del papel, prensión del lápiz, dominio corporal, se trabaja con la afectividad, es decir lo emocional.		
Niños de 3 años:	Básicamente comienzan por la ubicación en la hoja, trabajo en los cuadernos parvularios, y estimulación y desarrollo completo de la motricidad fina, entendiéndose esta por el trabajo con las manos, ejercicios, como el trozado, rasgado, para que el niño se ubique en la hoja y no le cueste escribir.		Se busca despertarles, que se encuentren en un lugar sano, además buscamos que los niños sociabilicen, aprendan pero sobretodo sean felices.	

Niños de 4 años:	Utilizan cuadernos, libros, ellos ya salen escribiendo sus nombres, vocales, números, e iniciación de conjuntos.	Computación, inglés, alemán. Todo esto le permite al niño prepararse para la escuela. Se trabaja en el desarrollo del pensamiento, dominio del trazo, se trabaja en la discriminación, clasificación.	Principalmente que sean felices en este espacio, despertar en los niños el amor por aprender, el amor por realizar cosas para aprender.	Definición de formas, colores, números, letras, vocales, pre-escritura.
Centros de aprendizaje	Expresión corporal Centro de cómputo Área de lectura Área de video Área de juegos Área general, Salones dedicados para los cumpleaños. Rincón del hogar Dramatización y disfraces	Centro de cómputo Teatrino y títeres. Rincón de construcción, música dramatización, lectura, hogar. Audiovisuales Piscina Área de juegos	Centro cómputo Música Biblioteca Juegos exteriores.	Centro cómputo Música Rincón de lectura Rincón del Hogar Rincón de juegos.
Evaluación del aprendizaje	La observación, y lo plasman en una tablas, para la calificación en base a indicadores.	La observación y evaluaciones cualitativas.	La observación	La observación, pruebas escritas
Actividades culturales	Realizan actos cívicos nacional e internacionales	Festejan actos cívicos nacionales.	Festejan actos cívicos nacionales.	Festejan actos cívicos nacionales.
Interacción con la comunidad	Si, Navidad compartida	No	No	No
Actividades fuera del centro	Si, museo, granjas, zoológico, bomberos.	Si, a granjas, bomberos, museos, varias áreas de la comunidad, Museo Interactivo de Ciencia, zoológico, Minicity, para complementar el aprendizaje de una forma vivencial.	Sí, salidas granjas, zoológicos	Sí, salidas granjas, zoológicos, empresas, parques.

Participación en el proceso de formación de los niños	Periodo de adaptación. Profesoras disponen de una hora a la semana para que los padres puedan conversar La agenda y a través de la página web. Realizan actividades cada fin de unidades. Realizan charlas, reuniones para mejorar el proceso. Al finalizar el año se realizan aula abierta. Talleres compartidos de padres e hijos.	Existe una comunicación de doble vía, a través de la agenda, y otra a través de correos electrónicos. Se tiene charlas y reuniones con los padres. En la primera entrevista con los padres, ellos pueden manifestar todas sus inquietudes, y de acuerdo a ello se realizan talleres para ayudar a resolverlos.	Motivándoles desde el principio, realizando talleres, y concientizando que el trabajo no es sólo del centro infantil sino es en conjunto con el trabajo de los padres de familia. Los padres de familia son los principales educadores, el centro infantil sólo es el apoyo	Gestionan en todas las actividades que realizan los niños ya los padres son la primera institución de educación de los niños.
¿Cómo eligen los padres el centro infantil?	En un 80% son referencias familiares, de padres a padres, de ex alumnos, la institución no realiza publicidad.	Un 90% son referencias de padres que ya han tenido a sus hijos en el centro infantil. Y el resto son referencias de familiares que han escuchado del centro o por encontrarse cerca del lugar de trabajo o de residencia.	Por la trayectoria del centro infantil los padres tienen una comunicación de boca a boca, se comunican unos a otros.	Por la trayectoria del Jardín de Infantes
Sugerencias de padres de familia por nuevos	No cerrar el año lectivo es decir trabajar durante todo el año.	Las madres especialmente de niñas han pedido cursos en la tarde de danza y para los niños de Tae-kwondo, en cuanto a tecnología se ha sugerido que se instalen cámaras web para que los padres puedan ver a sus niños.	Tener un servicio complementario.	Tener un servicio complementario.

Tabla 3. 19 Resumen entrevistas Municipio

Pregunta	Municipios
	Distrito Municipal de Quito
Importancia educación inicial	Permite desarrollar habilidades, destrezas, motricidad fina, motricidad gruesa.
Ventajas de la Educación Inicial	Los centros cuentan con personal calificado, por lo tanto están preparados para guiar el aprendizaje de los niños.
Se rompió los paradigmas	Si, hoy los padres tienen mayor contacto con los centros infantiles, por lo tanto se sienten más seguros.
Principales razones enviar a los niños al CDI	Papá y mamá deben trabajar por razones económicas. No tener con quien dejar a los niños. Los padres ya tienen más conciencia de que los niños van a tener un mayor desarrollo, van a adquirir mayores destrezas y conocimientos.
Lo que buscan los padres en el CDI	Los padres buscan el desarrollo de sus hijos, con cariño, respeto, afecto, además buscan que sus hijos puedan realizar las actividades de manera independiente, que tenga confianza en sí mismo.
Reciben a niños desde	3 hasta los 5 años
Infraestructura diseñada para CDI	En su mayoría sí.
Horarios	8:00 hasta las 12:30 Jornada complementaria hasta 16:00. Jornadas complementarias para niños que deseen realizar tareas dirigidas.
Duración	Año calendario
Estructura administrativa:	Administradora de cada centro Maestras parvularias Médico Psicólogo infantil.
Personal médico	El personal médico cuenta con un equipo que visita todos los centros.
Personal psicológico	La mayoría de administradores, tienen títulos de psicología
Servicios adicionales	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Tareas dirigidas
Nutrición	El menú alimenticio se realiza con la ayuda de médicos, nutricionista, y la administradora de cada centro, se diseña el menú ya sea para el lunch, el almuerzo, o el lunch de media tarde.
Tecnología	En su mayoría tienen centros de computación sin embargo más se enfocan en trabajar con material lúdico.
Centros de aprendizaje	<ul style="list-style-type: none"> • Dramatización y Títeres • Rincones de lectura • Centro de música • Centro culturales, danza • Centro de computación En su mayoría reciben ingles para los niños más grandes.
¿Cómo eligen los padres el centro infantil?	Por referencias y cercanía del lugar de trabajo de los padres.

Fuente: Entrevistas personales Elaborado por Alejandra Bonilla, Noviembre, 2010.

3.1.3 FOCUS GROUP:

Entrevista realizada por un moderador capacitado con un grupo pequeño de individuos, de una forma no estructurada y natural. (Malhotra, 2008, pág. 145)

Objetivo:

Determinar el proceso de toma de decisiones del consumidor para la elección de los centros de desarrollo infantil.

✿ **Lugar:** el focus group se desarrollará en la Escuela Politécnica del Ejército, Bloque B, aula 413.

✿ **Fecha:** Jueves 2 de diciembre de 2010

✿ **Hora:** 19:00 pm

✿ **Tiempo de duración:** 1 hora aproximadamente

✿ **Número de participantes:** 8 panelistas

Perfil del moderador:

- Amabilidad con firmeza, el moderador debe combinar un desapego disciplinario con una empatía comprensiva.

- El moderador tiene que ser permisivo

- El moderador necesita fomentar y estimular una intervención personal intensa

- El moderador debe animar a los individuos a ser más específicos

- Incentivar a los integrantes que no responden a participar

- El moderador debe ser suficientemente sensible para guiar la discusión.

Perfil de los panelistas:

- Madres de familia, que residen en el Cantón Rumiñahui, que tienen hijos menores de 5 años y que asisten a un Centro de Desarrollo Infantil.
- Madres de familia, que residen en el Cantón Rumiñahui, que tienen hijos menores de 2 años y que asisten o no a un Centro de Desarrollo Infantil.
- Señoras recién casadas, que residen en el Cantón Rumiñahui, piensan en un futuro tener hijos.

3.1.3.1 Agenda:**Tabla 3. 20 Agenda Focus Group**

Reactivos	Tiempo
Introducción: 1. Defina en tres palabras que es la educación inicial. Introducción a la educación infantil (diapositiva) 2. ¿Consideran importante la educación inicial en los niños? ¿Por qué? 3. ¿Quién está al cuidado de sus hijos, en la mañana y tarde? 4. ¿Que son los centros de desarrollo infantil? Diapositiva	7 minutos
Reconocimiento de la necesidad: 1. ¿Cuál fue la principal razón por la que ustedes pensaron en buscar centros de desarrollo infantil para sus hijos? 2. ¿Si ustedes tuvieran hijos por qué razón inscribirían a sus niños en un centro de desarrollo infantil? 3. ¿Fue fácil la decisión tomada por ustedes como padres el tener la idea de enviar a sus niños a un centro infantil? 4. ¿Tuvieron reacciones o comentarios de la familia o amigos sobre la decisión que estaban por tomar?	7 minutos
Búsqueda de información diapositiva información: 1. ¿Cómo comenzaron la búsqueda de información de los centros infantiles?	5 minutos
Evaluación previa a la compra: diapositiva centros infantiles 1. Visitaron los centros de desarrollo infantil. ¿Cuántos? 2. ¿Con quién visitaron los centros? Diapositivas centro infantil diferencias ¿Qué opinan del siguiente dibujo 1? ¿Qué opinan del siguiente dibujo 2? ¿Cuál les gusta más porque? 3. Diapositiva ¿Qué fue lo primero en lo que fijaron al conocer el centro infantil? ¿Qué opinan de este dibujo infraestructura?	15 minutos

<p>¿Qué opinan de este dibujo? Diapositivas: definición de Centros de aprendizaje</p> <p>4. ¿Cuáles de estos centros son básicos para el desarrollo de los niños?</p>	
<p>Compra:</p> <p>1. ¿Quién tomo la decisión para elegir el centro infantil? 2. ¿Influyeron en la decisión familiares, amigos, publicidad, economía del hogar?</p>	5 minutos
<p>Consumo:</p> <p>1. ¿Qué es lo que más les agrada del centro infantil? 2. ¿Qué les disgusta del centro infantil? 3. ¿Cómo interactúan ustedes con el centro infantil en el desarrollo de sus hijos? 4. Diapositiva completar la historia: Hoy en día papá y mamá trabajan, los niños pequeños asisten a Centros de Desarrollo Infantil, para que los cuiden. Los padres llegan tarde a sus casas, y casi no pasan tiempo con sus hijos, YO (madre) ¿Qué actividades realizo para compartir el tiempo perdido con mi hijo?..... 5. ¿Es importante el tiempo o calidad? 6. Diapositivas: responsabilidad de los padres</p>	12 minutos
<p>Evaluación posterior a la compra</p> <p>1. Las expectativas que tiene del centro infantil fueron: Cuestionario 2. ¿Qué diferencias encuentran ustedes con el aprendizaje y desarrollo que han tenido sus hijos con relación a otros niños? 3. Si no tuvieran que trabajar y tuvieran la oportunidad de pasar en la casa. ¿Optarían por inscribir a sus hijos menores de 5 años en los centros de desarrollo infantil? 4. ¿Qué les gustaría que se implemente en el centro infantil?</p>	10 minutos

Elaborado por Alejandra Bonilla, Noviembre, 2010.

Agradecimiento:

Entrega de presentes a los participantes.

3.1.3.2 Desarrollo del focus group:

 **Bienvenida:**

 **Presentación de los panelistas:**

Tabla 3. 21 Panelistas Focus Group

Nombre del panelista:	Nombre del hijo	Edad
Sra. Karina Santiana	Sebastián Santiana	2 años
Sra. Natalia Orbe	Joaquín Orbe	9 meses
Sra. Rocío Cepeda	Rebeca Cepeda	5 años
Sra. Cristina Jaramillo	Benjamín Jaramillo	3 años
Sra. Emelin Arredondo	Recién casada	
Sra. Gissela Baldeón	Dulce María Baldeón	2 años
Sra. Carolina Hidalgo	Ana Paula Hidalgo	11 meses
Sra. María Fernanda Rubio	Recién casada	

Fuente: Focus Group. Enero 2011. Elaborado por Alejandra Bonilla G

Observadores

 Ing. Marco Soasti

 Srta. Sofía Carrillo

Moderadora:

 Alejandra Bonilla

3.1.3.3 Desarrollo de las preguntas del focus group:

(Ver Anexo B)

3.1.3.4 Resumen Focus Group:

Introducción:

Para las madres de familia la educación inicial representa: Amor, enseñanza, seguridad, educación, cuidado, tranquilidad buena infraestructura, limpieza, personal capacitado.

Consideran importante la educación inicial, porque les enseñan valores, van forjando todo su futuro, ya que, son sus primeros pasos de su vida en donde van tomando su dirección, se firma sus talentos que tienen y mientras ellos juegan van aprendiendo. Las madres consideran que si no tuvieran con quien dejar a sus hijos por motivos de trabajo específicamente y no existieran los centros infantiles, serían sus abuelos quienes se queden al cuidado de los niños.

Las madres al darse cuenta de la necesidad de inscribir a sus hijos en un centro infantil, se forman un ideal, es decir, comienza por delimitar un atributo específico que deberá cumplir el centro. Las madres colocaron en primer lugar, que sea cercano al domicilio de los niños, por otro lado que exista transporte hasta el lugar donde les cuidan después de asistir al centro infantil.

Reconocimiento de la necesidad:

Las madres se dan cuenta que hoy en día para sustentar la economía del hogar, tienen que salir a trabajar, por lo que, sus niños pequeños menores de 5 años no tienen con quien dejarlos, las madres en solución a esa necesidad buscan los centros de desarrollo infantil para que se hagan cargo del cuidado y educación, en el tiempo en el que ellos no pueden estar con sus hijos. Por otro lado, la segunda razón es que las madres hoy en día se dan cuenta de la importancia que tiene en la vida de sus hijos, que

desde pequeños sean educados por personal calificado, que oriente su desenvolvimiento, para ser niños independientes y sociables.

Por un lado, se encuentra las madres que consideran que la decisión que iban a tomar fue fácil, ya que al visitar el centro infantil al niño le gustó, el estar con las maestras y compartir con niños de su edad.

Para madres que tienen hijos menores de 1 año, la decisión no fue fácil ya que el dejar a los niños con personas desconocidas les da un poco de temor, también el que el niño no quería asistir al centro infantil, y el buscar el centro más adecuado, cercano del trabajo y seguro.

Existieron en varias madres problemas o conflictos familiares sobre la decisión que estaban por tomar, especialmente los abuelitos y la familia entera, ya que, consideraban que son muy pequeños, y que, las madres si tienen tiempo para estar con ellos ya que no trabajan.

Búsqueda de información diapositiva información:

De manera general la búsqueda de información se realiza por referencias de familiares, de amigos, de vecinos, de los hermanos que ya han tenido a sus hijos ahí, consideran estas referencias como un peso absoluto, ya que las referencias son dadas por personas muy cercanas a las madres. Es decir se realiza un marketing viral.

Evaluación previa a la compra:

Las madres comienzan la búsqueda de centros infantiles, a través de la evaluación de atributos, para determinar los centros infantiles que se ajusten a sus necesidades, las madres visitan como mínimo 3 centros infantiles, y como máximo 8 centros infantiles con un promedio de visitas de 5 centros infantiles. La búsqueda del

centro infantil la realizaron ambos padres. Dos madres señalaron que realizaron las visitas en compañía de sus madres.

Las madres al visitar el centro infantil lo primero que observan antes de buscar ese atributo específico, es la limpieza del centro infantil, lo que le dará mayor seguridad de que sus hijos van a ser bien cuidados.

Luego las alternativas se evalúan por diferentes aspectos, como la infraestructura, la amplitud y espacios verdes, la decoración del centro, el número de niños por aula, que debía ser máximo de 10 niños, por aula, para el cuidado de los bebés debería ser personalizado. Todas quedaron de acuerdo que siempre debe estar con una ayudante.

Las madres se fijaron en los rincones de aprendizaje, como enseñanza, juegos, lectura, Computación que eran importantes pero no decisivos en la elección del centro infantil.

Sin embargo los factores decisivos de compra fueron: cercanía del lugar, costo del servicio transporte, infraestructura, horarios

Compra:

La decisión fue tomada por la madre, que en definitiva también iba a estar de acuerdo el padre. Sin embargo para una madre resulta, que la decisión del centro infantil fue del niño.

Consumo:

Lo que le gusta del centro infantil, son los avances y progresos en la educación de sus niños, les enseña a desenvolverse solos.

Los aspectos físicos, les agrada mucho el área de juegos, los baños adecuados para niños, el aula de expresión corporal, el huerto, porque tienen contacto con la naturaleza. El teatrino.

Los que les disgusta es el costo del servicio, además que piden muchos materiales didácticos. No están de acuerdo con los deberes que les envían a los niños pequeños de 5 años. Las maestras a veces por el número de niños en el aula no controlan a todos.

Los centros infantiles interactúan con los padres para el desarrollo de los niños, Realizan escuelas para padres, que les enseñan a compartir, a cómo manejar a los niños, como ayudar a mejorar su educación.

Hoy en día debido a que papá y mamá trabajan, los niños pequeños asisten a Centros de Desarrollo Infantil, para que los cuiden, por lo tanto los padres no pueden pasar mucho tiempo con sus hijos, ellos realizan las siguientes actividades para compensar ese tiempo, salir a la piscina, o salir de paseo, compartir el fin de semana. Realizar compras con ellos, en las noches juegan, a lo que más les gusta.

No están de acuerdo, en el hecho de que hoy en día se piense que los padres delegan la educación de sus hijos a los maestros, ya que, los padres siempre van a ser la autoridad de sus hijos, las guarderías son un complemento. Los maestros son un apoyo y no dejarían sólo a ellos la crianza de sus hijos.

Evaluación posterior a la compra

- Las expectativas que tiene del centro infantil fueron:
- Se encontró que la interacción con los padres es ni buena ni mala.
- El servicio de educación y la seguridad son excelentes.

- Se calificó al personal como excelente por el afecto, entrega y amor que tienen hacia sus hijos.

- Encuentran ventajas en comparación con otros niños que no asisten a los centros infantiles. Los niños son más abiertos, son más sociales, son independientes.

Si no tuvieran que trabajar y tuvieran la oportunidad de pasar en la casa, los padres optarían por inscribir a sus hijos menores de 5 años en los centros de desarrollo infantil, ya que están conscientes que en la casa no pudieran enseñarles a sus hijos como lo hacen en la guardería.

- Los servicios que les gustaría que se implementen son:
- Piscina
- Juegos didácticos
- Huerto

Cámara web para vigilar y observar a los niños

CAPÍTULO IV

4. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA:

4.1. Definición del problema:

El problema identificado es el desconocimiento de las necesidades, gustos y preferencias de las familias con respecto de los centros de desarrollo infantil, en el Cantón Rumiñahui.

Las principales causas son las influencias internas y externas; la economía de las familias, el salario mínimo vital no alcanza a cubrir la canasta básica a pesar de existir 1,60 perceptores dentro de familia, lo que significa que se ven en la obligación de cubrir esas necesidades, a través del trabajo, hoy en día papá y mamá deben trabajar para sustentar la economía del hogar, esto significa y obliga a los padres a buscar un lugar donde cuiden de sus niños menores de cinco años, muchas veces, por tratar de ahorrarse ese gasto y por la percepción que tiene que los Centros de Desarrollo Infantil no son obligatorios, y sólo debe ser un lugar donde cuiden de su hijos mientras ellos no lo pueden hacer, optan por otro tipo de cuidado, especialmente familiar. Los temores de padres especialmente padres primerizos que se asustan ante la idea de dejar al cuidado de personas extrañas a los niños pequeños, tienen temor especialmente con la seguridad que pueda brindar el centro. Que más que los eduquen, les interesan que los cuiden.

Mucho se habla de la ruptura de núcleo de sociedad que es la familia. Las familias se encuentran desestructuradas, en algunos casos sólo se encuentran los niños bajo la tutela de la mamá o del papá. El nuevo rol que ocupa la mujer en el sector laboral obliga a las madres a dedicar más tiempo al trabajo, disminuyendo a su vez las horas que dedicaban al cuidado de sus hijos, especialmente los niños menores de cinco años. El estrés, agotamiento y el esfuerzo que dedican los padres al trabajo, crean un

ambiente de comodidad en ellos, delegando responsabilidades de educación, tiempo y afecto a los maestros.

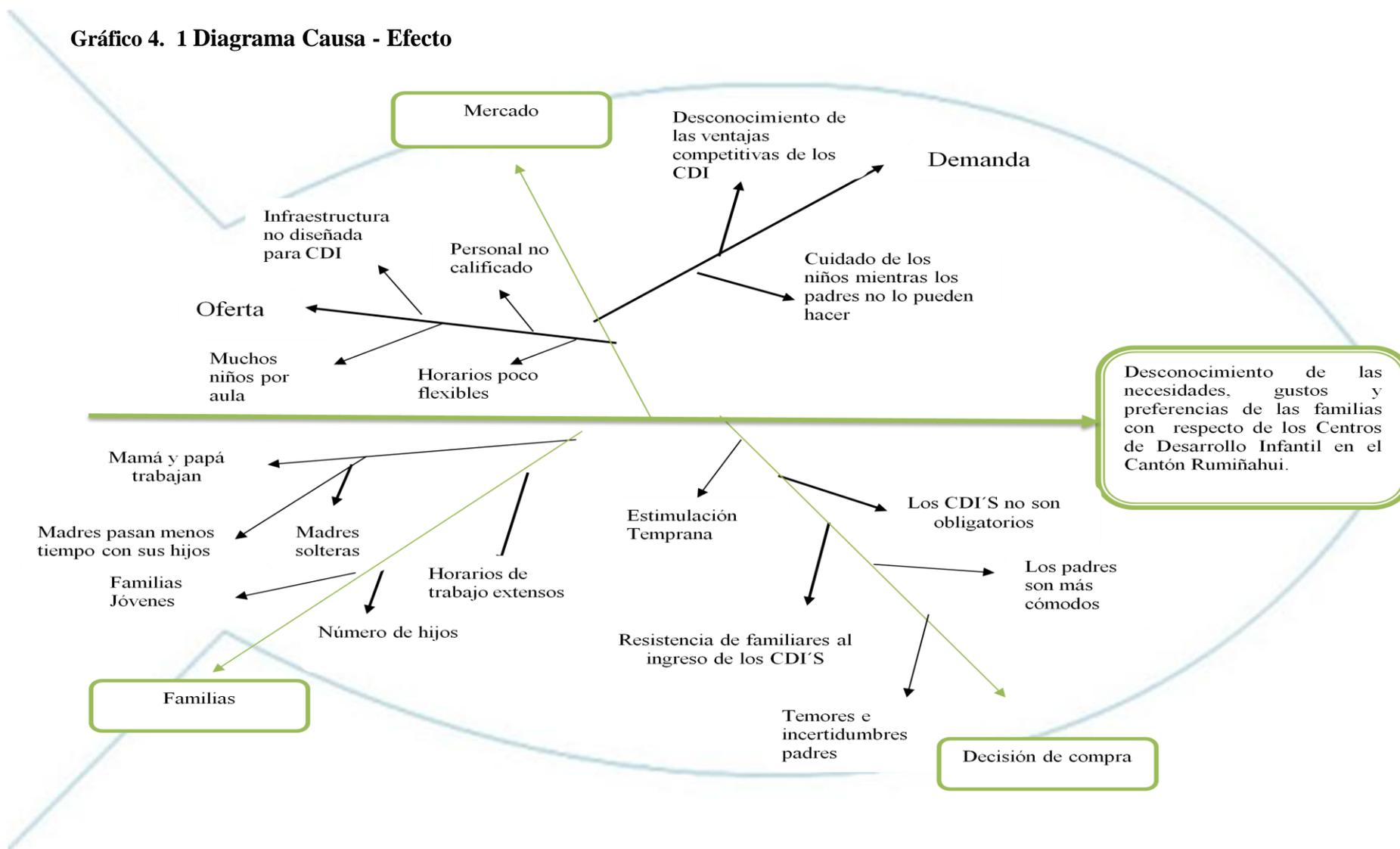
A pesar de vivir en pleno siglo XXI, todavía no se rompe los paradigmas que se tenía sobre los centros de desarrollo infantil, existe una fuerte resistencia sobre el enviar a los niños menores de cinco años a los CDI, especialmente por referencias de sus abuelos, al considerarlos que son muy pequeños para asistir, que los niños se van a cansar de la escuela, y que las madres son las responsables del cuidado de los niños, no personas ajenas a ellos.

El servicio de educación inicial, ha dado un nuevo giro, se ha tornado como un negocio, valiéndose del concepto que tienen los padres, acerca de los centros de desarrollo infantil, que son únicamente centros de cuidado, en muchos casos, no atienden a las necesidades de niños de esa edad, ofreciendo un servicio en el que existen muchos niños por aula para disminuir los costos en personal. La falta de programas que incentive a los padres a colocar a sus hijos en centros infantiles dando a conocer que no sólo es un centro de cuidado, sino que es el primer cimiento que garantiza el desarrollo de su autonomía, creatividad y actitudes necesarias en su desempeño personal y social del ser humano, hacen falta para romper esos paradigmas y que los padres puedan elegir el correcto centro desarrollo infantil que se ajuste a sus necesidades y a las necesidades de aprendizaje de los niños.



Diagrama Causa – Efecto:

Gráfico 4. 1 Diagrama Causa - Efecto



Fuente: Investigación Exploratoria. Elaborado por Alejandra Bonilla, Diciembre 2010

4.2. Objetivos de la investigación de mercados:

4.2.1. Objetivo general:

Investigar los factores que influyen el proceso de toma de decisiones que siguen las familias, para la elección de los centros de desarrollo infantil, para conocer las necesidades, gustos y preferencias que tienen de la educación inicial, en el Cantón Rumiñahui.

4.2.2. Objetivos específicos:

✿ Determinar las características de las familias que tienen hijos menores de 5 años y su comportamiento sobre el servicio de los centros de desarrollo infantil, en el Cantón Rumiñahui.

✿ Identificar las necesidades, gustos y preferencias de las familias sobre los centros de desarrollo infantil, en el Cantón Rumiñahui.

✿ Establecer los factores que influyen para elegir un centro de desarrollo infantil en el Cantón Rumiñahui.

4.3. Hipótesis:

✿ Los ingresos familiares difieren significativamente entre las familias que tiene a sus hijos en centros infantiles privados de los públicos.

✿ Existe asociación entre si los niños estudian en centro privados o públicos y si desean ampliar el horario del servicio de educación.

✿ Existe una correlación entre los ingresos de las familias y los valores que están dispuestos a pagar por el servicio del centro infantil.

4.4. Diseño de la Investigación:

4.4.1. Tipo de investigación:

4.4.1.1. Investigación Descriptiva:

El principal objetivo de la investigación descriptiva es describir algo, por lo regular las características o funciones del mercado. (Malhotra, 2008, pág. 83)

Con la investigación descriptiva se va a describir las características de los consumidores, se va a determinar las percepciones que tienen acerca de la educación inicial, además, que se va a conocer las necesidades y expectativas que tienen los padres de familia de los centros de desarrollo infantil en el proceso de toma de decisiones.

4.4.1.2. Instrumento de recolección de datos:

4.4.1.2.1. Encuesta:

Cuestionario estructurado que se aplica a la muestra de una población, y está diseñado para obtener información específica de los participantes. (Malhotra, 2008, pág. 183). Se va a realizar una encuesta personal a los padres de familia.

4.4.1.3. Población objetivo:

La población objetivo para el estudio de investigación de mercados son las familias del Cantón Rumiñahui que tengan hijos menores de cinco años.

Tabla 4. 1 Población Objetivo

Característica	Total	% Representación
Población total del Cantón Rumiñahui	77.059	100%
Población menor de 5 años del Cantón Rumiñahui	8.708	11,30%
Total de familias en el Cantón Rumiñahui	21.608	100%
Total de familias con hijos menores de 5 años en el Cantón Rumiñahui	2.442	11,30%

Fuente: Municipio de Rumiñahui. Elaborado por Alejandra Bonilla, Diciembre 2010

La población objetivo es de 2.442 familias en el Cantón Rumiñahui que tienen hijos menores de 5 años.

4.4.1.4. Muestreo:

4.4.1.4.1. Muestreo no probabilístico:

Técnica de muestreo que no se basa en el “azar, sino en el juicio personal del investigador para seleccionar a los elementos de la muestra. El investigador puede decidir de manera arbitraria o consciente qué elementos incluirá en la muestra”. (Malhotra, 2008, pág. 340)

 **Muestreo de bola de nieve:** técnica de muestreo no probabilístico en la cual se selecciona al azar al grupo inicial de encuestados. Los encuestados posteriores se seleccionan con base en las referencias o la información proporcionada por los encuestados iniciales. Este proceso puede realizarse en olas para obtener referencias de las referencias. (Malhotra, 2008, pág. 345)

Se va a aplicar el muestreo de bola de nieve, en el cual, se va a seleccionar a 10 familias al azar como grupo inicial, cada una de las familias va a proporcionar 3 referidos y a su vez cada referido tres más y así sucesivamente hasta lograr el total de la muestra.

4.4.1.4.2 Muestreo probabilístico:

Procedimiento de muestreo donde cada elemento de la población tiene una oportunidad probabilística fija para ser elegido en la muestra. (Malhotra, 2008, pág. 341)

 **Muestreo aleatorio simple:** técnica de muestreo probabilístico donde cada elemento de la población tienen una probabilidad de selección equitativa y conocida. Cada elemento se selecciona de manera independiente a los otros elementos y

la muestra se extrae mediante un procedimiento aleatorio del marco de muestreo.

(Malhotra, 2008, pág. 346)

4.4.1.4.3 Tamaño de la muestra:

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

$$n = \frac{2.442 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0.05^2 (2.442-1) + 1,96^2 0,50 * 0,50}$$

$$n = 332$$

$$n = 332$$

$$p = 0,50$$

$$q = 0,50$$

$N = 2.442$ familias en el cantón Rumiñahui.

$$E = 5,00 \%$$

$NC = 95,00 \%$ nivel de confianza

$Z = 1,96$ (valor de z asociado con el nivel de confianza)

4.4.1.4.4. Diseño de Encuesta:

Contenido de la encuesta:

Tabla 4. 2 Contenido de la encuesta

Pregunta	Tipo de pregunta	Escala
Información personal:		
Información del encuestado:		
Género	Cerrada, dicotómica	Nominal
Estado civil	Cerrada, Opción múltiple	Nominal

Datos de identificación del padre:			
Ocupación	Cerrada, múltiple	Opción	Nominal
Edad	Abierta		Razón
Indique ¿Cuántas horas trabaja diariamente?	Abierta		Razón
Nivel de educación que tiene	Cerrada, múltiple	Opción	Razón
Datos de identificación del madre:			
Ocupación	Cerrada, múltiple	Opción	Nominal
Edad	Abierta		Razón
Indique ¿Cuántas horas trabaja diariamente?	Abierta		Razón
Nivel de educación que tiene	Cerrada, múltiple	Opción	Razón
Datos familiares:			
Señale el sector en donde vive	Cerrada, múltiple	Opción	Nominal
La casa donde vive es:	Cerrada, múltiple	Opción	Nominal
¿Tiene vehículo propio?	Cerrada, dicotómica		Nominal
Marca del vehículo	Abierta		Nominal
Modelo del vehículo	Abierta		Nominal
Año del vehículo	Abierta		Nominal
Datos de los hijos menores de 6 años:			
¿Tiene hijos menores de 6 años?	Cerrada, dicotómica		Nominal
¿Cuántos?	Abierta		Razón
¿Edad del niño?	Abierta		Razón
¿Asiste a un centro de desarrollo infantil?	Cerrada, dicotómica		Nominal
¿Por qué no asiste al centro infantil?	Abierta		Nominal
¿Con quién se queda si no asiste al centro infantil?	Abierta		Nominal
El centro infantil es:	Cerrada, dicotómica		Nominal
¿A qué edad ingresó su hijo al centro infantil?	Abierta		Razón
Conocimiento del Mercado			
Señale que tan importante es que los niños menores de 5 años asistan a un centro infantil. Considerando 5 como muy importante y 1 como nada importante	Con escala		Ordinal
¿Por qué?	Abierta		Nominal
Señale (1) la principal ventaja que encuentra, el que su niño asista a un Centro Infantil	Cerrada, múltiple	Opción	Nominal
Si tuviera la oportunidad de pasar en casa	Cerrada, dicotómica		Nominal

y cuidar de su hijo. Enviaría a su hijo menor de 5 años a un Centro Infantil.		
¿Por qué?	Abierta	Nominal
Escoja solamente 1 ¿Cuál fue la principal razón por la que ustedes pensaron en buscar Centros de Desarrollo infantil para su hijo?	Cerrada, múltiple	Opción Nominal
¿Se enfrentaron a algún tipo de temor cuando decidieron llevar a su hijo(s) al Centro Infantil?	Cerrada, dicotómica	Nominal
¿Qué tipo de temores tuvieron?	Cerrada, múltiple	Opción Nominal
¿De qué personas tuvieron reacciones negativas sobre la decisión de llevar a su hijo a un Centro infantil?	Cerrada, múltiple	Opción Nominal
Centro infantil:		
Mencione en orden de importancia tres Centros de Desarrollo Infantil que conozca o en los que inscribiría a su hijo	Abierta	Nominal
¿Qué fuentes utilizó/ utilizaría para la búsqueda de información de los centros infantiles?	Cerrada, múltiple	Opción Nominal
¿Cuántos Centros de Desarrollo infantil visitaron/ visitaría?	Abierta	Razón
¿Quién decidió/decidiría la elección del Centro Infantil?	Cerrada, múltiple	Opción Nominal
En orden de Importancia escoja (3) de los siguientes servicios que estaba buscando (o que buscaría) y que le ayudaron (o le ayudaría) a elegir el Centro infantil para su hijo Colocando 3 al más importante, 2 al importante y 1 al menos importante	Cerrada, múltiple	Opción Ordinal
Escoja en orden de importancia 3 aspectos que usted observa (u observaría) dentro del centro infantil, tomando como 3 al más importante, 2 al importante y 1 al menos importante	Cerrada, múltiple	Opción Ordinal
Servicio del centro infantil:		
¿En qué horario asiste su hijo al Centro Infantil?	Abierta	Razón
¿Cuántos niños existen aproximadamente por aula en el Centro Infantil al que asiste su hijo?	Abierta	Razón
¿Cómo interactúa el Centro de desarrollo Infantil con los padres de familia?	Cerrada, múltiple	Opción Nominal
Conoce si la infraestructura del Centro Infantil fue:	Cerrada, múltiple	Opción Nominal
¿Cuál es el valor que usted estaría	Abierta	Razón

dispuesto a pagar por el servicio del Centro Infantil?		
Según su experiencia califique los siguientes servicios que presta el centro infantil	Cerrada, escala	Ordinal
¿Qué le gustaría que se implemente en el centro infantil?	Cerrada, Opción múltiple	Nominal
Después que su hijo asiste al Centro Infantil. ¿Con quién se queda?	Cerrada, Opción múltiple	Nominal
¿Desearía que se extienda el horario de atención del servicio de Centro Infantil?	Cerrada, dicotómica	Nominal
Indique. ¿Cuántas Horas le gustaría que se implementen? Y ¿En qué horario?	Abierta	Razón

(Ver anexo C de encuesta)

4.4.1.4.5. Encuesta piloto:

Se realizó la encuesta piloto a 10 familias que tenían hijos menores de 5 años y se encontró las siguientes observaciones durante el proceso de realización de la encuesta piloto.

Se realizó los siguientes cambios en las preguntas:

🌟 Ocupación:

1.4.1. Ocupación:

Estudiante

Trabaja

1.4.1. Ocupación:

Estudiante

Trabaja en relación de dependencia

Trabaja en negocio propio

Como en la mayoría de casos los padres optan por centros de desarrollo infantil por el trabajo se necesita conocer si trabajo en con relación de dependencia o si es negocio propio.

 **Datos informativos de los hijos:**

1.6.4.1. Complete el siguiente cuadro de acuerdo al número de hijos que tenga.

N° Hijos	Primer hijo	Segundo hijo	Tercer hijo	Cuarto hijo
Edad del niño	años	años	años	años
Asiste a un Centro de Desarrollo Infantil	Si: <input type="checkbox"/> No: <input type="checkbox"/>			
¿A qué edad ingresó su hijo al Centro de Desarrollo Infantil?	años	años	años	años

Es necesario conocer si el centro infantil al cual asisten los niños es público o privado

1.6.4.1. Complete el siguiente cuadro de acuerdo al número de hijos que tenga.

Sólo hijos menores de 5 años

N° Hijos	Primer hijo	Segundo hijo	Tercer hijo	Cuarto hijo
Edad del niño	años	años	años	años
Asiste a un Centro de Desarrollo Infantil	Si: <input type="checkbox"/> No: <input type="checkbox"/>			
El Centro Infantil es:	Público <input type="checkbox"/> Privado: <input type="checkbox"/>	Público <input type="checkbox"/> Privado: <input type="checkbox"/>	Público <input type="checkbox"/> Privado: <input type="checkbox"/>	Público: <input type="checkbox"/> Privado: <input type="checkbox"/>
¿A qué edad ingresó su hijo al Centro de Desarrollo Infantil?	años	años	años	años

 **Conceptos de educación inicial:****2.1.1. Escriba la primera palabra que se le viene a la mente de los siguientes conceptos:**

Centro Infantil _____
Educación Inicial _____

Esta pregunta se eliminó, por cuanto las familias consideran que ambos conceptos son lo mismo.

 **Ventajas del centro infantil:**

En la redacción de la pregunta:

2.1.3. ¿Qué ventajas encuentra de tener a su hijo en un Centro de Desarrollo Infantil?

Si bien es cierto, son innumerables las ventajas de la educación inicial, al momento de llenar la encuesta las familias optan por rayar todos los espacios, por lo que se necesita obtener la principal ventaja, se tal manera, se modificó la siguiente pregunta.

2.1.2. Señale (1) la principal ventaja que encuentra de tener a su hijo en un Centro de Desarrollo Infantil

 **Temores de los padres de familia:**

Las siguiente pregunta se añadió, por recomendación de las madres, ya que mencionaron que en el proceso de elección se enfrentan a temores especialmente cuando su primer hijo va a ingresar al centro infantil.

2.1.5. ¿Se enfrentaron a algún tipo de temor cuando decidieron llevar a su hijo(s) al Centro Infantil?

Si No



Tipos de temores:

2.1.6. ¿Qué tipo de temores tuvieron?

Pensaban que estaba muy pequeño	<input type="checkbox"/>	Temor a que no se adapte	<input type="checkbox"/>
Temor a dejarlos con personas extrañas	<input type="checkbox"/>	Temor al trato que recibiría	<input type="checkbox"/>
Temor a que pueda enfermarse	<input type="checkbox"/>	Otra. Especifique: _____	



Atributos del centro infantil:

Las dos siguientes preguntas se cambiaron, se consideró que estaban repetidas

pero con otros atributos:

2.2.5 ¿Qué atributo estaba buscando en el Centro Infantil?

Transporte	<input type="checkbox"/>	Servicio de Alimentación	<input type="checkbox"/>
Estar cerca de la casa	<input type="checkbox"/>	Aprendizaje de otro Idioma	<input type="checkbox"/>
Estar cerca del trabajo	<input type="checkbox"/>	Computación	<input type="checkbox"/>
Que tenga personal capacitado	<input type="checkbox"/>	Natación	<input type="checkbox"/>
Horarios flexibles	<input type="checkbox"/>	Talleres	<input type="checkbox"/>

2.2.6 ¿Por qué eligió el Centro infantil en el que se encuentra su Hijo(s)?

Infraestructura	<input type="checkbox"/>	Computación	<input type="checkbox"/>
Transporte	<input type="checkbox"/>	Natación	<input type="checkbox"/>
Personal Parvulario	<input type="checkbox"/>	Talleres	<input type="checkbox"/>
Áreas verdes	<input type="checkbox"/>	Número de niños por aula	<input type="checkbox"/>
Servicio de Comida	<input type="checkbox"/>	Educación	<input type="checkbox"/>
Juegos	<input type="checkbox"/>	Seguridad	<input type="checkbox"/>
Rincones de Juegos	<input type="checkbox"/>	Servicio médico permanente	<input type="checkbox"/>
(lectura, cocina, hogar, construcción)	<input type="checkbox"/>	Servicio Psicológico	<input type="checkbox"/>
Decoración	<input type="checkbox"/>	Otros:	
Limpieza	<input type="checkbox"/>	Especifique:	<input type="checkbox"/>
Aprendizaje de otro Idioma	<input type="checkbox"/>		

Servicios del centro infantil:

Se unió las preguntas clasificando los atributos que evalúan los padres de familia

2.2.5 En orden de Importancia escoja (3) de los siguientes servicios que estaba buscando (o que buscaría) y que le ayudaron (o le ayudaría) a elegir el Centro infantil para su hijo? Colocando 3 al más importante, 2 al importante y 1 al menos importante

Transporte	Servicio de Alimentación
Personal capacitado	Aprendizaje de otro Idioma
Horarios flexibles	Computación
Infraestructura	Natación
Áreas verdes	Talleres
Estimulación Temprana	Centro de Juegos
Servicio médico permanente	Le recomendaron y le gustó
Servicio Psicológico	Su familia tiene a sus hijos ahí
Estar cerca de la casa	Costo del Servicio
Estar cerca del trabajo	Otros: Especifique:
Número de niños por aula	

2.2.6 Mencione en orden de importancia donde 1 sea el más importante los aspectos que observa dentro del centro infantil

Limpieza	Juegos y material didáctico
Decoración	Muebles
Baños adecuados para los niños	Trato del personal
Espacio físico	Ventilación
El número de niños por aula	Aulas para cada edad
Enchufes y tomacorrientes	Horarios flexibles

4.4.1.4.6. Encuesta definitiva:

(Ver Anexo D)

4.5. TRABAJO DE CAMPO:

El trabajo de campo implica la selección, capacitación y supervisión de las personas que reúnen los datos. (Malhotra, 2008, pág. 412)

✿ Proceso del trabajo de campo:

✿ Selección de los trabajadores de campo:

Se va a necesitar 5 trabajadores de campo, que dispongan de tiempo todo el día.

✿ Capacitación de los trabajadores de campo:

La capacitación de los trabajadores de campo se hizo de manera personal. La capacitación asegura que todos los entrevistadores apliquen el cuestionario de la misma forma para obtener los datos de manera uniforme.

La aplicación del cuestionario se realizará a todos los padres de familia que residan en el Cantón Rumiñahui y que tengan hijos menores de seis años.

Se comenzará con referidos, se visitará a las familias en los domicilios, previa cita. Además se optará por los centros de desarrollo infantil que estén dispuestos a colaborar, enviando la encuesta por sus agendas, para que sean llenadas por los padres de familia y sean devueltos a la institución donde un trabajador de campo recogerá.

✿ Supervisión de los trabajadores de campo:

La supervisión de los trabajadores de campo significa asegurarse de que sigan los procedimientos y las técnicas en que fueron capacitados. La supervisión implica control de calidad y corrección, control del muestreo, control de fraudes y control de la oficina central. (Malhotra, 2008, pág. 417)

Desarrollo de las actividades:

Se tiene 17 días para la recolección de datos, por lo que se realizará un promedio de 20 encuestas al día entre todos los supervisores.

4.6. PREPARACIÓN DE LOS DATOS:

La preparación de los datos incluye su revisión, codificación, transcripción y verificación. Cada cuestionario o forma de observación se va a revisar y de ser necesario, se corrigen.

Se asignará los códigos numéricos para presentar cada respuesta cada pregunta del cuestionario. Para las preguntas abiertas se transcribirá en resumen.

Los datos del cuestionario se transcribirán directamente a la computadora, utilizando el paquete informático SPSS.

4.7. RESULTADOS:

4.7.1. DATOS GENERALES:

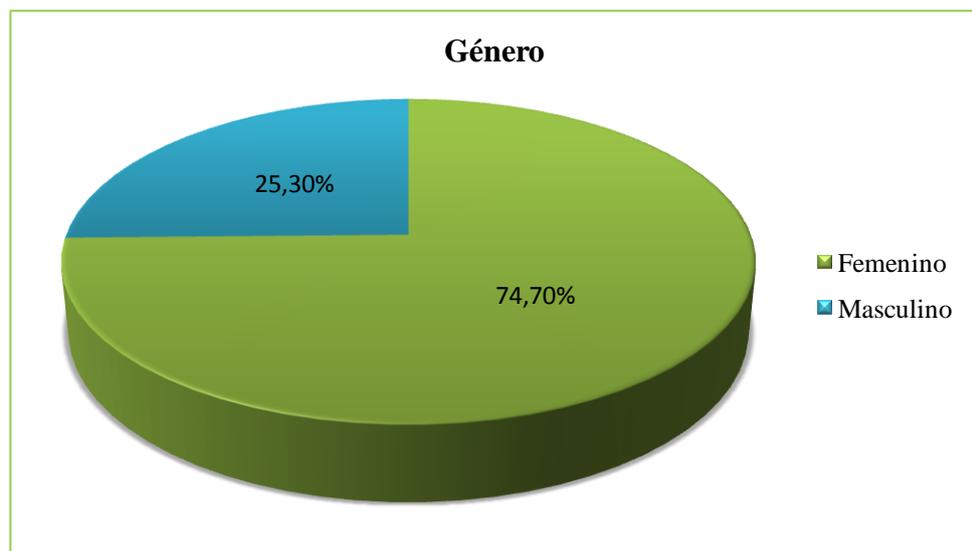
4.7.1.1. Información del encuestado:

4.7.1.1.1. Género:

Tabla 4. 3 Género

Género		
	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	248	74,7%
Masculino	84	25,3%
Total	332	100,0%

Gráfico 4. 2 Género



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

🌟 **Análisis:** la mayoría de las personas encuestadas son de género femenino.

4.7.1.1.2. Estado civil:**Tabla 4. 4 Estado civil**

Estado civil		
	Frecuencia	Porcentaje
Casado	276	83,13%
Unión Libre	24	7,23%
Soltero	20	6,02%
Viudo	6	1,81%
Divorciado	6	1,81%
Total	332	100,00%

Gráfico 4. 3 Estado Civil

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

**Análisis:** la mayoría de las familias encuestadas son casados.

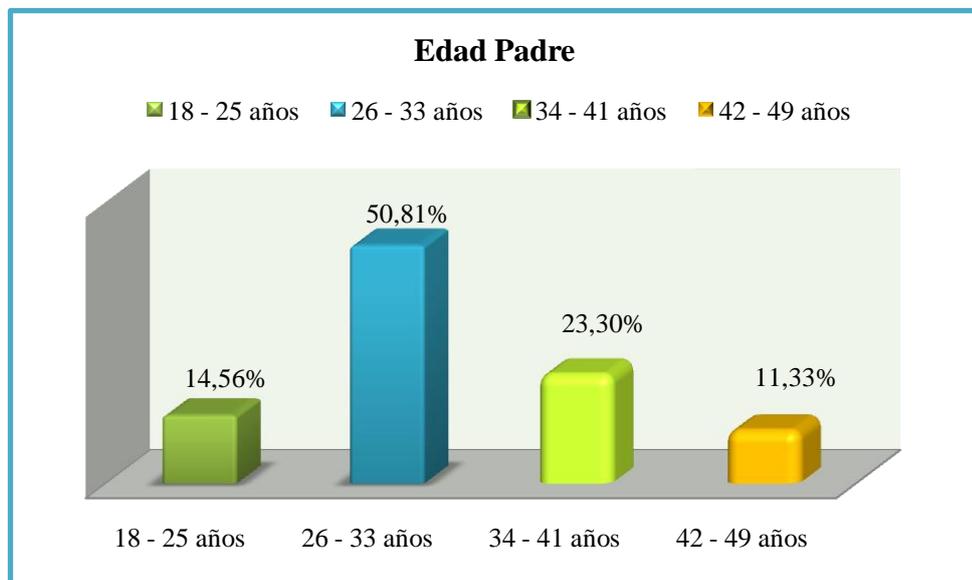
4.7.1.2. DATOS PERSONALES DEL PADRE:

4.7.1.2.1. Edad:

Tabla 4. 5 Edad del Padre

Estadísticos		Edad padre intervalos		
Edad del padre		Frecuencia	Porcentaje	
Media	31,95	18 - 25 años	45	14,56%
Desv. tít.	6,418	26 - 33 años	157	50,81%
Rango	31	34 - 41 años	72	23,30%
Mínimo	18	42 - 49 años	35	11,33%
Máximo	49	Total	309	100,00%

Gráfico 4. 4 Edad del padre



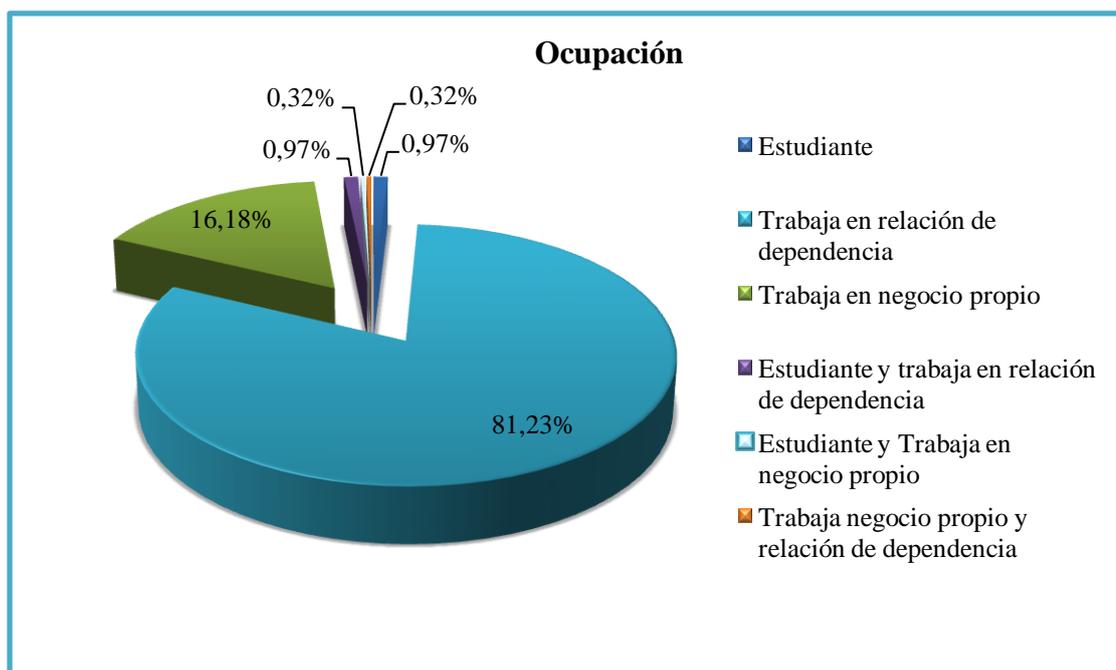
Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G


Análisis: En la mitad de los hogares encuestados la edad del padre se encuentra comprendida entre los 26 y 33 años de edad.

4.7.1.2.2. Ocupación:**Tabla 4. 6 Ocupación del padre**

Ocupación del padre		
	Frecuencia	Porcentaje
Trabaja en relación de dependencia	251	81,23%
Trabaja en negocio propio	50	16,18%
Estudiante	3	0,97%
Estudiante y trabaja en relación de dependencia	3	0,97%
Estudiante y trabaja en negocio propio	1	0,32%
Trabaja negocio propio y relación de dependencia	1	0,32%
Total	309	100,00%

Gráfico 4. 5 Ocupación del padre

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

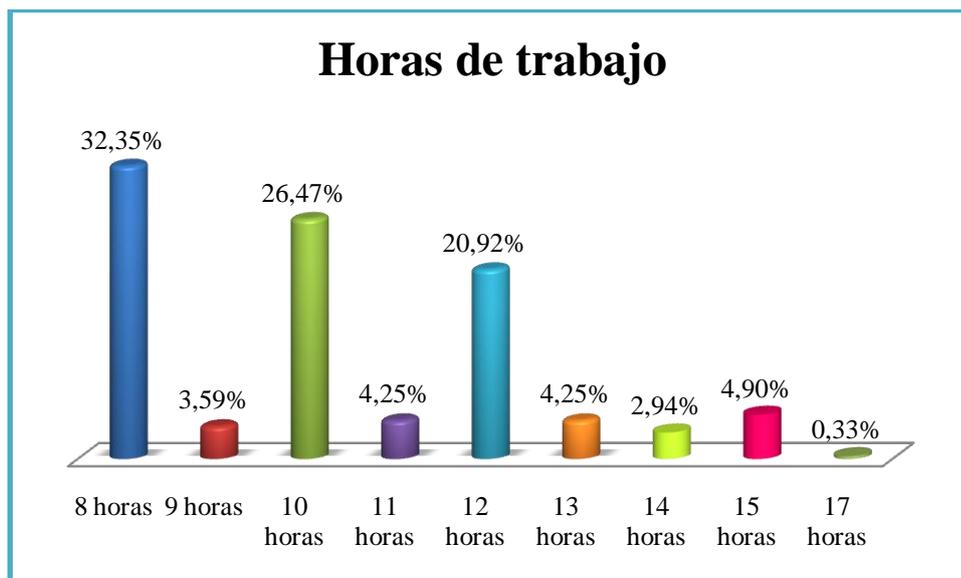
Elaborado por Alejandra Bonilla G

 **Análisis:** En la mayoría de los hogares encuestados, los padres trabajan en relación de dependencia.

4.7.1.2.3. Horas de trabajo:**Tabla 4. 7 Horas de trabajo del padre**

Estadísticos	
Horas de trabajo del padre	
Media	10,29
Desv. típ.	2,092
Rango	9
Mínimo	8
Máximo	17

Horas de trabajo del padre		
	Frecuencia	Porcentaje
8 horas	99	32,35%
9 horas	11	3,59%
10 horas	81	26,47%
11 horas	13	4,25%
12 horas	64	20,92%
13 horas	13	4,25%
14 horas	9	2,94%
15 horas	15	4,90%
17 horas	1	0,33%
Total	306	100,00%

Gráfico 4. 6 Horas de trabajo del padre

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G



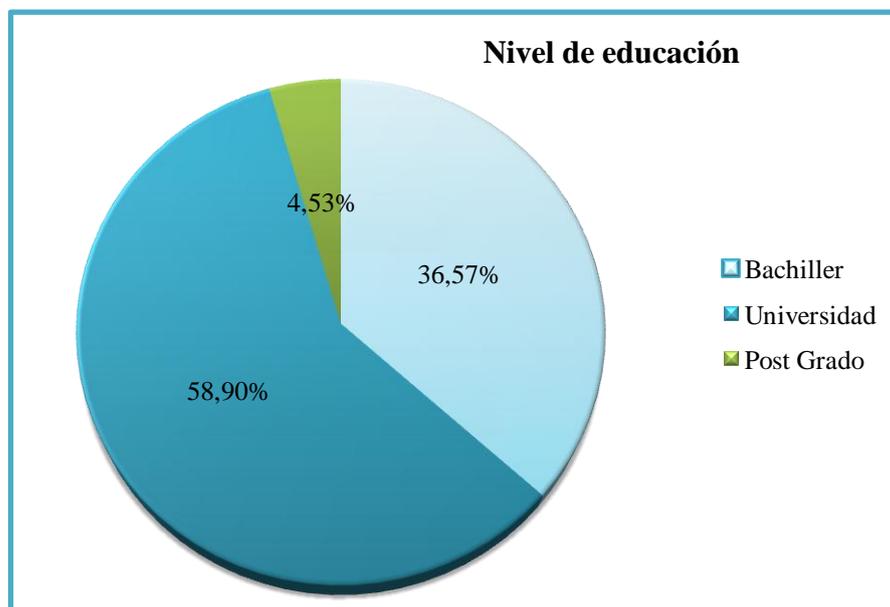
Análisis: En los hogares encuestados los padres trabajan en su mayoría entre 8, 10 y 12 horas al día, teniendo un promedio diario de trabajo de 10,29 horas.

4.7.1.2.4. Nivel de educación:

Tabla 4. 8 Nivel de educación del padre

Nivel de educación padre		
	Frecuencia	Porcentaje
Universidad	182	58,90%
Bachiller	113	36,57%
Post Grado	14	4,53%
Total	309	100,00%

Gráfico 4. 7 Nivel de educación del padre



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

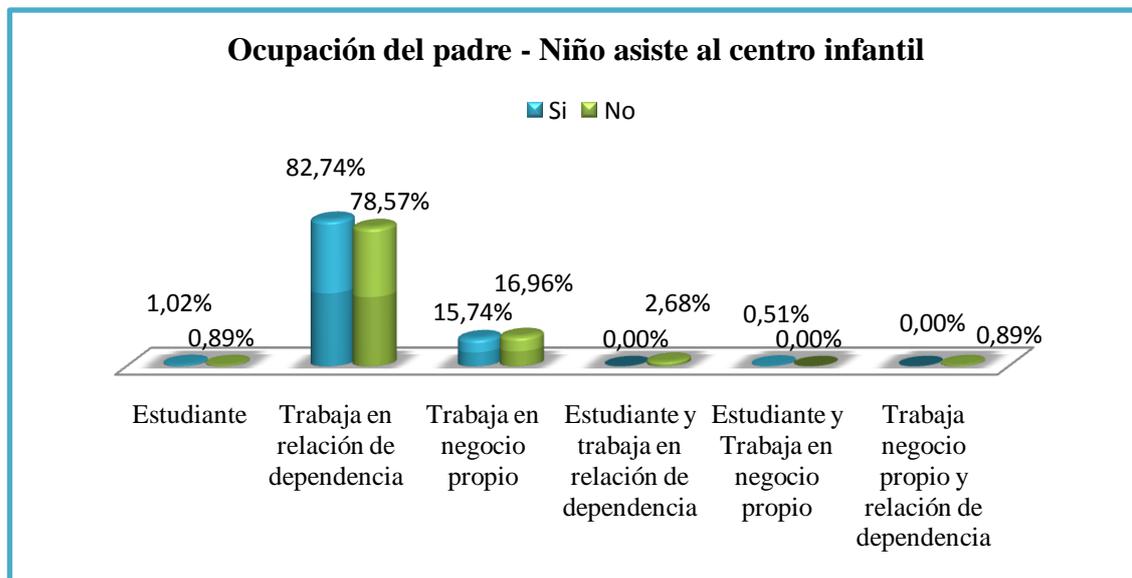
✿ **Análisis:** Más de la mitad de los padres de las familias encuestadas tienen un nivel de instrucción superior, el resto de encuestados sólo alcanzó el bachillerato y apenas un pequeño porcentaje ha realizado un posgrado.

4.7.1.2.5. Ocupación del padre – Niño asiste a un centro infantil:

Tabla 4. 9 Ocupación padre - Niño asiste a un centro infantil

Tabla de contingencia Ocupación del padre * Asiste a un Centro Infantil				
		Asiste a un Centro Infantil		Total
		Si	No	
Ocupación del padre	Estudiante	2	1	3
		1,02%	0,89%	0,97%
	Trabaja en relación de dependencia	163	88	251
		82,74%	78,57%	81,23%
	Trabaja en negocio propio	31	19	50
		15,74%	16,96%	16,18%
	Estudiante y trabaja en relación de dependencia	0	3	3
	0,00%	2,68%	0,97%	
Estudiante y Trabaja en negocio propio	1	0	1	
	0,51%	0,00%	0,32%	
Trabaja negocio propio y relación de dependencia	0	1	1	
	0,00%	0,89%	0,32%	
Total		197	112	309
		100,00%	100,00%	100,00%

Gráfico 4. 8 Ocupación padre - Niño asiste a un centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011
Elaborado por Alejandra Bonilla G

 **Análisis:** la mayoría de padres que envían al centro infantil son aquellos que trabajan.

4.7.1.3. DATOS PERSONALES DE LA MADRE:

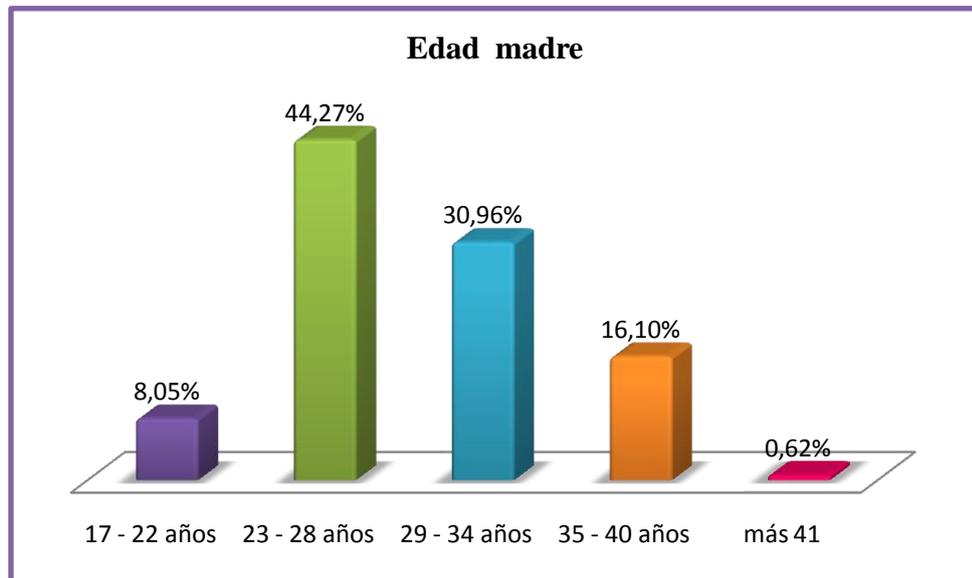
4.7.1.3.1 Edad:

Tabla 4. 10 Edad de la madre

Estadísticos	
Edad de la madre	
Media	28,75
Desv. típ.	4,921
Rango	24
Mínimo	17
Máximo	41

Edad intervalos madre		
	Frecuencia	Porcentaje
17 - 22 años	26	8,05%
23 - 28 años	143	44,27%
29 - 34 años	100	30,96%
35 - 40 años	52	16,10%
más 41	2	0,62%
Total	323	100,00%

Gráfico 4. 9 Edad de la madre



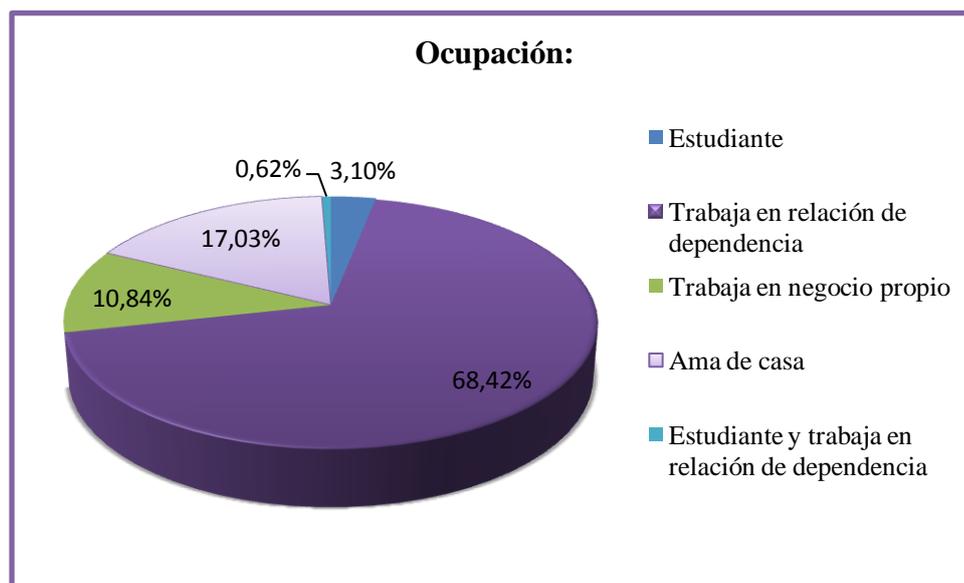
Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Análisis: en los hogares encuestados se encontró que la mayoría de mujeres son jóvenes, casi la mitad de las madres de familia tienen edades comprendidas entre los 23 y 28 años, seguidas por madres que tienen entre 29 y 34 años de edad, obteniendo un promedio de 28 años de edad para madres de familia con hijos menores de 6 años.

4.7.1.3.1 Ocupación:**Tabla 4. 11 Ocupación de la madre**

Ocupación madre		
	Frecuencia	Porcentaje
Trabaja en relación de dependencia	221	68,42%
Ama de casa	55	17,03%
Trabaja en negocio propio	35	10,84%
Estudiante	10	3,10%
Estudiante y trabaja en relación de dependencia	2	0,62%
Total	323	100,00%

Gráfico 4. 10 Ocupación de la madre

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G



Análisis: las madres de familia de los hogares encuestados en su mayoría trabajan en relación de dependencia.

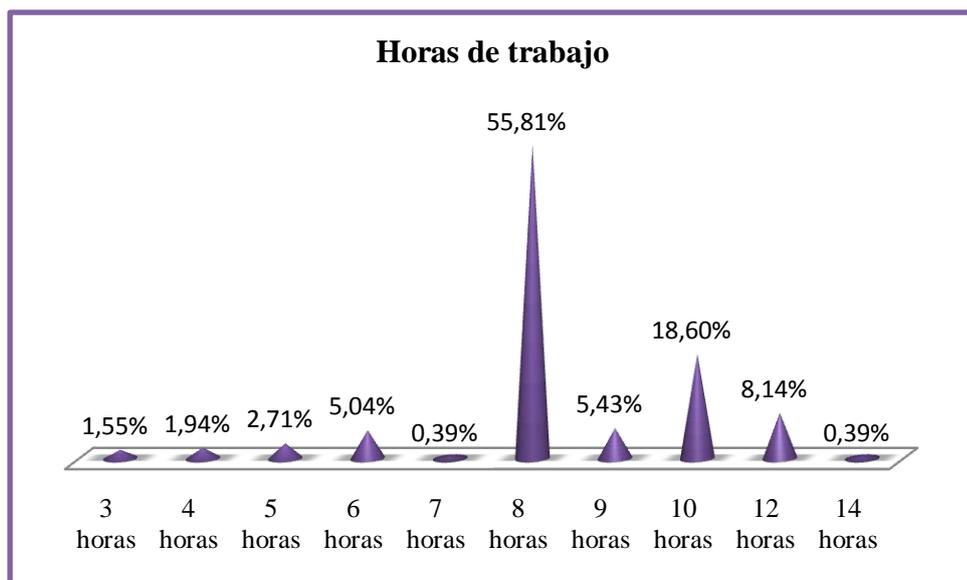
4.7.1.3.3 Horas de trabajo:

Tabla 4. 12 Horas de trabajo

Estadísticos	
Media	8,43
Desv. típ.	1,792
Rango	11
Mínimo	3
Máximo	14

Horas de trabajo de la madre		
	Frecuencia	Porcentaje
3 horas	4	1,55%
4 horas	5	1,94%
5 horas	7	2,71%
6 horas	13	5,04%
7 horas	1	0,39%
8 horas	144	55,81%
9 horas	14	5,43%
10 horas	48	18,60%
12 horas	21	8,14%
14 horas	1	0,39%
Total	258	100,00%

Gráfico 4. 11 Horas de trabajo madre



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

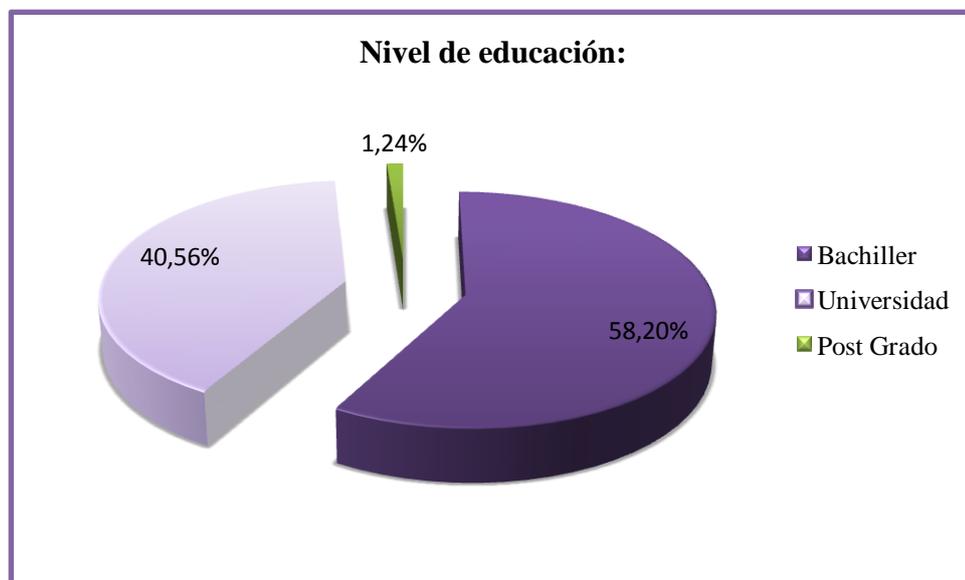
Análisis: la mitad de las madres de familia de los hogares encuestados trabajan 8 horas diarias, seguidas de un pequeño porcentaje que trabajan 10 horas, el promedio de trabajo de las mujeres es de 8,43 horas al día.

4.7.1.3.4 Nivel de educación:

Tabla 4. 13 Nivel de educación madre

Nivel de educación de la madre		
	Frecuencia	Porcentaje
Bachiller	188	58,20%
Universidad	131	40,56%
Post Grado	4	1,24%
Total	323	100,00%

Gráfico 4. 12 Nivel de educación madre



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

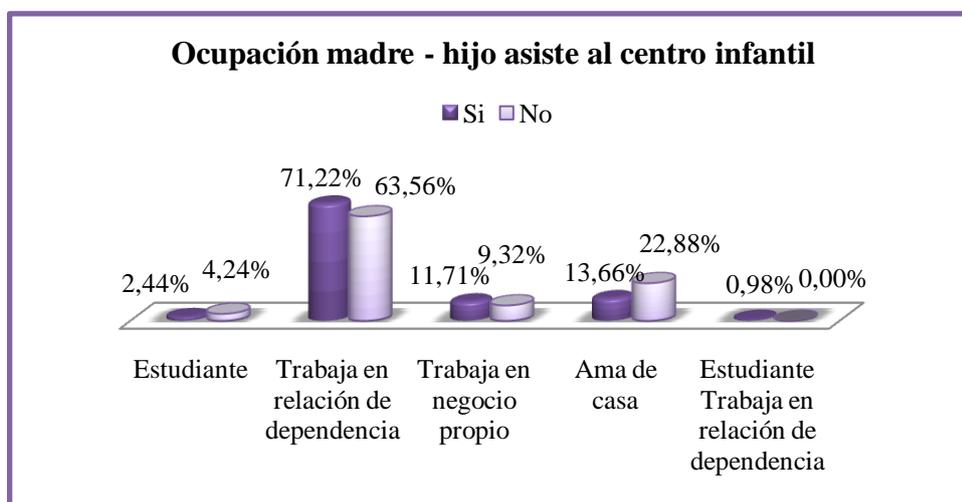
Análisis: más de la mitad de las madres encuestadas tienen un nivel de educación de bachilleres, el resto alcanzó sus estudios universitarios, y apenas un mínimo porcentaje realizó un postgrado.

4.7.1.3.5 Ocupación de la madre – Niño asiste a un centro infantil:

Tabla 4. 14 Ocupación de la madre - Asiste al centro infantil

Tabla de contingencia Ocupación de la madre * Asiste a un Centro Infantil				
		Asiste a un Centro Infantil		Total
		Si	No	
Ocupación de la madre	Estudiante	5	5	10
		2,44%	4,24%	3,10%
	Trabaja en relación de dependencia	146	75	221
		71,22%	63,56%	68,42%
	Trabaja en negocio propio	24	11	35
		11,71%	9,32%	10,84%
Ama de casa	28	27	55	
	13,66%	22,88%	17,03%	
Estudiante Trabaja en relación de dependencia	2	0	2	
	0,98%	0,00%	0,62%	
Total	205	118	323	
	100,00%	100,00%	100,00%	

Gráfico 4. 13 Ocupación madre - Asiste al centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011 Elaborado por Alejandra Bonilla G


Análisis: las madres que envían a sus hijos al centro infantil son aquellas que trabajan en relación de dependencia, las madres que son amas de casa la mitad prefieren cuidar ellas mismas de sus hijos.

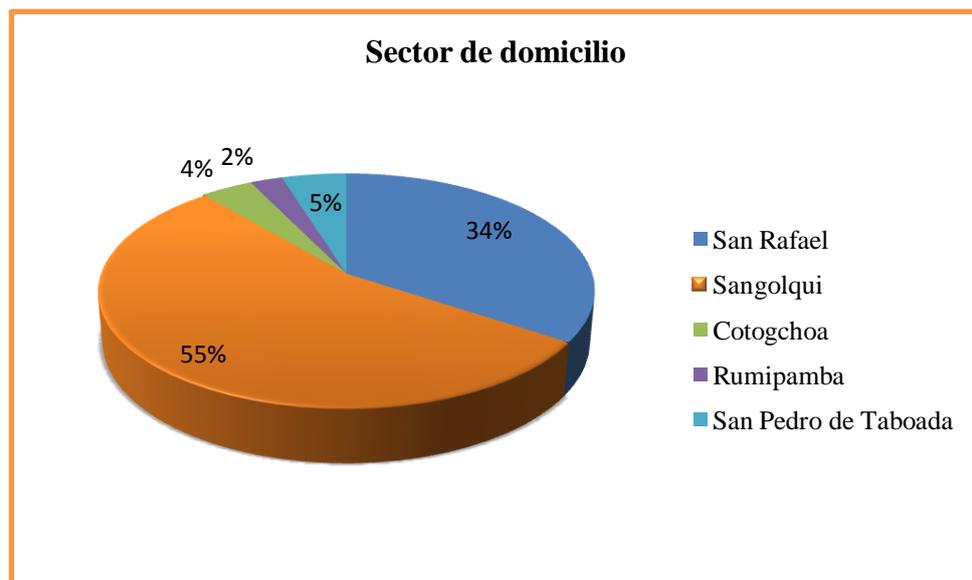
4.7.1.4 DATOS FAMILIARES:

4.7.1.4.1 Sector donde vive:

Tabla 4. 15 Sector de domicilio

Sector de domicilio		
	Frecuencia	Porcentaje
Sangolquí	181	54,52%
San Rafael	114	34,34%
San Pedro de Taboada	16	4,82%
Cotogchoa	13	3,92%
Rumipamba	8	2,41%
Total	332	100,00%

Gráfico 4. 14 Sector de domicilio



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

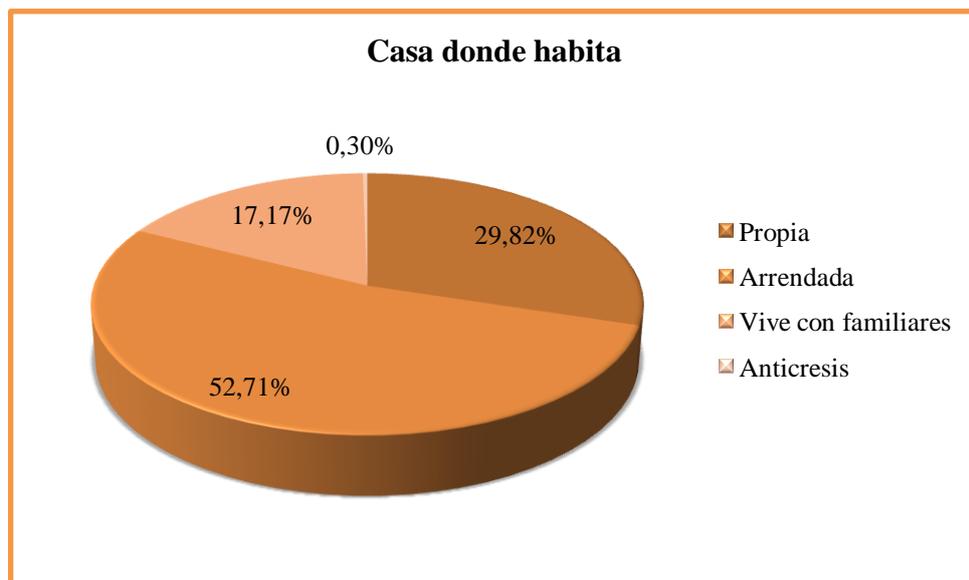
 **Análisis:** más de la mitad de las familias encuestadas viven en Sangolquí y San Rafael.

4.7.1.4.2 Casa en donde habitan:

Tabla 4. 16 Casa donde habitan

Casa donde habita		
	Frecuencia	Porcentaje
Arrendada	175	52,71%
Propia	99	29,82%
Vive con familiares	57	17,17%
Anticresis	1	0,30%
Total	332	100,00%

Gráfico 4. 15 Casa donde habitan



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

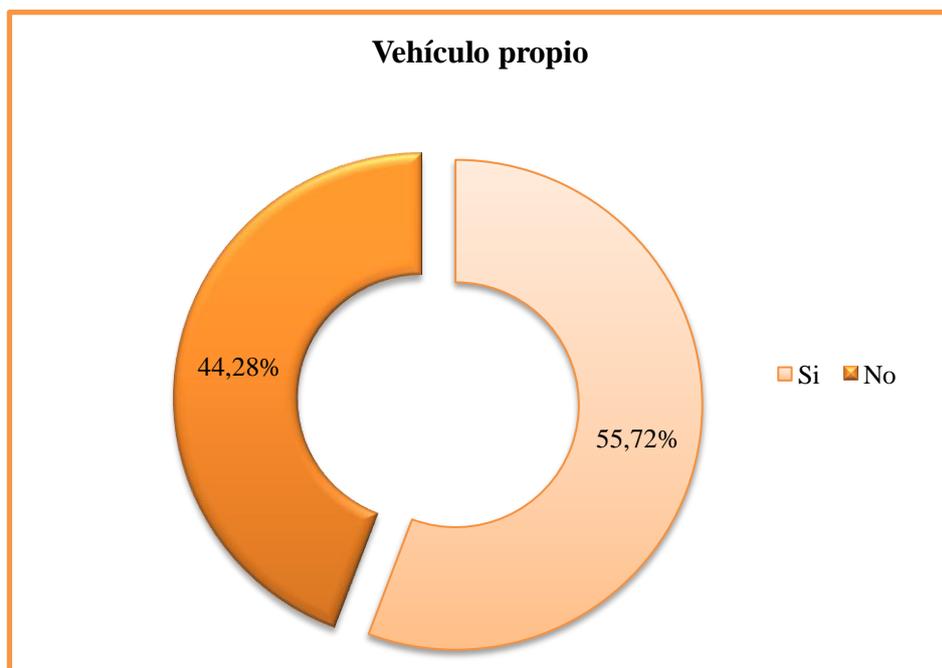
✿ **Análisis:** la mitad de las familias encuestadas viven en una casa arrendada, un pequeño porcentaje tiene casa propia y otra vive con sus familiares.

4.7.1.4.3 Vehículo propio:

Tabla 4. 17 Tiene vehículo propio:

Vehículo propio			N# vehículos por Familia	Frecuencia	Porcentaje	Total vehículos
	Frecuencia	Porcentaje				
Si	185	55,72%	1	151	81,62%	151
No	147	44,28%	2	34	18,38%	68
Total	332	100,00%	Total:	185 familias	100,00%	219

Gráfico 4. 16 ¿Tienen vehículo Propio?



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

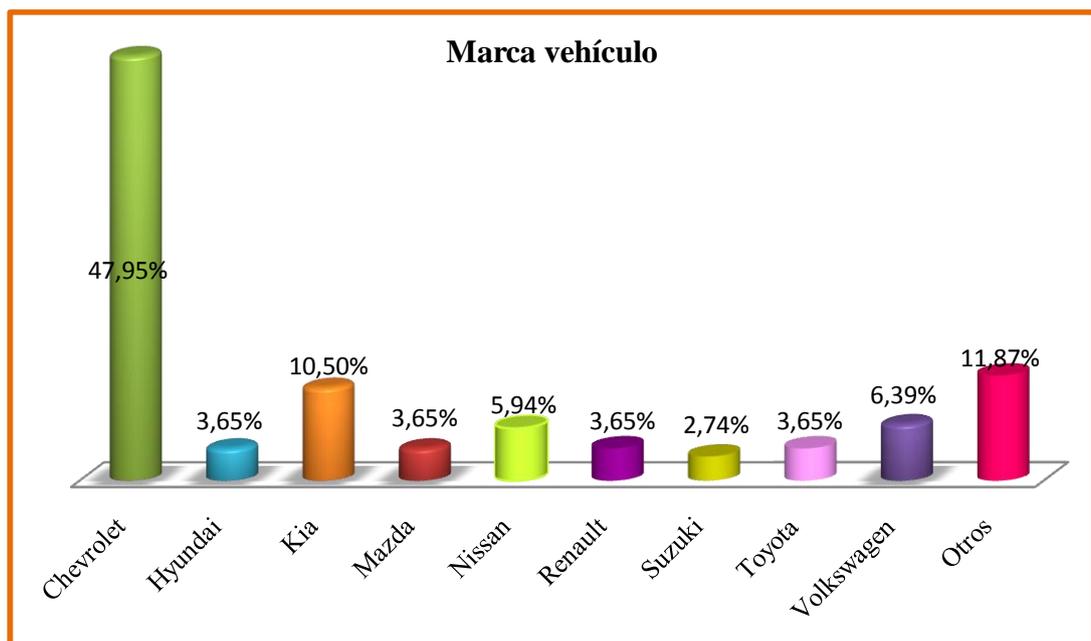
✿ **Análisis:** la mitad de las familias encuestadas tienen vehículo propio, de las cuales la mayoría de las familias poseen 1 vehículo.

4.7.1.4.4 Marca de vehículo:

Tabla 4. 18 Marca del vehículo

Marca de vehículo		
	Frecuencia	Porcentaje
Chevrolet	105	47,95%
Kia	23	10,50%
Volkswagen	14	6,39%
Nissan	13	5,94%
Hyundai	8	3,65%
Mazda	8	3,65%
Renault	8	3,65%
Toyota	8	3,65%
Suzuki	6	2,74%
Otros (ver anexo E)	26	11,87%
Total	219	100,00%

Gráfico 4. 17 Marca del vehículo



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

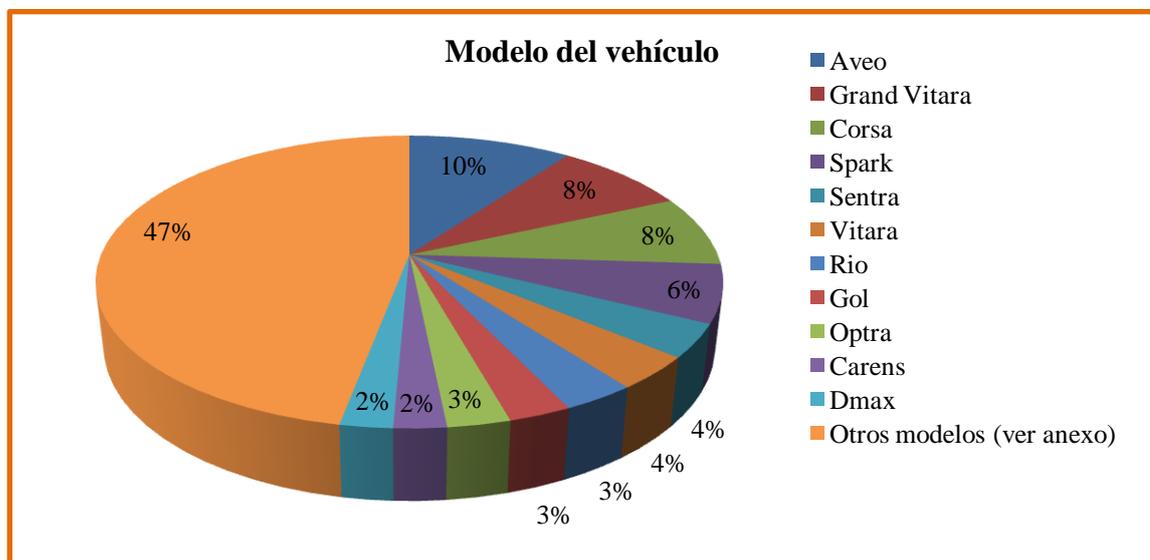

Análisis: más de la mitad de las familias encuestadas tienen vehículos de marca Chevrolet, Kia y Volkswagen. Con porcentajes menores al 2% se encuentran agrupas otras marcas como Cinascar, Citroen, Honda, Peugeot, entre otras.

4.7.1.4.5 Modelos de vehículos:

Tabla 4. 19 Modelo de vehículo

Modelo vehículo		
	Frecuencia	Porcentaje
Aveo	22	10,05%
Grand Vitara	18	8,22%
Corsa	17	7,76%
Spark	14	6,39%
Sentra	8	3,65%
Vitara	8	3,65%
Rio	7	3,20%
Gol	6	2,74%
Optra	6	2,74%
Carens	5	2,28%
Dmax	5	2,28%
Otros modelos (ver anexo F)	103	47,03%
Total:	219	100,00%

Gráfico 4. 18 Modelo del vehículo



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

 **Análisis:** los modelos de vehículos más cotizados por las familias encuestadas son Aveo, Gran Vitara, y Corsa, todos ellos de la marca Chevrolet. Los modelos de la marca Kia son Carens y Río, y de la marca Volkswagen es Gol

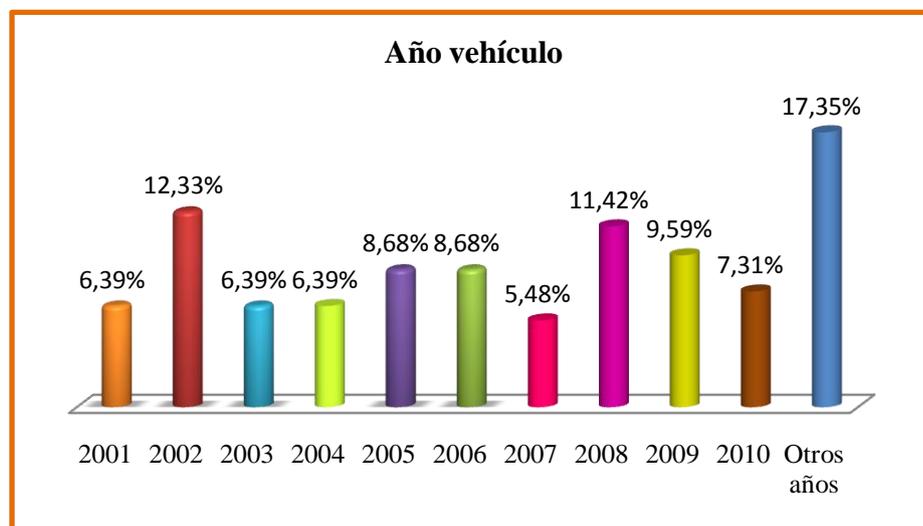
4.7.1.4.6 Años del vehículo:

Tabla 4. 20 Año del vehículo

Estadísticos descriptivos			
	Mínimo	Máximo	Media
Años del vehículo	1964	2011	6,92 años

Año del vehículo		
	Frecuencia	Porcentaje
2001	14	6,39%
2002	27	12,33%
2003	14	6,39%
2004	14	6,39%
2005	19	8,68%
2006	19	8,68%
2007	12	5,48%
2008	25	11,42%
2009	21	9,59%
2010	16	7,31%
Otros años (ver anexo G)	38	17,35%
Total	219	100,00%

Gráfico 4. 19 Año del vehículo



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G



Análisis: las familias que tienen vehículos la mayoría son de años a partir del 2001, con mayor porcentaje poseen vehículos del 2002, 2008 y 2009. La media es de 7 años de antigüedad de los vehículos.

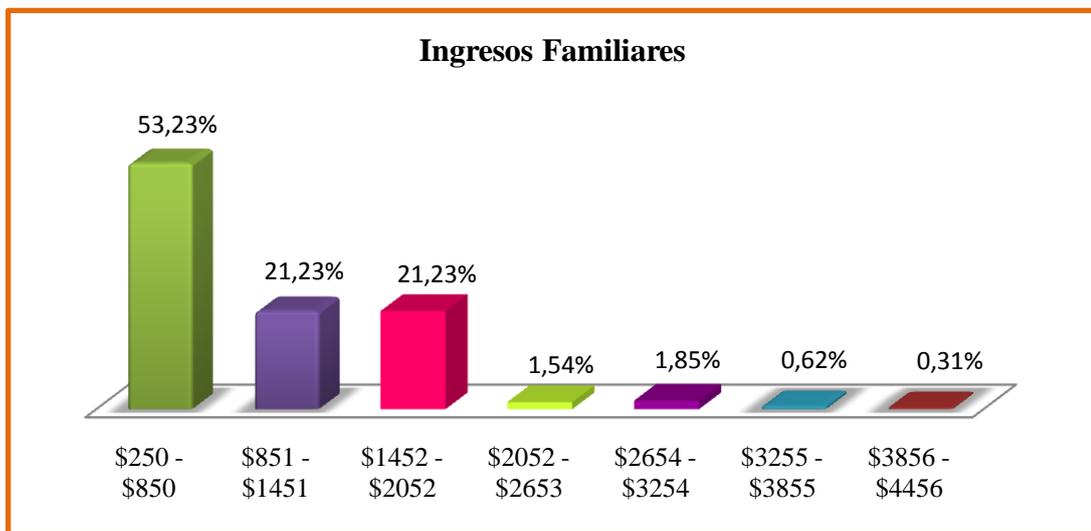
4.7.1.4.7 Ingresos Familiares:

Tabla 4. 21 Ingresos Familiares

Estadísticos descriptivos					
	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Ingreso Familiar	\$3.750,00	\$250,00	\$4.000,00	\$1.073,9538	\$614,90299

Ingresos familiares		
	Frecuencia	Porcentaje
\$250 - \$850	173	53,23%
\$851 - \$1451	69	21,23%
\$1452 - \$2052	69	21,23%
\$2052 - \$2653	5	1,54%
\$2654 - \$3254	6	1,85%
\$3255 - \$3855	2	0,62%
\$3856 - \$4456	1	0,31%
Total	325	100,00%

Gráfico 4. 20 Ingresos Familiares



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

✿ **Análisis:** más de la mitad de las familias tienen un que va desde los \$250 hasta los \$850, sin embargo el resto de familias obtienen un ingreso mensual que van desde los \$851 hasta los \$2052.

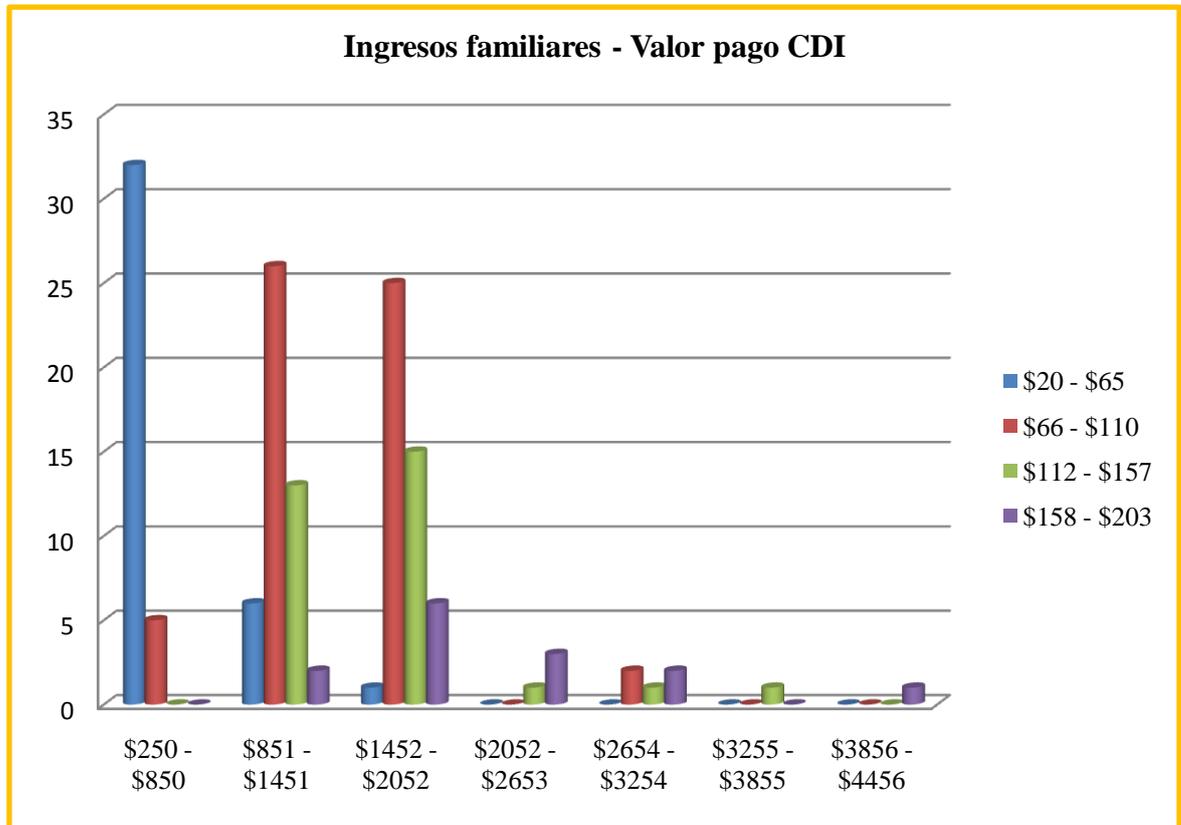
4.7.1.4.8 Ingresos de las familias – valor que está dispuesto a pagar por el servicio del centro infantil:

Tabla 4. 22 Ingresos Familiar - Valor del centro que está dispuesto a pagar

Tabla de contingencia Ingreso familiar * valor centro infantil						
		valor centro infantil				Total
		\$20 - \$65	\$66 - \$110	\$112 - \$157	\$158 - \$203	
Ingreso familiar	\$250 - \$850	32	5	0	0	37
		86,49%	13,51%	0,00%	0,00%	100,00%
		82,05%	8,62%	0,00%	0,00%	26,06%
	\$851 - \$1451	6	26	13	2	47
		12,77%	55,32%	27,66%	4,26%	100,00%
		15,38%	44,83%	41,94%	14,29%	33,10%
	\$1452 - \$2052	1	25	15	6	47
		2,13%	53,19%	31,91%	12,77%	100,00%
		2,56%	43,10%	48,39%	42,86%	33,10%
	\$2052 - \$2653	0	0	1	3	4
		0,00%	0,00%	25,00%	75,00%	100,00%
		0,00%	0,00%	3,23%	21,43%	2,82%
	\$2654 - \$3254	0	2	1	2	5
		0,00%	40,00%	20,00%	40,00%	100,00%
		0,00%	3,45%	3,23%	14,29%	3,52%
	\$3255 - \$3855	0	0	1	0	1
		0,00%	0,00%	100,00%	0,00%	100,00%
		0,00%	0,00%	3,23%	0,00%	0,70%
	\$3856 - \$4456	0	0	0	1	1
		0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	100,00%
0,00%		0,00%	0,00%	7,14%	0,70%	
Total	39	58	31	14	142	
	27,46%	40,85%	21,83%	9,86%	100,00%	
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Gráfico 4. 21 Ingreso familiar - Valor que está dispuesto a pagar

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

🌱 Análisis: las familias que ganan entre \$250 - \$850 en su mayoría están dispuestos a pagar por el servicio del centro infantil entre \$20 y \$65, para los que tienen ingresos entre los \$851 hasta los \$2052 el valor que están dispuestos a pagar varía entre los \$66 y \$110.

4.7.1.5 HIJOS MENORES DE SEIS AÑOS:**4.7.1.5.1 Hijos menores de 6 años:****Tabla 4. 23 Hijos menores de seis años**

Hijos menores de 6 años		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	332	100,00%
No	0	0,00%

Gráfico 4. 22 Hijos menores de seis años

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

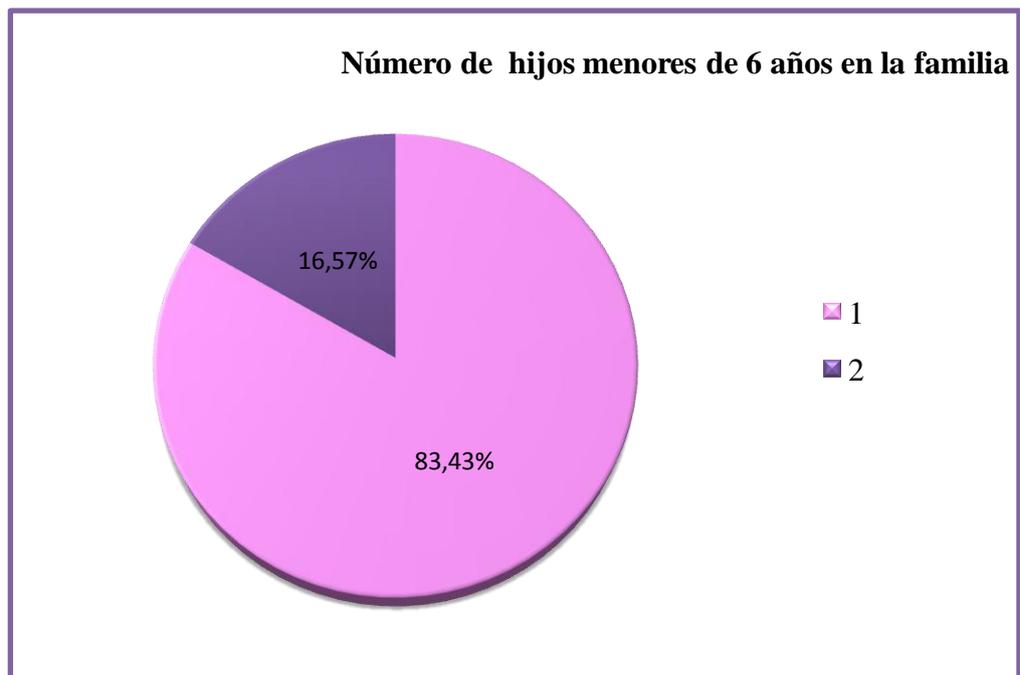
Elaborado por Alejandra Bonilla G

 **Análisis:** la totalidad de familias encuestadas tienen hijos menores de 6 años.

4.7.1.5.2 Número de hijos menores de 6 años:**Tabla 4. 24 Número de hijos menores de seis años**

Estadísticos descriptivos					
	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Número de hijos	1	1	2	1,17	,372

Número de hijos		
	Frecuencia	Porcentaje
1	277	83,43%
2	55	16,67%
Total	332	100,00%

Gráfico 4. 23 Número de hijos menores de seis años

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

 **Análisis:** la mayoría de familias encuestadas tienen un hijo menor de seis años.

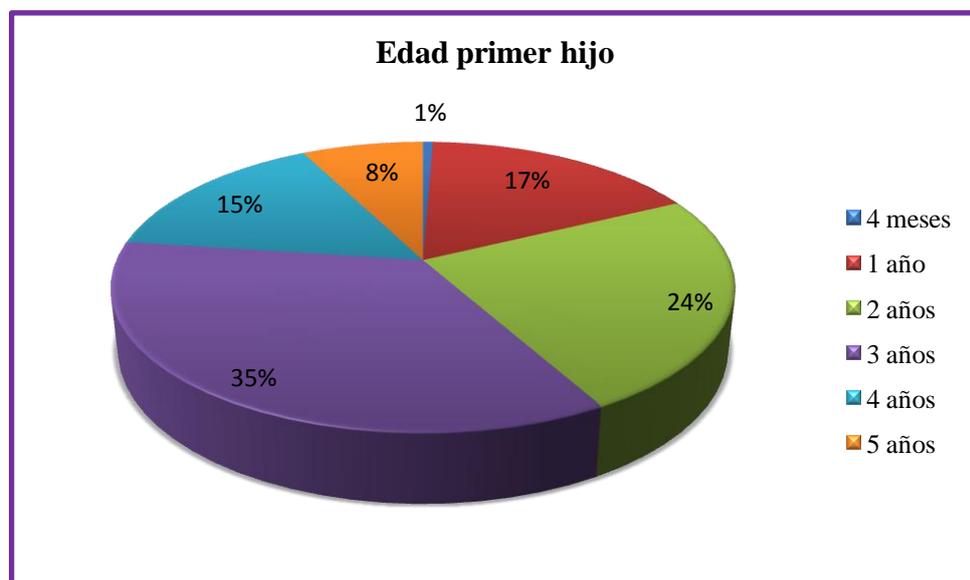
4.7.1.5.3 Edad primer hijo:

Tabla 4. 25 Edad del primer hijo

Estadísticos descriptivos					
	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Edad del primer hijo	4,60	,40	5,00	2,7042	1,15750

Edad del primer hijo		
	Frecuencia	Porcentaje
4 meses	2	0,60%
1 año	57	17,17%
2 años	80	24,10%
3 años	117	35,24%
4 años	51	15,36%
5 años	25	7,53%
Total	332	100,00%

Gráfico 4. 24 Edad del primer hijo



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

 **Análisis:** en la mayoría de las familias encuestadas tienen hijos menores de 6 años que tienen edades de 2 y 3 años.

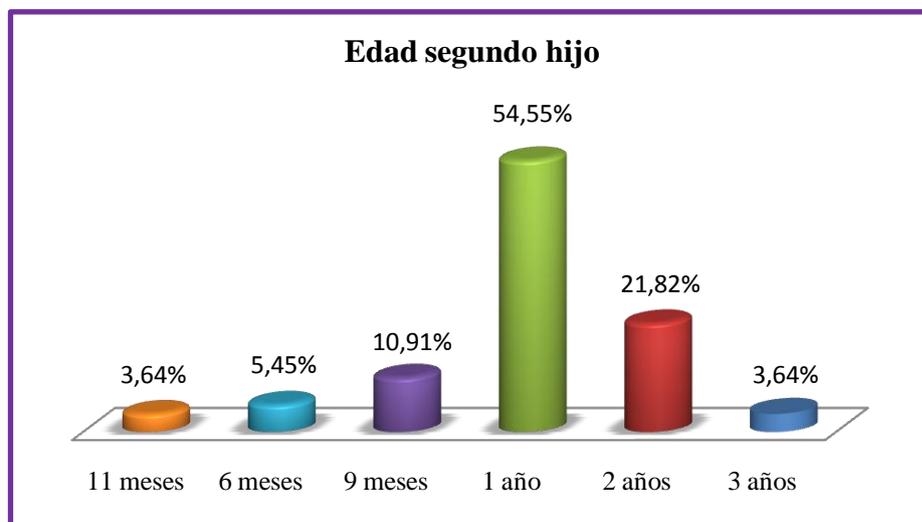
4.7.1.5.4 Edad del segundo hijo:

Tabla 4. 26 Edad del segundo Hijo

Estadísticos descriptivos					
	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Edad del segundo hijo	3,89	,11	4,00	1,2622	,72449

Edad del segundo hijo		
	Frecuencia	Porcentaje
11 meses	2	3,64%
6 meses	3	5,45%
9 meses	6	10,91%
1 año	30	54,55%
2 años	12	21,82%
3 años	2	3,64%
Total	55	100,00%

Gráfico 4. 25 Edad del segundo Hijo



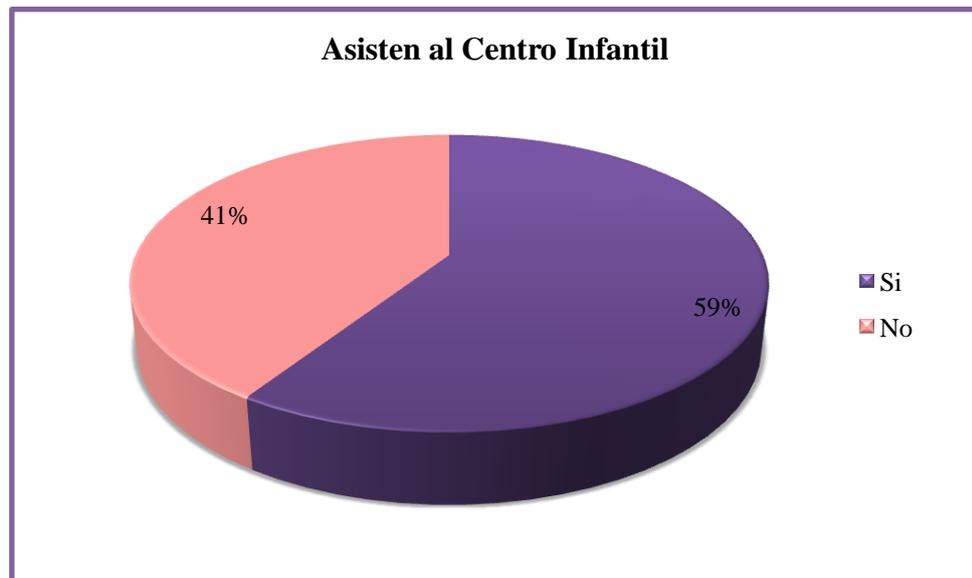
Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G


Análisis: en la mayoría de las familias encuestadas que tienen dos hijos menores de 6 años, las edades de los segundos hijos en su mayoría es de 1 año, estableciendo así una media de 1,26 años.

4.7.1.5.5 Asisten a un Centro Infantil:**Tabla 4. 27 ¿Asiste el niño a un centro infantil?**

Asisten al Centro Infantil:		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	229	59,17%
No	158	40,83%
Total	387	100,00%

Gráfico 4. 26 ¿Asiste el niño a un centro infantil?

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

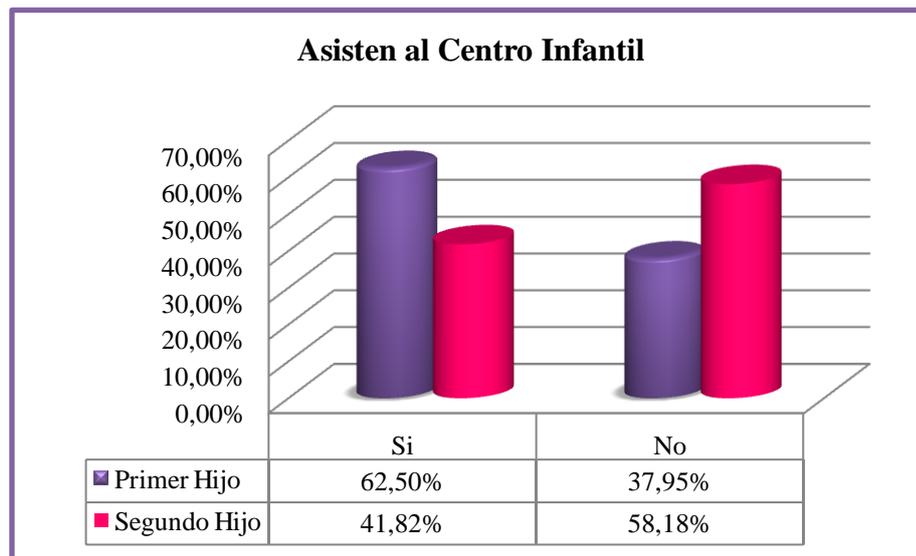
 **Análisis:** más de la mitad de las familias encuestadas envían a sus hijos a Centros de desarrollo infantiles.

4.7.1.5.6 Hijos – Asiste al centro infantil:

Tabla 4. 28 Hijos - Asisten a un centro infantil:

Hijos * Asiste a un Centro Infantil			
	Asiste a un Centro Infantil		Total
	Si	No	
Primer Hijo	206	126	332
%	62,05%	37,95%	100,00%
Segundo Hijo	23	32	55
%	41,82%	58,18%	100,00%
Total	229	158	387
%	59,17%	40,83%	100,00%

Gráfico 4. 27 Hijos - Asisten al centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

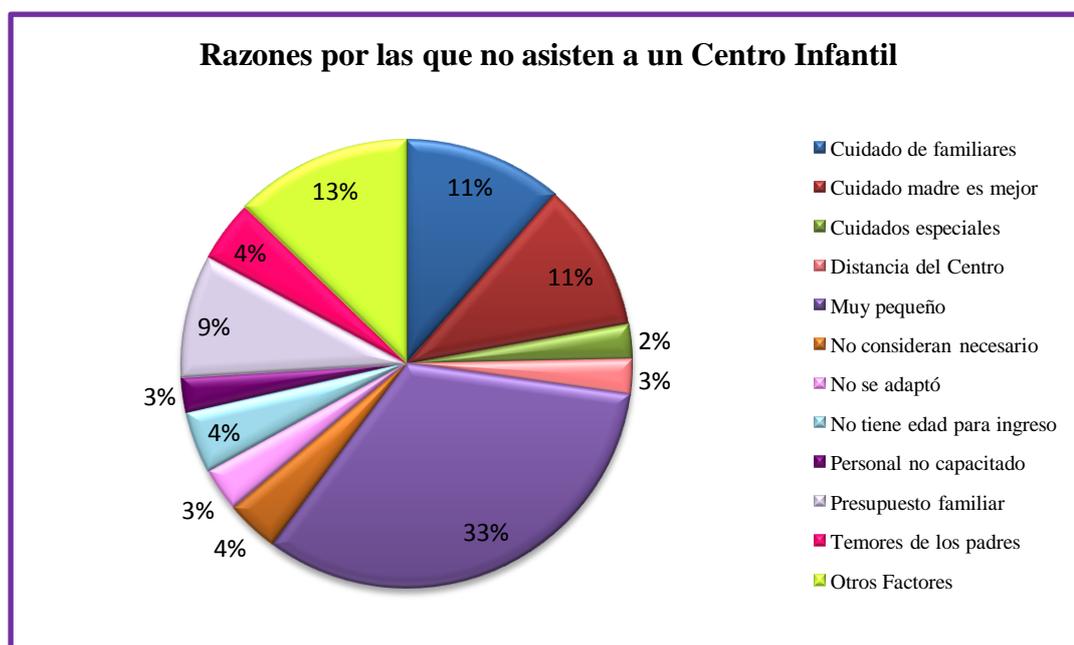
🌱 Análisis: la mayoría de familias sí envían al centro infantil a sus primeros hijos; las familias que tienen dos hijos, a los segundos a la mayoría no los envían.

4.7.1.5.7 Razón por la que no asisten al Centro Infantil:

Tabla 4. 29 Razón por la que no asisten al centro infantil

¿Por qué no asiste a un Centro Infantil?		
	Frecuencia	Porcentaje
Muy pequeño	52	32,91%
Cuidado de familiares	18	11,39%
Cuidado madre es mejor	17	10,76%
Presupuesto familiar	14	8,86%
No tiene edad para ingreso	7	4,43%
Temores de los padres	7	4,43%
No consideran necesario	6	3,80%
No se adaptó	5	3,16%
Cuidados especiales	4	2,53%
Distancia del Centro	4	2,53%
Personal no capacitado	4	2,53%
Otros Factores (ver anexo H)	20	12,66%
Total	158	100,00%

Gráfico 4. 28 Razones por las que no asiste al centro infantil:



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

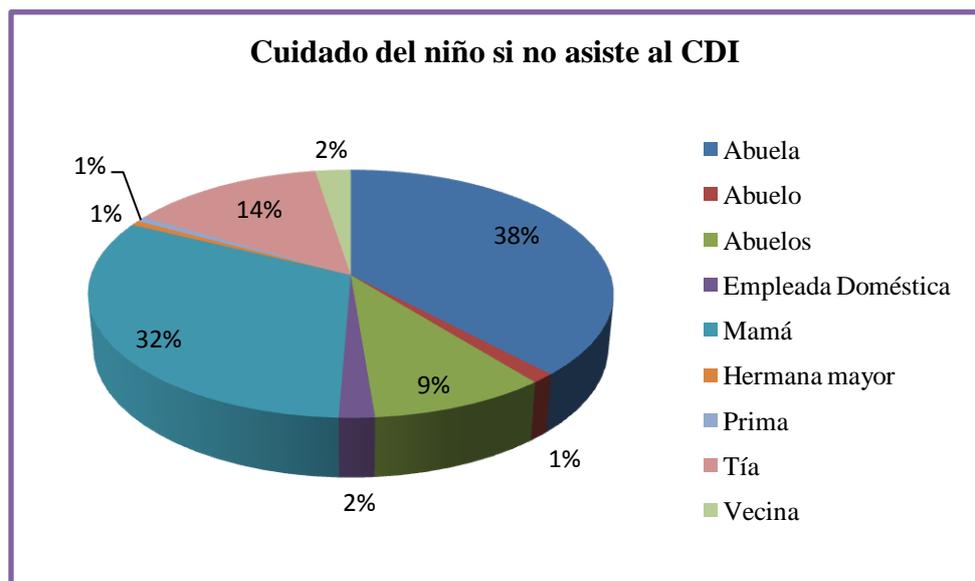

Análisis: las principales razones por la que los padres no envían a sus hijos a los centros infantiles es porque consideran que son muy pequeños, porque existe un familiar que cuide de ellos y porque no hay mejor cuidado que el de la madre.

4.7.1.5.8 Cuidado del niño si no asiste a un Centro Infantil:

Tabla 4. 30 Cuidado del niño si no asiste al centro infantil

Cuidado del niño si no asiste al Centro Infantil		
	Frecuencia	Porcentaje
Abuela	60	37,97%
Abuelo	2	1,27%
Abuelos	15	9,49%
Mamá	50	31,65%
Tía	22	13,92%
Vecina	4	2,53%
Empleada Doméstica	3	1,90%
Hermana mayor	1	0,63%
Prima	1	0,63%
Total	158	100,00%

Gráfico 4. 29 Cuidado del niño si no asiste al centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G



Análisis: las familias que no envían a sus hijos a un centro infantil, quién cuida de ellos son las abuelas y las propias madres.

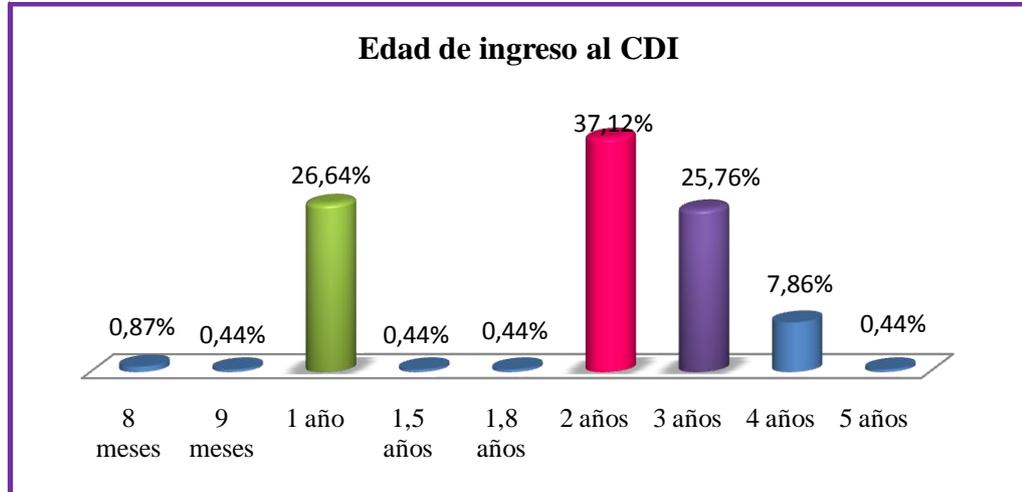
4.7.1.5.9 Edad de ingreso al centro Infantil:

Tabla 4. 31 Edad de ingresos al centro infantil

	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Edad que ingresó al Centro Infantil	0,8	5,0	2,140	,9380

Edad que ingresó al Centro Infantil		
	Frecuencia	Porcentaje
8 meses	2	0,87%
9 meses	1	0,44%
1 año	61	26,64%
1,5 años	1	0,44%
1,8 años	1	0,44%
2 años	85	37,12%
3 años	59	25,76%
4 años	18	7,86%
5 años	1	0,44%
Total	229	100,00%

Gráfico 4. 30 Edad de ingreso al centro infantil

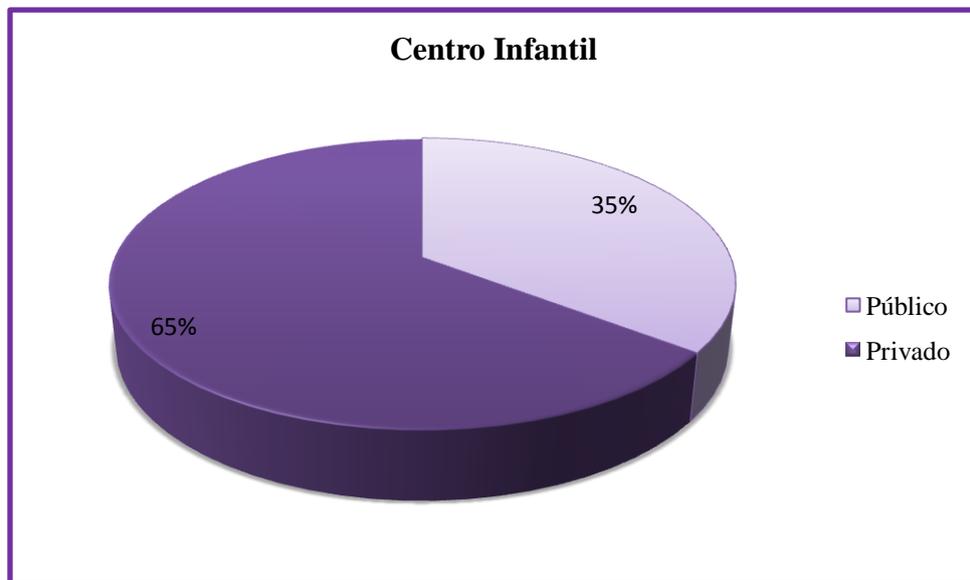


Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011 Elaborado por Alejandra Bonilla G

🌱 Análisis: la edad promedio de ingreso de los niños menores de seis años al centro infantil es de 2,14 años. Las familias encuestadas enviaron a sus hijos a los centros infantiles a los 2 años y seguidos de familias que enviaron a sus hijos al 1 y 3 años.

4.7.1.5.10 Centro Infantil es:**Tabla 4. 32 Centro infantil**

Centro Infantil		
	Frecuencia	Porcentaje
Público	81	35,4%
Privado	148	64,6%
Total	229	100,0%

Gráfico 4. 31 Centro Infantil

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

 **Análisis:** La mayoría de familias tienen a sus hijos en centros de desarrollo infantil privados.

4.7.2 EDUCACIÓN INICIAL:

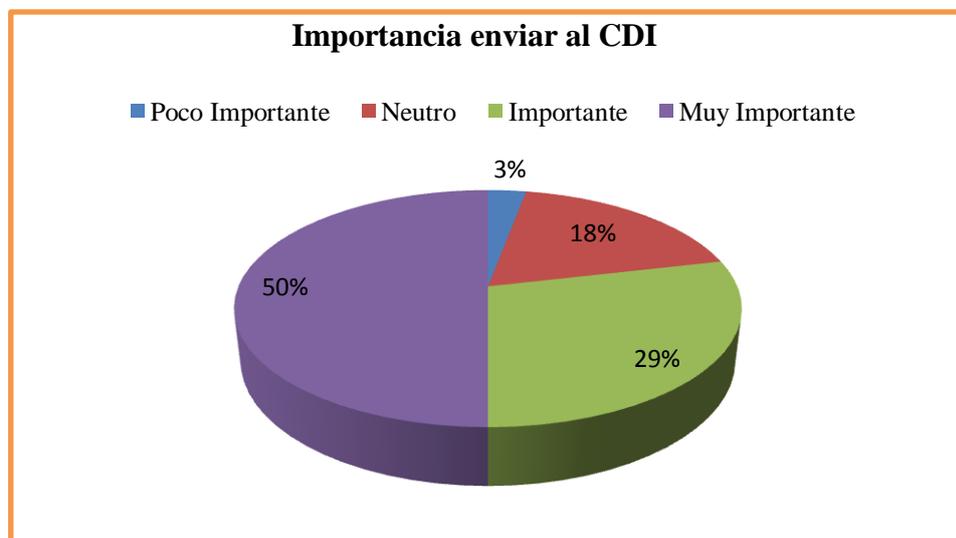
4.7.2.1 Importancia de que los niños menores de 5 años asistan a un centro infantil:

Tabla 4. 33 Importancia de asistir a un centro infantil

Estadísticos		
Media	Mínimo	Máximo
4,26	2	5

Importancia que los niños menores de 5 asistan al Centro Infantil		
	Frecuencia	Porcentaje
Poco Importante	6	2,91%
Neutro	38	18,45%
Importante	59	28,64%
Muy Importante	103	50,00%
Total	206	100,00%

Gráfico 4. 32 Importancia de asistir a un centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

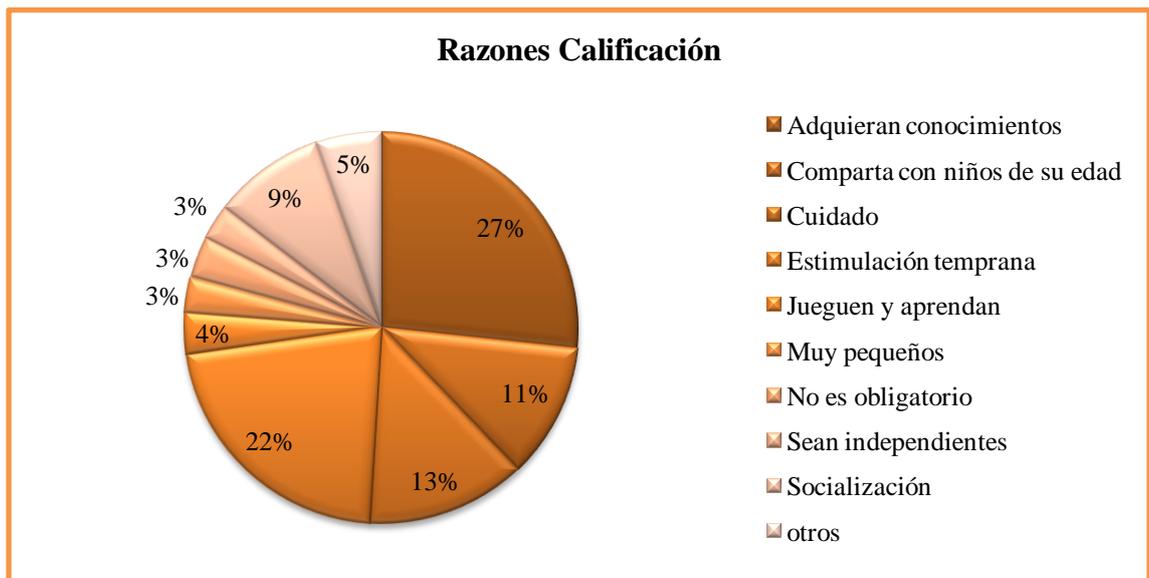
 **Análisis:** la mitad de las familias encuestadas consideran que es muy importante enviarles a centros de desarrollo infantil a sus hijos.

4.7.2.2 Razones para enviar al centro infantil:

Tabla 4. 34 Razones para calificar la importancia de enviar al centro infantil

¿Por qué calificaron?		
	Frecuencia	Porcentaje
Adquieran conocimientos	55	26,70%
Estimulación temprana	45	21,84%
Cuidado	27	13,11%
Comparta con niños de su edad	23	11,17%
Socialización	19	9,22%
Jueguen y aprendan	7	3,40%
No es obligatorio	7	3,40%
Muy pequeños	6	2,91%
Sean independientes	6	2,91%
Otros (ver anexo I)	11	5,34%
Total	206	100,00%

Gráfico 4. 33 Razones para calificar la importancia de enviar al centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

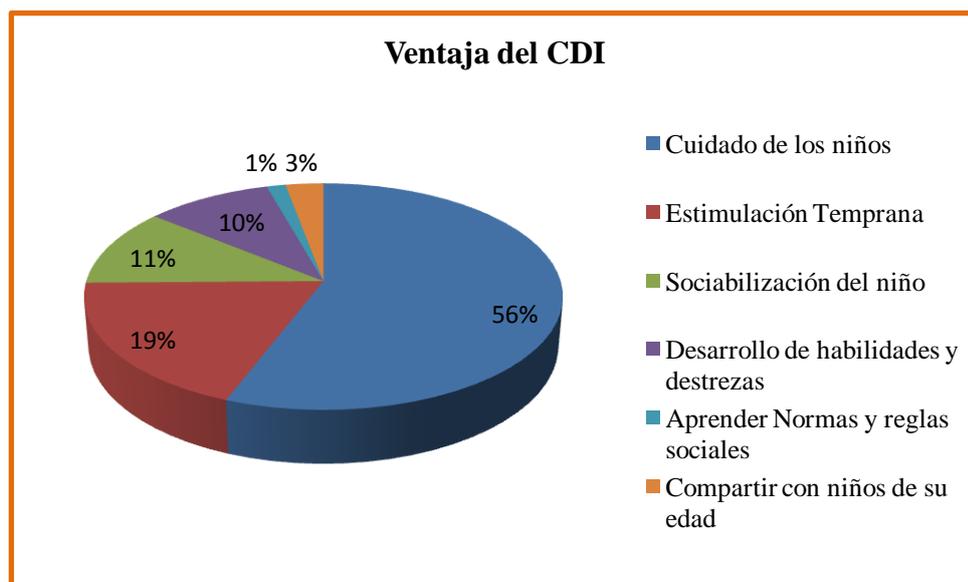
Análisis: las familias encuestadas consideran que es importante enviar a los centros infantiles porque adquieren conocimientos, y por la estimulación temprana, sin embargo existe familias que dieron menores calificaciones que no es obligatorio enviarlos y que son muy pequeños.

4.7.2.3 Principal ventaja que encuentran al enviar a los niños al centro infantil:

Tabla 4. 35 Principal ventaja que encuentra al enviar a los niños al centro infantil

Ventaja que los niños asistan al Centro Infantil		
	Frecuencia	Porcentaje
Cuidado de los niños	115	55,83%
Estimulación Temprana	39	18,93%
Sociabilización del niño	23	11,17%
Desarrollo de habilidades y destrezas	20	9,71%
Compartir con niños de su edad	6	2,91%
Aprender Normas y reglas sociales	3	1,46%
Total	206	100,00%

Gráfico 4. 34 Principal ventaja que encuentra al enviar a los niños al centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

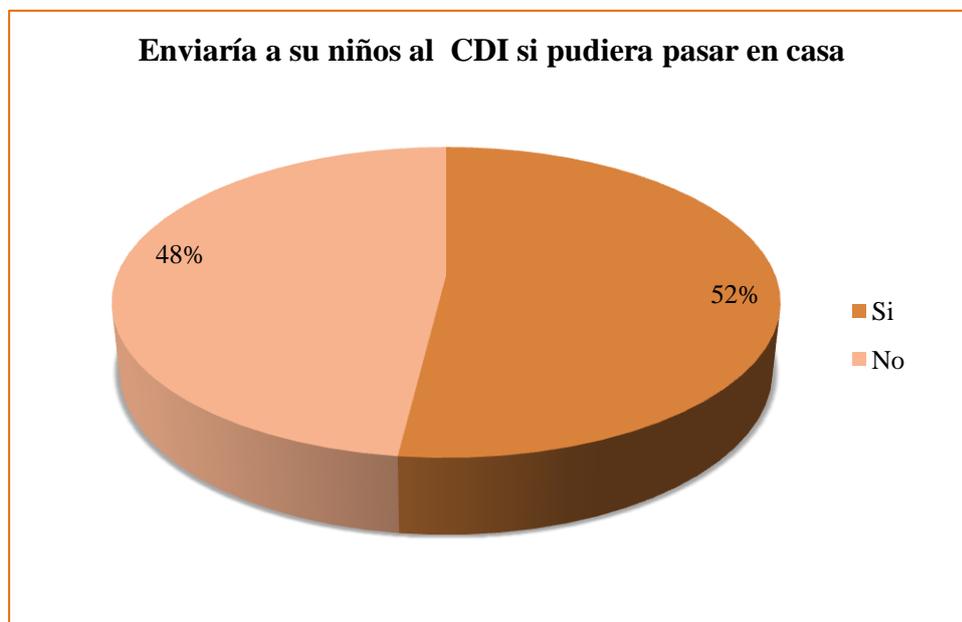
✿ Análisis: más de la mitad de familias encuentra que la principal ventaja de enviarles al centro infantil a los niños es por el cuidado mientras ellos no lo pueden hacer, especialmente actividades como el trabajo.

4.7.2.4 Si tuviera la oportunidad de pasar en casa, enviaría a su hijo a un centro infantil:

Tabla 4. 36 ¿Enviaría al niño al centro infantil si pudiera pasar en casa?

¿Enviaría al niño al Centro Infantil si pasará en casa?		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	107	51,94%
No	99	48,06%
Total	206	100,00%

Gráfico 4. 35 Enviaría al niño a un centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

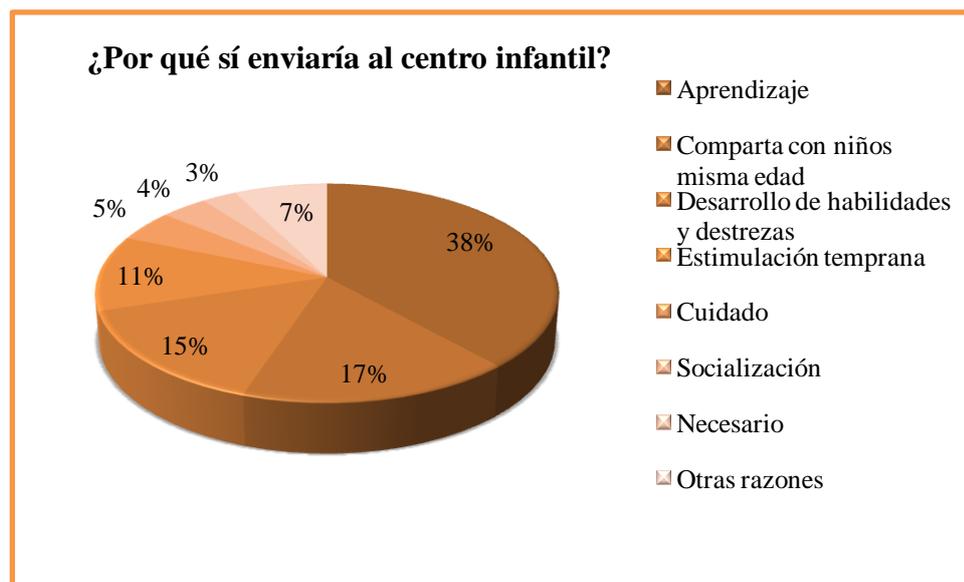
🌱 Análisis: existe una equidad entre las familias que si enviarían a sus hijos a un centro infantil aún si ellas tuvieran la oportunidad de pasar en casa y cuidarlos con las familias que no enviarían a sus hijos, que preferirían quedarse con ellos y cuidarlos.

4.7.2.5 Razones por las que sí enviaría al niño al centro infantil, aunque tuviera la oportunidad de pasar en casa:

Tabla 4. 37 Razonas por las que sí enviaría a los niños al centro infantil

¿Por qué sí enviaría al niño al centro infantil?		
	Frecuencia	Porcentaje
Aprendizaje	41	38,32%
Comparta con niños misma edad	18	16,82%
Desarrollo de habilidades y destrezas	16	14,95%
Estimulación temprana	12	11,21%
Cuidado	5	4,67%
Socialización	4	3,74%
Necesario	3	2,80%
Otras razones (ver anexo J)	8	7,48%
Total	107	100,00%

Gráfico 4. 36 ¿Por qué sí enviaría al centro infantil?



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

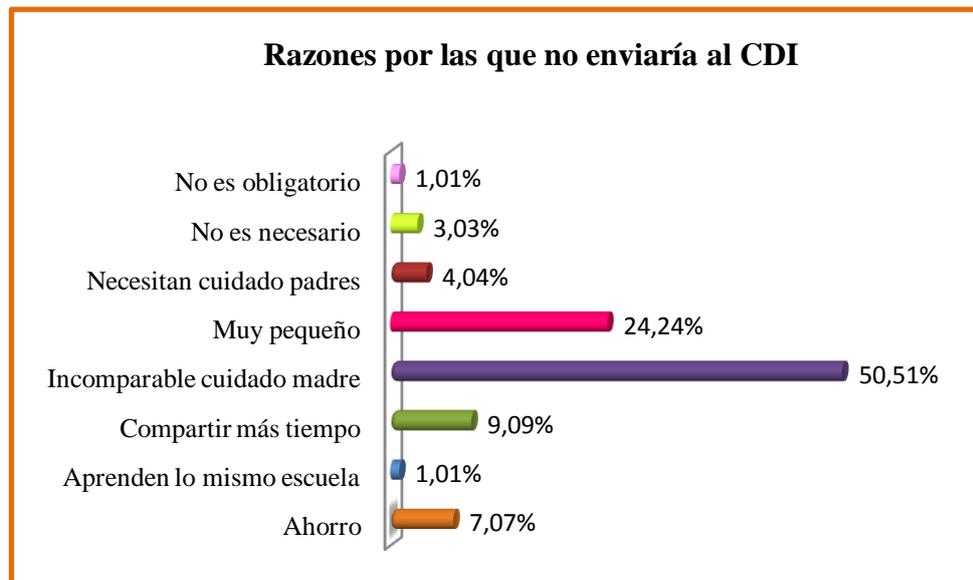
Análisis: las familias encuestadas si tuvieran la oportunidad de pasar en casa y cuidar de sus hijos menores de 6 años, sí enviarían al centro infantil por motivos del aprendizaje, porque comparta con niños de la misma edad, y porque desarrolle habilidades y destrezas.

4.7.2.6 Razones por las que no enviaría al niño al centro infantil, aunque tuviera la oportunidad de pasar en casa:

Tabla 4. 38 Razones por las que no enviaría a un niño al centro infantil

¿Por qué enviaría al niño?		
	Frecuencia	Porcentaje
Incomparable cuidado madre	50	50,51%
Muy pequeño	24	24,24%
Compartir más tiempo	9	9,09%
Ahorro	7	7,07%
Necesitan cuidado padres	4	4,04%
No es necesario	3	3,03%
Aprenden lo mismo escuela	1	1,01%
No es obligatorio	1	1,01%
Total	99	100,00%

Gráfico 4. 37 Razones por las que no enviaría al centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

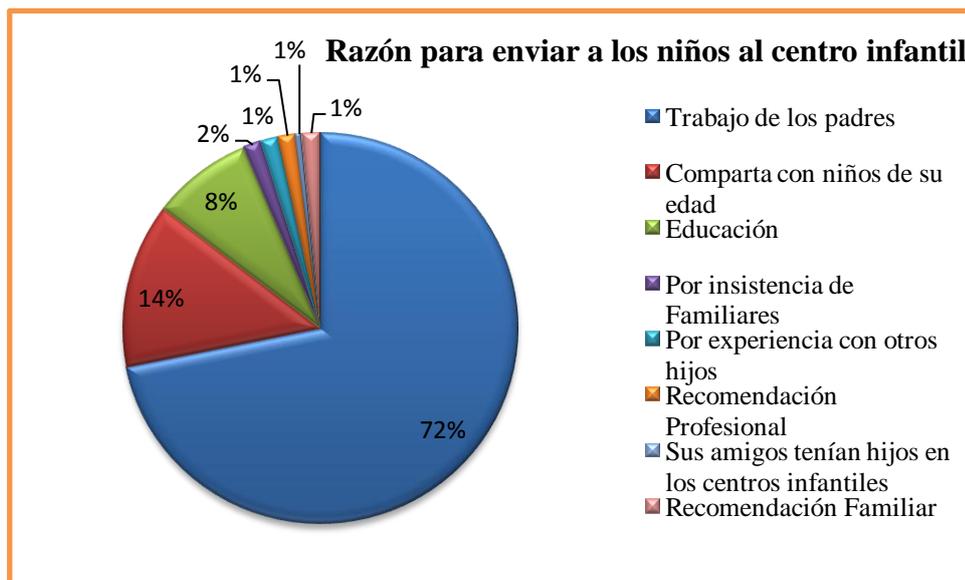
🌱 Análisis: las familias encuestadas si tuvieran la oportunidad de pasar en casa y cuidar de sus hijos menores de 6 años, y que no enviarían a sus hijos al centro infantil se debe a que consideran que el cuidado de la madre es incomparable y que son muy pequeños para alejarse de ellas.

4.7.2.7 Principal razón por la que buscaron un centro infantil para el niño:

Tabla 4. 39 Principal razón para enviar al centro infantil:

Principal razón para enviar al niño al Centro Infantil		
	Frecuencia	Porcentaje
Trabajo de los padres	148	71,84%
Comparta con niños de su edad	28	13,59%
Educación	17	8,25%
Por insistencia de Familiares	3	1,46%
Por experiencia con otros hijos	3	1,46%
Recomendación Profesional	3	1,46%
Recomendación Familiar	3	1,46%
Sus amigos tenían hijos en los centros infantiles	1	0,49%
Total	206	100,00%

Gráfico 4. 38 Principal razón para enviar al centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

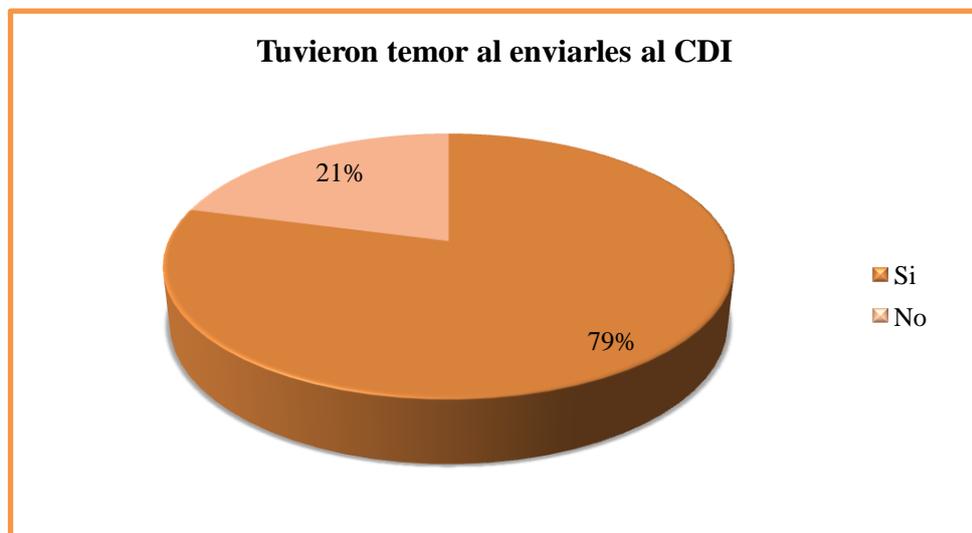
🌱 Análisis: la principal razón por la que la mayoría de familias encuestadas tomaron la decisión de buscar centros de desarrollo infantil para sus hijos fue por el trabajo de los padres, ya que no tenían con quién dejarlos.

4.7.2.8 Tuvieron temores cuando llevaron por primera vez al niño al centro infantil:

Tabla 4. 40 Tuvieron temores los padres de familia

Tuvieron temores		
	Frecuencia	Porcentaje
Si	163	79,13%
No	43	20,87%
Total	206	100,00%

Gráfico 4. 39 Tuvieron temores los padres de familia



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

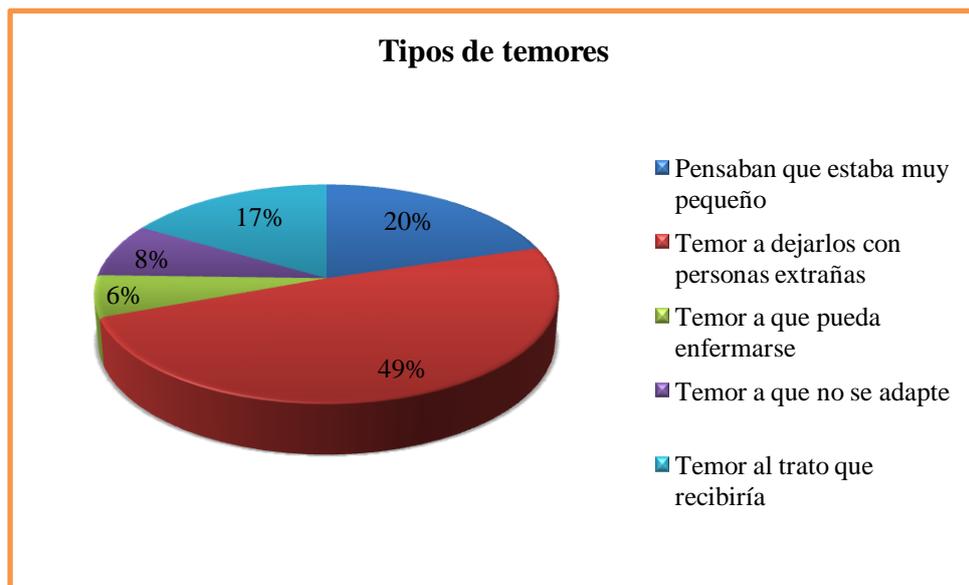
✿ **Análisis:** la mayoría de familias encuestadas, si tuvieron temor al enviarle a sus hijos al centro infantil.

4.7.2.9 Tipos de temores:

Tabla 4. 41 Tipos de temores

Temores de los padres al enviar al Centro Infantil		
	Frecuencia	Porcentaje
Temor a dejarlos con personas extrañas	80	49,08%
Pensaban que estaba muy pequeño	33	20,25%
Temor al trato que recibiría	27	16,56%
Temor a que no se adapte	13	7,98%
Temor a que pueda enfermarse	10	6,13%
Total	163	100,00%

Gráfico 4. 40 Tipos de temores



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

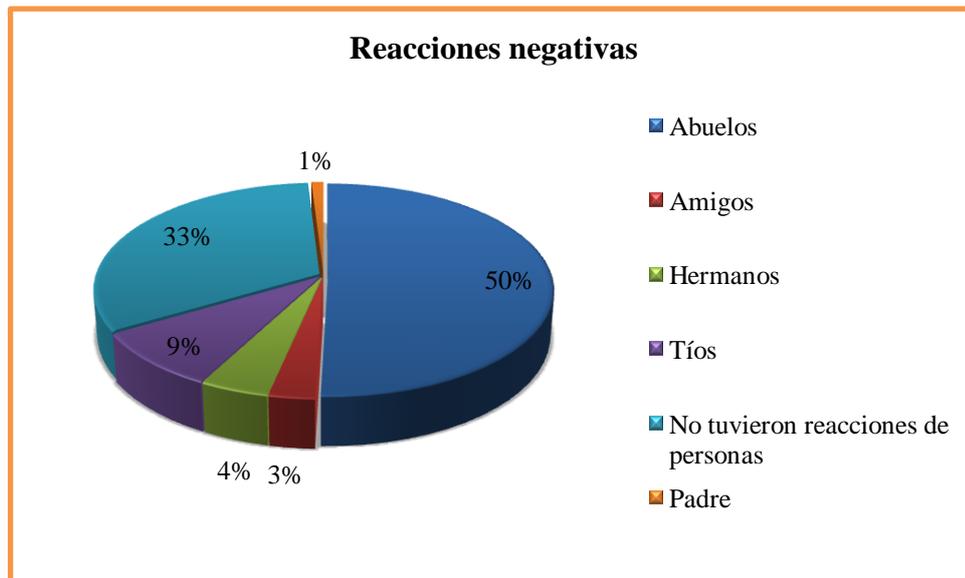

Análisis: de las familias encuestadas que tuvieron temores al enviar a sus hijos al centro infantil los principales temores son a dejarlos con personas extrañas, pensaban que estaba muy pequeño y temor al trato que recibiría.

4.7.2.10 Personas de las que tuvieron reacciones negativas:

Tabla 4. 42 Reacciones negativas de enviar a los niños al centro infantil

Reacciones negativas		
	Frecuencia	Porcentaje
Abuelos	104	50,49%
No tuvieron reacciones de personas	67	32,52%
Tíos	18	8,74%
Hermanos	9	4,37%
Amigos	6	2,91%
Padre	2	0,97%
Total	206	100,00%

Gráfico 4. 41 Reacciones negativas de enviar al centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

🌱 Análisis: la mitad de las familias encuestadas tuvieron reacciones negativas de personas que estaban en contra de que inscriban a sus hijos menores de 5 años en los centros de desarrollo infantil; las personas que más se opusieron fueron sus abuelos.

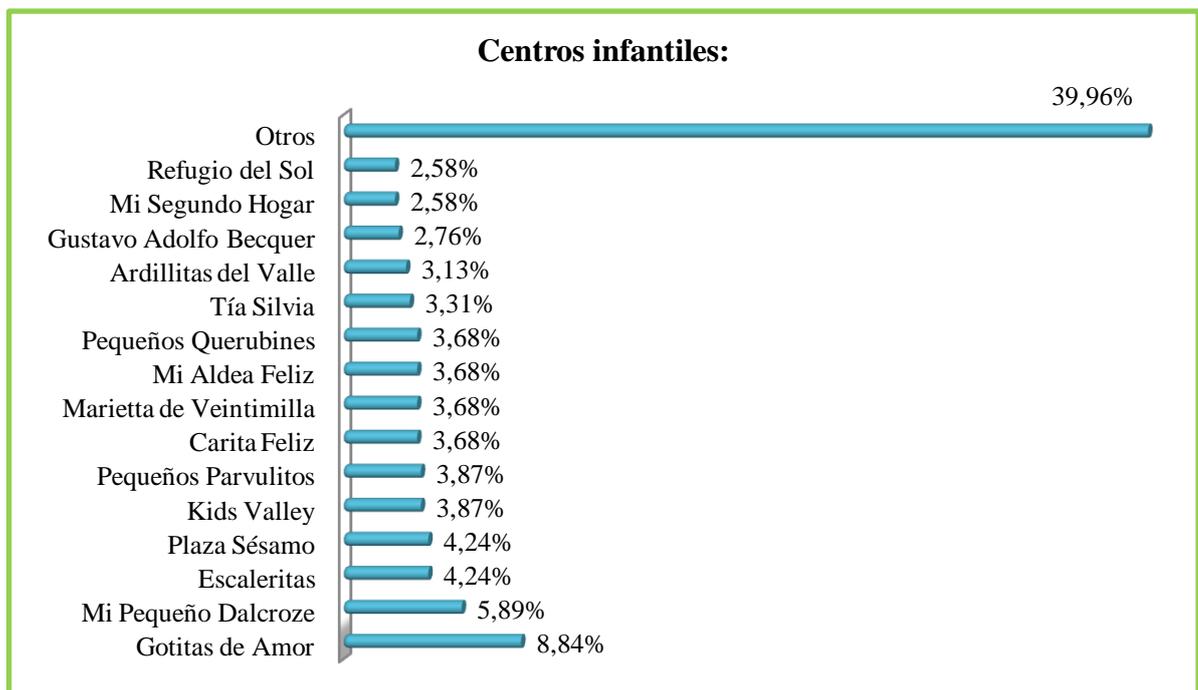
4.7.3 CONOCIMIENTO DEL MERCADO

4.7.3.1 Centros infantiles:

Tabla 4. 43 Centros infantiles

Centro infantil que conozca					
	Frecuencia	Porcentaje		Frecuencia	Porcentaje
Gotitas de Amor	48	8,84%	Pequeños Querubines	20	3,68%
Mi Pequeño Dalcroze	32	5,89%	Tía Silvia	18	3,31%
Escaleritas	23	4,24%	Ardillitas del Valle	17	3,13%
Plaza Sésamo	23	4,24%	Gustavo Adolfo Bécquer	15	2,76%
Kids Valley	21	3,87%	Mi Segundo Hogar	14	2,58%
Pequeños Parvulitos	21	3,87%	Refugio del Sol	14	2,58%
Carita Feliz	20	3,68%	Otros centros (Anexo K)	217	39,96%
Marietta de Veintimilla	20	3,68%	Total:	543	100%

Gráfico 4. 42 Centros infantiles



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

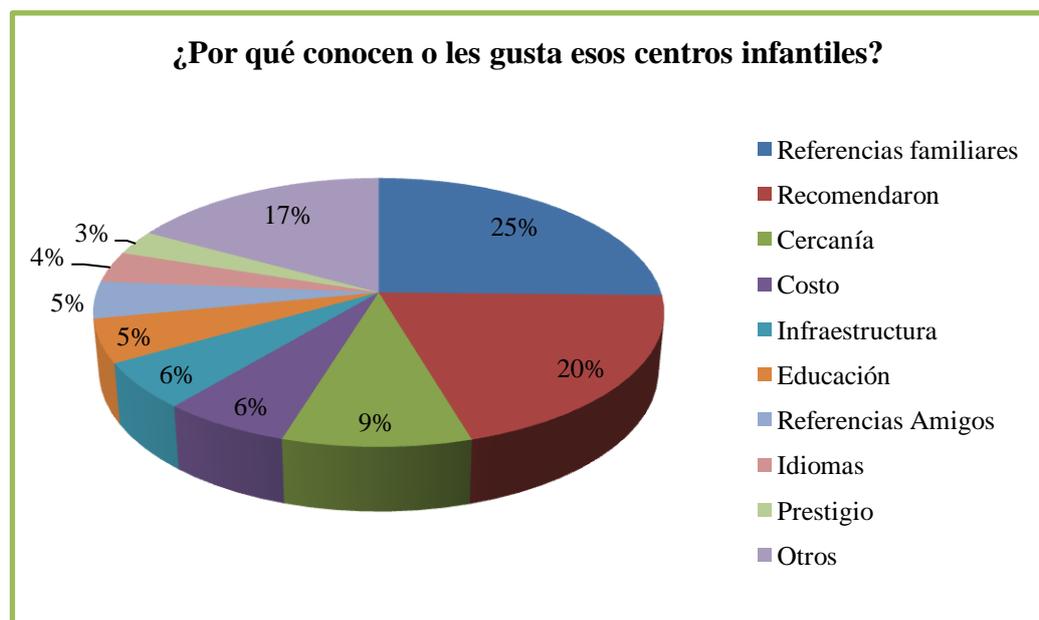
🌱 Análisis: los centros infantiles más conocidos, Gotitas de amor y Mi Pequeño Dalcroze.

4.7.3.2 ¿Por qué conocen o desearían inscribir a los niños en esos centros infantiles?

Tabla 4. 44 ¿Por qué les gusta el centro infantil?

¿Por qué les gusta el centro infantil?		
	Frecuencia	Porcentaje
Referencias familiares	136	25,33%
Recomendaron	108	20,11%
Cercanía	50	9,31%
Costo	34	6,33%
Infraestructura	30	5,59%
Educación	28	5,21%
Referencias Amigos	24	4,47%
Idiomas	20	3,72%
Prestigio	16	2,98%
Otros (ver anexo L)	91	16,95%
Total:	537	100,00%

Gráfico 4. 43 ¿Por qué conocen o les gusta el centro infantil?



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

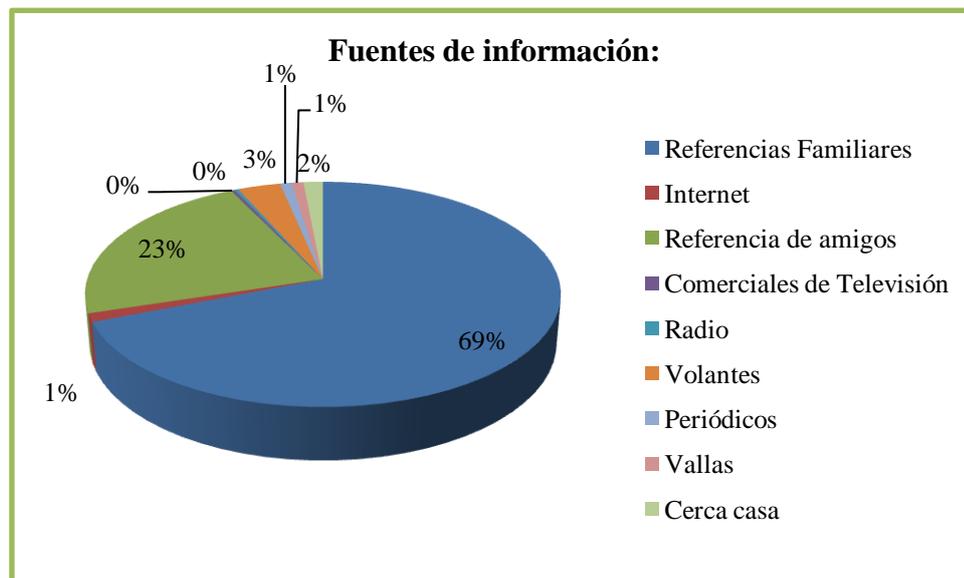

Análisis: las familias eligen o conocen de esos centros infantiles o les gustaría inscribir a sus hijos ahí por referencias familiares, porque alguien les recomendó y por la cercanía del centro hasta el domicilio.

4.7.3.3 Fuentes de información para búsqueda de centros infantiles:

Tabla 4. 45 Fuentes de búsqueda de información:

Fuentes de Búsqueda de Información de los Centros Infantiles		
	Frecuencia	Porcentaje
Referencias Familiares	229	68,98%
Referencia de amigos	75	22,59%
Volantes	11	3,31%
Cerca casa	5	1,51%
Internet	4	1,20%
Periódicos	3	0,90%
Vallas	3	0,90%
Comerciales de Televisión	1	0,30%
Radio	1	0,30%
Total	332	100,00%

Gráfico 4. 44 Fuentes de información



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

➤ Análisis: la mayoría de familias encuestadas utilizan las referencias familiares como fuentes para la búsqueda de información de los centros infantiles.

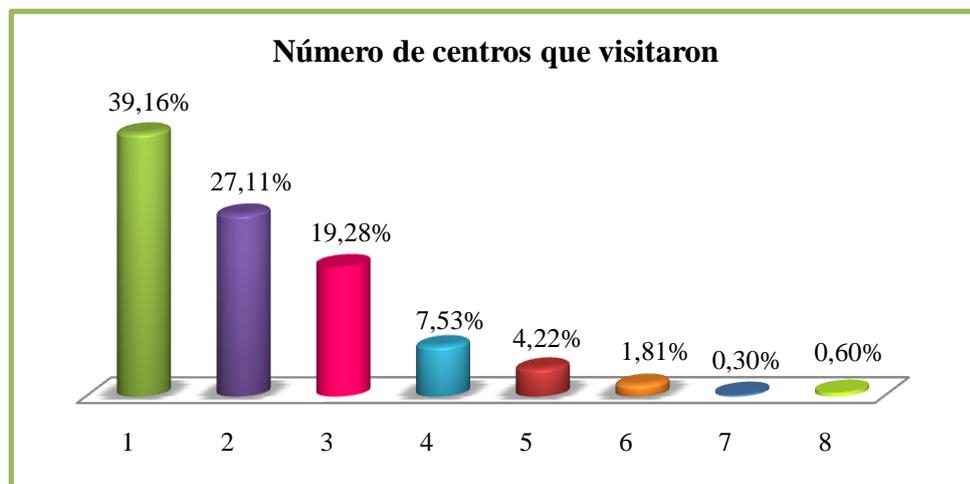
4.7.3.4 Número de centros infantiles que visitaron para elegir:

Tabla 4. 46 Número de centros infantiles que visitaron

Estadísticos descriptivos					
	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
N° de Centros Infantiles que visitaron	7	1	8	2,20	1,346

Número de Centros Infantiles que visitaron		
	Frecuencia	Porcentaje
1	130	39,16%
2	90	27,11%
3	64	19,28%
4	25	7,53%
5	14	4,22%
6	6	1,81%
7	1	0,30%
8	2	0,60%
Total	332	100,0

Gráfico 4. 45 Número de centros infantiles que visitaron



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Aleiandra Bonilla G

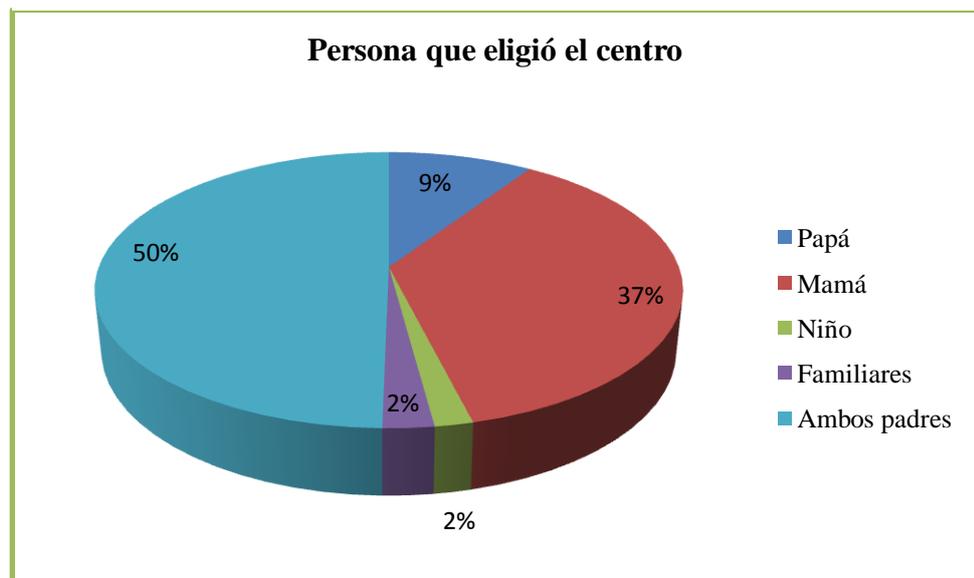
✿ **Análisis:** la mayoría de familias encuestadas visitan entre 1, 2 y 3 centros infantiles para poder tomar la decisión de elegir en el que asistirá su hijo, con un promedio de 2 centros.

4.7.3.5 Persona que eligió el centro infantil

Tabla 4. 47 Perona que eligió el centro infantil

Persona que eligió el centro		
	Frecuencia	Porcentaje
Ambos padres	165	49,70%
Mamá	122	36,75%
Papá	31	9,34%
Familiares	8	2,41%
Niño	6	1,81%
Total	332	100,00%

Gráfico 4. 46 Persona que eligió el centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

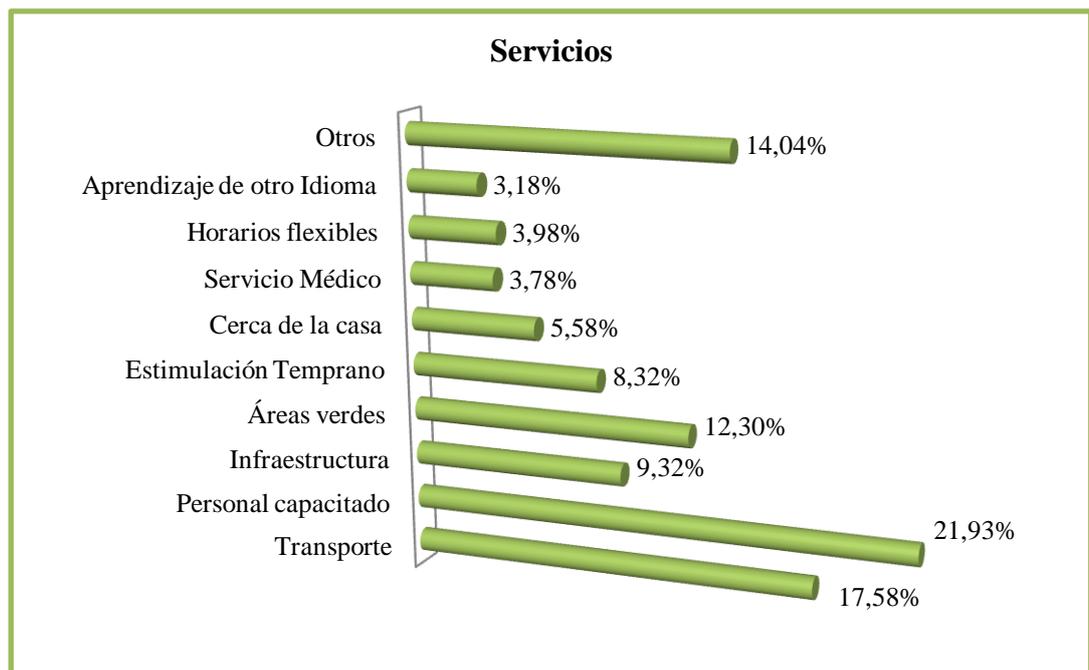

Análisis: las familias encuestadas establecieron que en la son ambos padres quienes eligen el centro infantil en el que se encuentran sus hijos, sin embargo existe un grupo de familias quienes el poder de decisión tiene la madre.

4.7.3.6 Servicios del centro infantil que buscan a la hora de elegir el mismo.

Tabla 4. 48 Servicios del centro infantil

Servicios		
	Frecuencia	Porcentaje
Personal capacitado	656	21,93%
Transporte	526	17,58%
Áreas verdes	368	12,30%
Infraestructura	279	9,32%
Estimulación Temprano	249	8,32%
Cerca de la casa	167	5,58%
Horarios flexibles	119	3,98%
Servicio Médico	113	3,78%
Aprendizaje de otro Idioma	95	3,18%
Otros (ver anexo M)	420	14,04%
Total:	2992	100,00%

Gráfico 4. 47 Servicios del centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

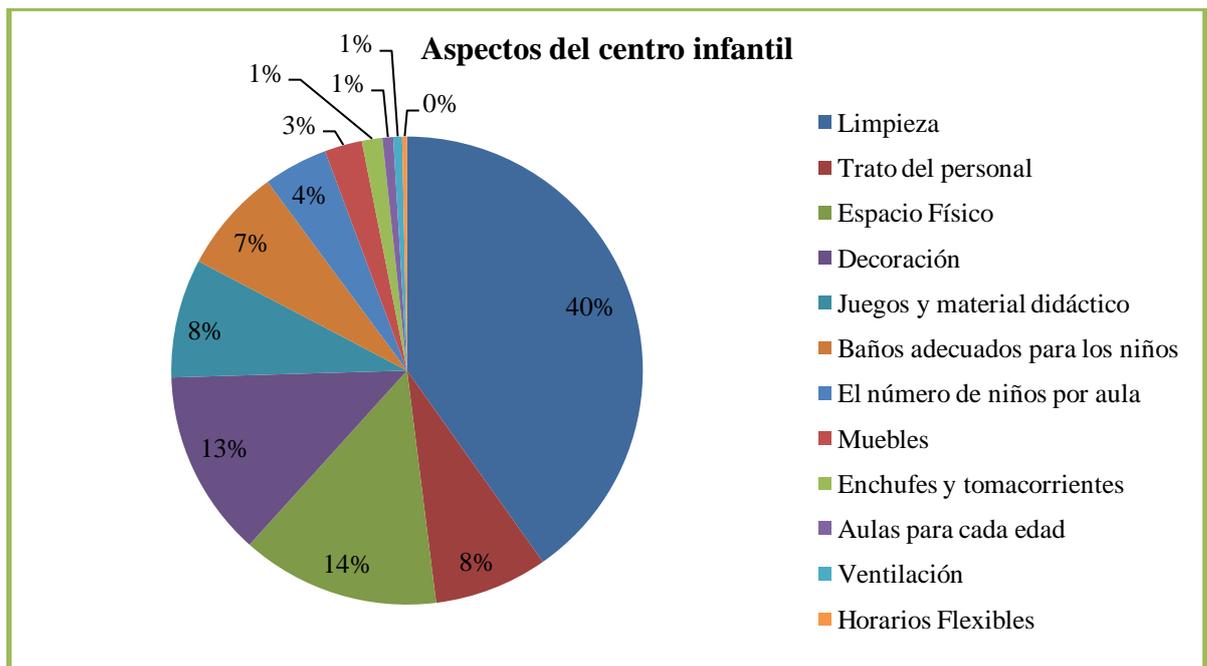
✿ **Análisis:** las familias buscan en los centros infantiles servicios como personal capacitado, transporte y áreas verdes.

4.7.3.7 Aspectos que las familias observan dentro del centro infantil:

Tabla 4. 49 Aspectos que las familias observan dentro del centro infantil

	Frecuencia	Ponderación	Porcentaje
Limpieza	248	1202	40,23%
Espacio Físico	143	407	13,62%
Decoración	111	385	12,88%
Juegos y material didáctico	97	245	8,20%
Trato del personal	155	233	7,80%
Baños adecuados para los niños	77	215	7,20%
El número de niños por aula	62	132	4,42%
Muebles	41	77	2,58%
Enchufes y tomacorrientes	18	42	1,41%
Aulas para cada edad	18	22	0,74%
Ventilación	16	18	0,60%
Horarios Flexibles	10	10	0,33%
Total:	996	2988	100,00%

Gráfico 4. 48 Aspectos que observaron dentro del centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

🌟 Análisis: los aspectos en que las familias se observan al elegir un centro de desarrollo infantil son la limpieza, el espacio físico y decoración.

4.7.4 SERVICIOS DEL CENTRO INFANTIL:

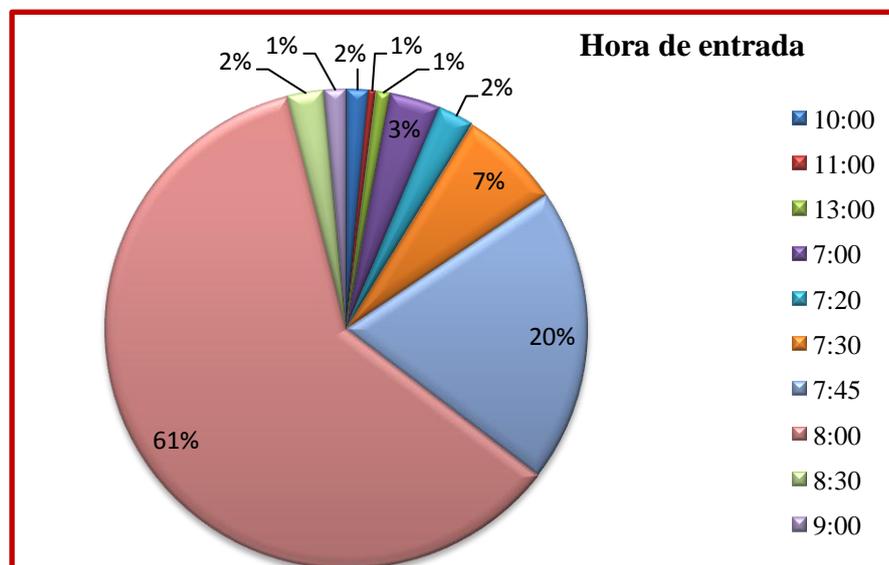
4.7.4.1 Horario en el que asiste el niño al centro infantil:

4.7.4.1.1 Horario de entrada:

Tabla 4. 50 Horario de entrada al centro infantil

Media	Horario que asiste al Centro Infantil	
8,22	Frecuencia	Porcentaje
	7:00	7 3,40%
	7:20	5 2,43%
	7:30	14 6,80%
	7:45	41 19,90%
	8:00	125 60,68%
	8:30	5 2,43%
	9:00	3 1,46%
	10:00	3 1,46%
	11:00	1 0,49%
	13:00	2 0,97%
	Total	206 100,00%

Gráfico 4. 49 Hora de entrada al centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

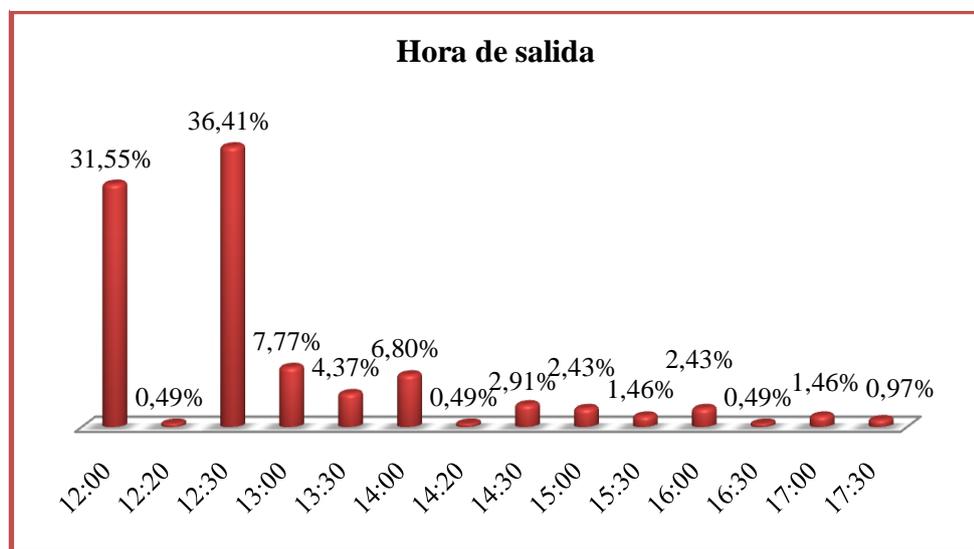


Análisis: la mayoría de niños que asisten al centro infantil ingresan a las

7:45 am. Y 8:00 am.

4.7.4.1.2 Horario de salida:**Tabla 4. 51 Horario de salida del centro infantil**

Horario que asiste al Centro Infantil		
	Frecuencia	Porcentaje
12:00	65	31,55%
12:20	1	0,49%
12:30	75	36,41%
13:00	16	7,77%
13:30	9	4,37%
14:00	14	6,80%
14:20	1	0,49%
14:30	6	2,91%
15:00	5	2,43%
15:30	3	1,46%
16:00	5	2,43%
16:30	1	0,49%
17:00	3	1,46%
17:30	2	0,97%
Total	206	100,00%

Gráfico 4. 50 Hora de salida

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G



Análisis: la mayoría de niños salen del centro infantil a partir de las 12:00 pm. y 12:30 pm.

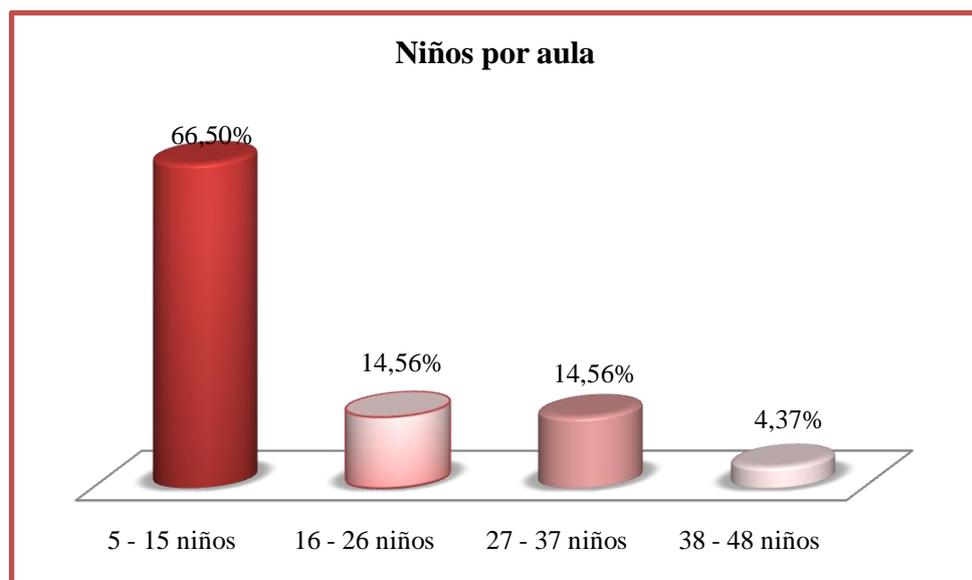
4.7.4.2 Niños por aula en el centro infantil:

Tabla 4. 52 Niños por aula en el centro infantil

Estadísticos				
Número de niños por aula				
Media	Desv. típ.	Rango	Mínimo	Máximo
16,80	9,559	40	5	45

Niños por aula		
	Frecuencia	Porcentaje
5 - 15 niños	137	66,50%
16 - 26 niños	30	14,56%
27 - 37 niños	30	14,56%
38 - 48 niños	9	4,37%
Total	206	100,00%

Gráfico 4. 51 Niños por aula



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G



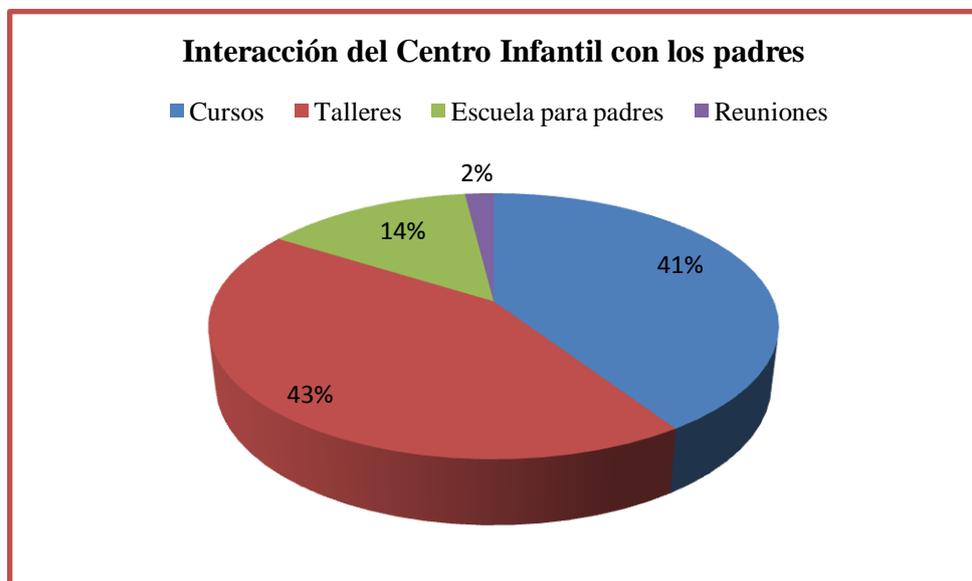
Análisis: existen entre 5 y 15 niños en la mayoría de aulas.

4.7.4.3 Interacción del Centro Infantil con los padres:

Tabla 4. 53 Interacción del centro con los padres de familia

Interacción del Centro Infantil con los padres		
	Frecuencia	Porcentaje
Talleres	89	43,20%
Cursos	84	40,78%
Escuela para padres	29	14,08%
Reuniones	4	1,94%
Total	206	100,00%

Gráfico 4. 52 Interacción del centro con los padres de familia



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

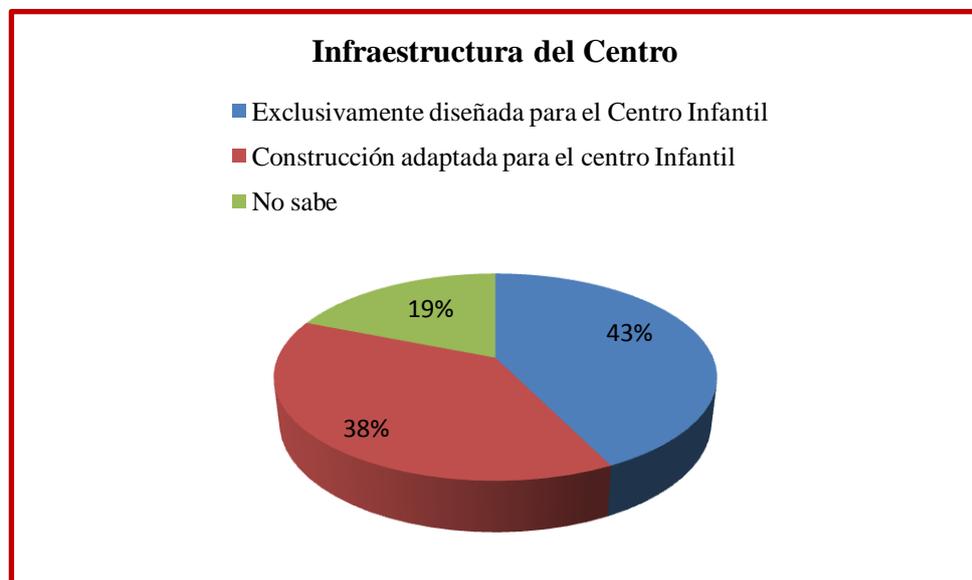
✱ **Análisis:** la mayoría de familias consideran que los centros infantiles a los que asisten sus hijos, realizan cursos y talleres como una forma de interacción entre ellos y los centros.

4.7.4.4 Infraestructura del Centro:

Tabla 4. 54 Infraestructura del centro

Infraestructura del Centro		
	Frecuencia	Porcentaje
Exclusivamente diseñada para el Centro Infantil	88	42,72%
Construcción adaptada para el centro Infantil	79	38,35%
No sabe	39	18,93%
Total	206	100,00%

Gráfico 4. 53 Infraestructura del centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

✿ **Análisis:** la mitad de familias consideran que los centros infantiles en los que asisten sus hijos, la infraestructura fue diseñada exclusivamente para brindar ese servicio, mientras que la otra mitad considera que fue diseñada exclusivamente para el centro infantil.

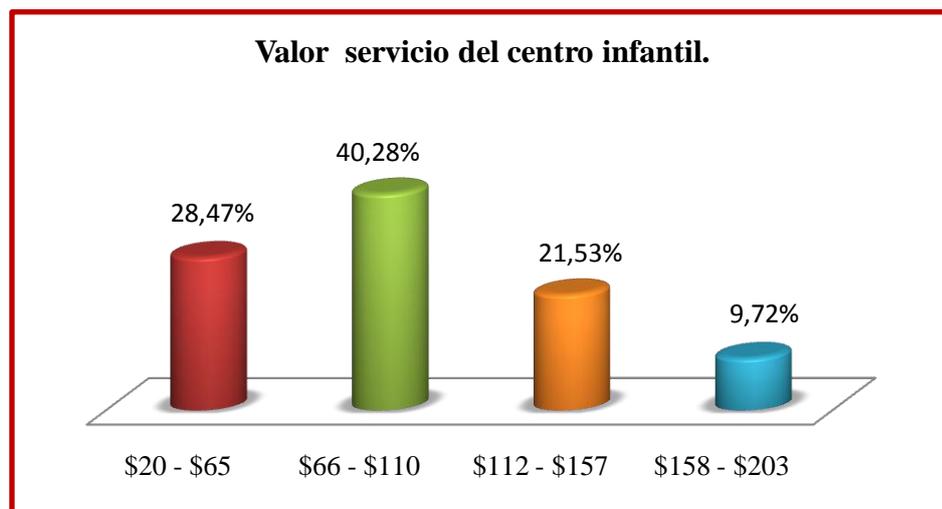
4.7.4.5 Valor que están dispuestos a pagar por el servicio del centro infantil:

Tabla 4. 55 Valor que está dispuesto a pagar

Estadísticos				
Valor que está dispuesto a pagar				
Media	Desv. típ.	Rango	Mínimo	Máximo
\$95,5764	\$45,23066	\$180,00	\$20,00	\$200,00

Valor servicio		
	Frecuencia	Porcentaje
\$20 - \$65	41	28,47%
\$66 - \$110	58	40,28%
\$112 - \$157	31	21,53%
\$158 - \$203	14	9,72%
Total	144	100,00%

Gráfico 4. 54 Valor que está dispuesto a pagar



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

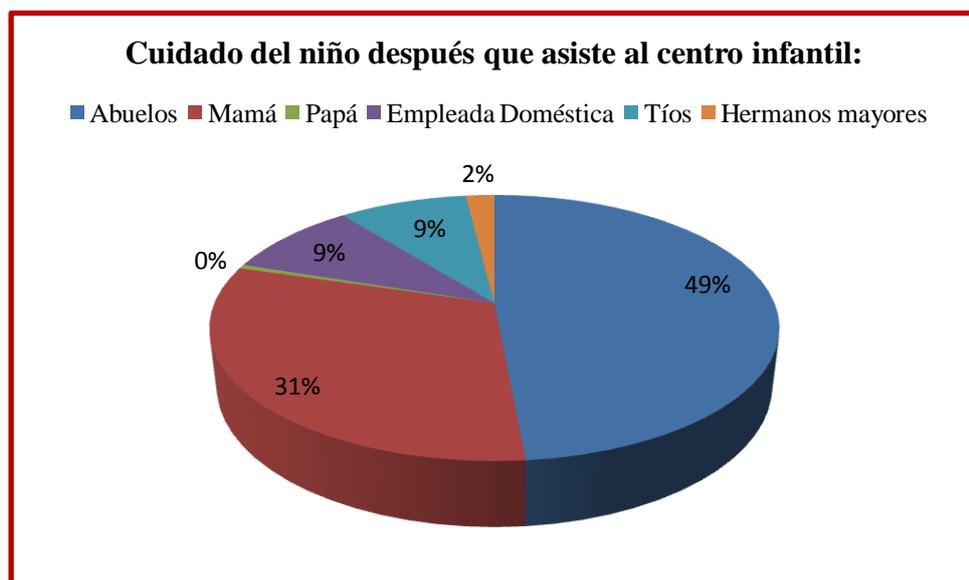
✿ **Análisis:** las familias están dispuestas a pagar entre \$66 y \$110 por el servicio que ofrecen en el centro infantil.

4.7.4.6 Cuidado del niño después que asiste al centro infantil:

Tabla 4. 56 Cuidado del niño después que asiste al centro infantil

Cuidado del niño después que asiste al centro infantil		
	Frecuencia	Porcentaje
Abuelos	100	48,54%
Mamá	64	31,07%
Empleada Doméstica	19	9,22%
Tíos	18	8,74%
Hermanos mayores	4	1,94%
Papá	1	0,49%
Total	206	100,00%

Gráfico 4. 55 Cuidado del niño después de que asiste al centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

✿ **Análisis:** la mayoría de familias dejan a sus hijos al cuidado de sus abuelos, después de que los niños asisten al centro infantil.

4.7.5 Calificación de los siguientes aspectos del centro infantil:

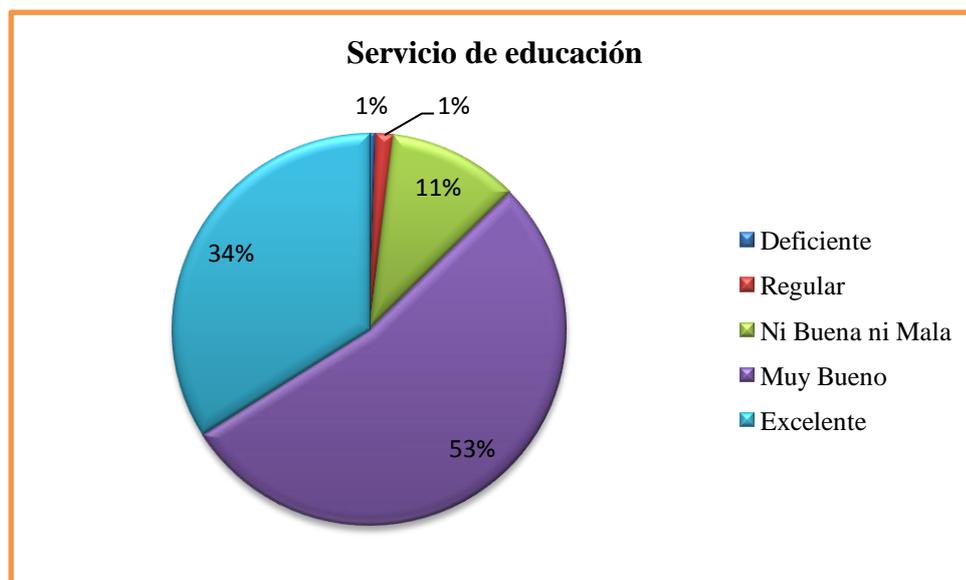
4.7.5.1 Servicio de educación:

Tabla 4. 57 Calificación del servicio de educación

Estadísticos descriptivos			
	Mínimo	Máximo	Media
Servicio de educación	1	5	4,19

Servicio de educación		
	Frecuencia	Porcentaje
Muy Bueno	110	53,40%
Excelente	70	33,98%
Ni Buena ni Mala	22	10,68%
Regular	3	1,46%
Deficiente	1	0,49%
Total	206	100,00%

Gráfico 4. 56 Calificación del servicio de educación



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Análisis: la mayoría de familias encuestadas califica al servicio de educación que presta el centro infantil a sus hijos de muy bueno.

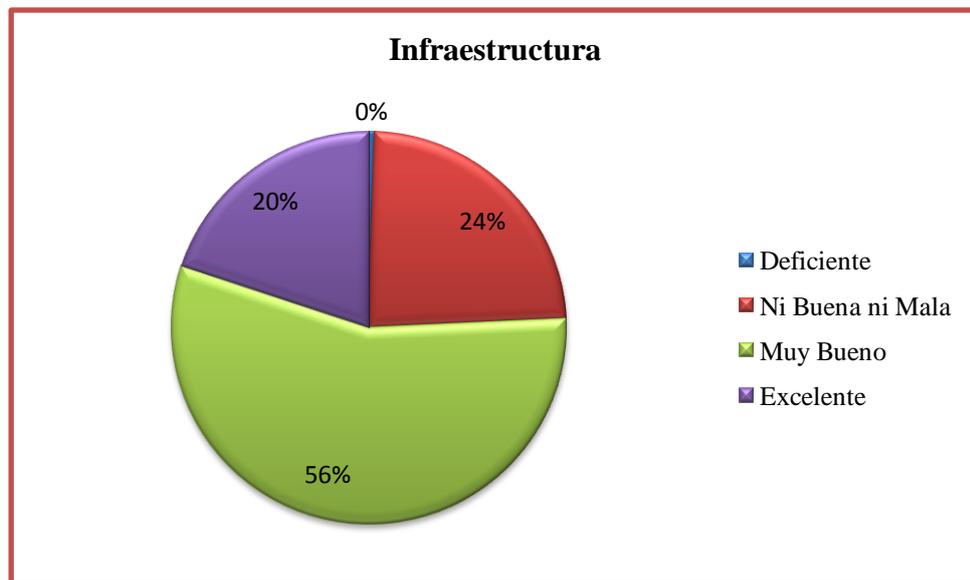
4.7.5.2 Infraestructura:

Tabla 4. 58 Infraestructura

Estadísticos descriptivos			
	Mínimo	Máximo	Media
Infraestructura	1	5	3,95

Infraestructura		
	Frecuencia	Porcentaje
Muy Bueno	115	55,83%
Ni Buena ni Mala	49	23,79%
Excelente	41	19,90%
Deficiente	1	0,49%
Total	206	100,00%

Gráfico 4. 57 Infraestructura



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G


Análisis: la mayoría de familias encuestadas califican que la infraestructura de los centros infantiles en los que asisten sus hijos es muy buena.

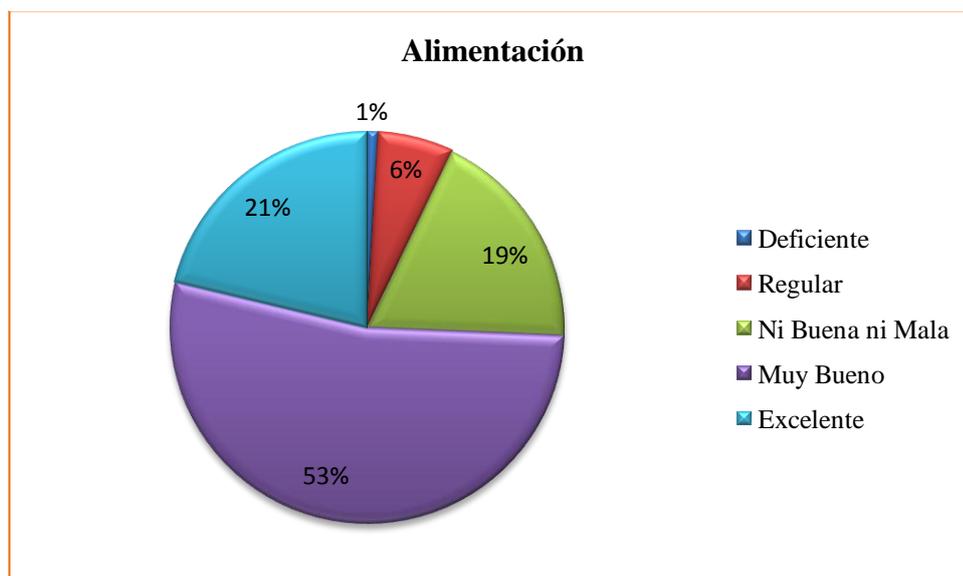
4.7.5.3 Alimentación:

Tabla 4. 59 Calificación servicio de alimentación

Estadísticos descriptivos			
	Mínimo	Máximo	Media
Alimentación	1	5	3,88

Alimentación		
	Frecuencia	Porcentaje
Muy Bueno	60	53,10%
Excelente	24	21,24%
Ni Buena ni Mala	21	18,58%
Regular	7	6,19%
Deficiente	1	0,88%
Total	113	100,00%

Gráfico 4. 58 Calificación servicio de alimentación



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G



Análisis: la mayoría de familias encuestadas y que sus hijos se alimentan en el centro infantil, califican al servicio de alimentación como muy bueno.

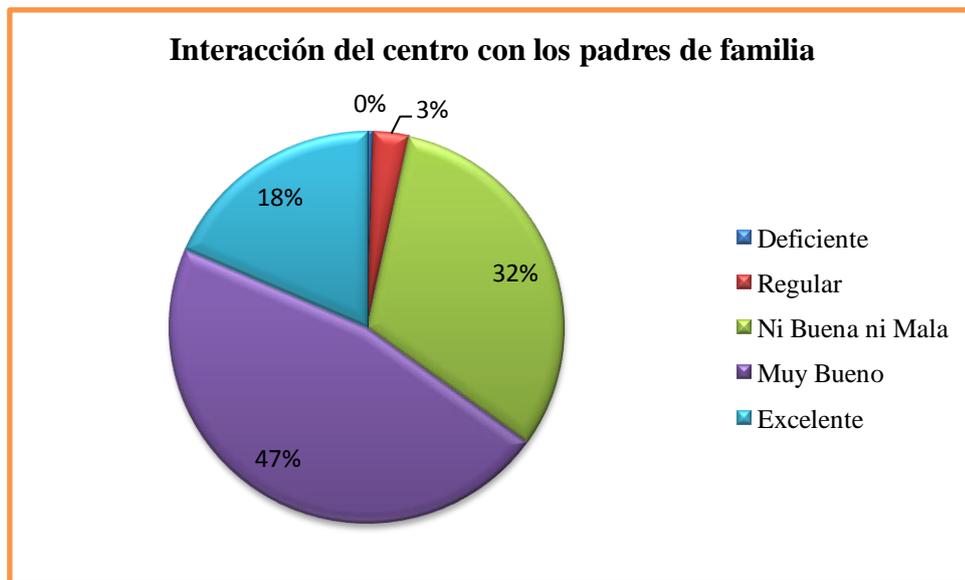
4.7.5.4 Interacción del centro infantil con los padres de familia:

Tabla 4. 60 Calificación de la interacción del centro con los padres de familia

Estadísticos descriptivos			
	Mínimo	Máximo	Media
Interacción del centro con los padres de familia	1	5	3,80

Interacción de los centros con los padres de familia		
	Frecuencia	Porcentaje
Muy Bueno	96	46,60%
Ni Buena ni Mala	65	31,55%
Excelente	38	18,45%
Regular	6	2,91%
Deficiente	1	0,49%
Total	206	100,00%

Gráfico 4. 59 Calificación del centro infantil con los padres de familia



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

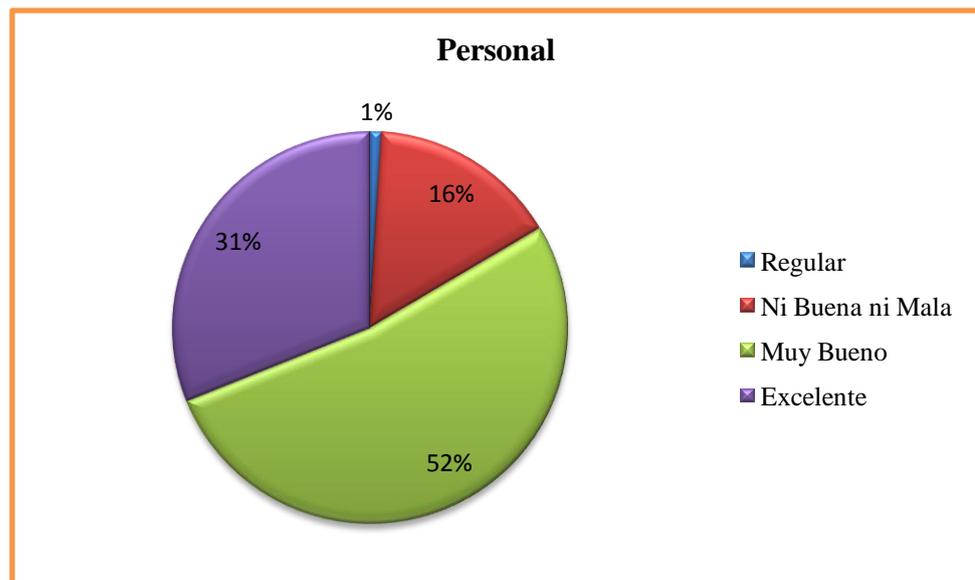
Elaborado por Alejandra Bonilla G

Análisis: las familias encuestadas califican la interacción que tienen los centros infantiles con los padres de familia, como muy buena.

4.7.5.5 Personal:**Tabla 4. 61 Calificación del personal del centro infantil**

Estadísticos descriptivos			
	Mínimo	Máximo	Media
Personal	2	5	4,14

Personal		
	Frecuencia	Porcentaje
Muy Bueno	108	52,43%
Excelente	64	31,07%
Ni Buena ni Mala	32	15,53%
Regular	2	0,97%
Total	206	100,00%

Gráfico 4. 60 Calificación del personal del centro infantil

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G



Análisis: las familias califican al personal que atiende en los centros infantiles a los que asisten sus hijos como muy bueno.

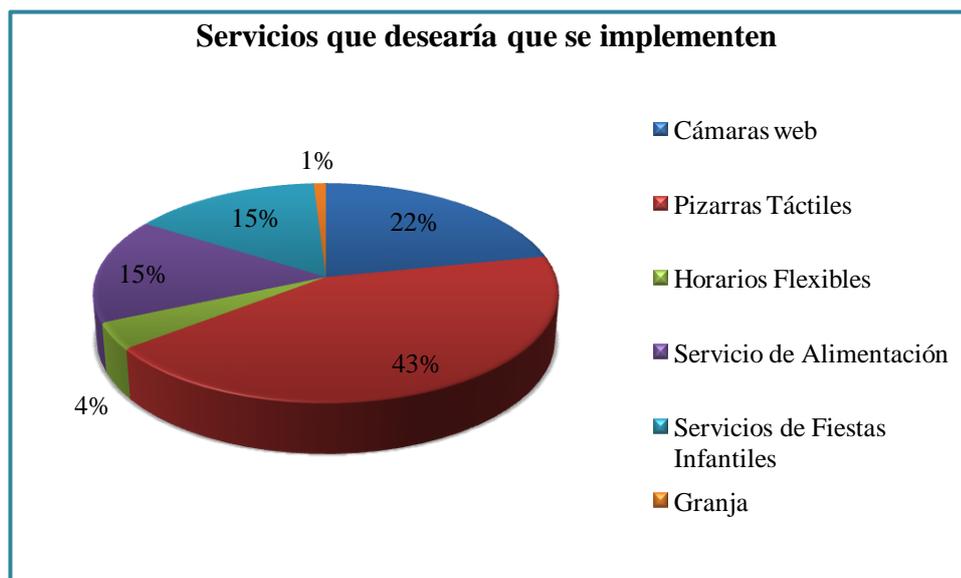
4.7.6 Centro infantil nuevos servicios:

4.7.6.1 Servicios que le gustaría que se implemente en el centro infantil:

Tabla 4. 62 Servicios que le gustaría que se implemente

Servicios que le gustaría que se implemente		
	Frecuencia	Porcentaje
Cámaras web	45	21,84%
Pizarras Táctiles	88	42,72%
Horarios Flexibles	8	3,88%
Servicio de Alimentación	32	15,53%
Servicios de Fiestas Infantiles	31	15,05%
Granja	2	0,97%
Total	206	100,00%

Gráfico 4. 61 Servicio que le gustaría que se implementen



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

 **Análisis:** las familias encuestadas desearían que se implemente en los centros infantiles las pizarras táctiles y las cámaras web.

4.7.6.2 Desearía que se extienda el horario de atención

Tabla 4. 63 Desearía que se extienda el horario de atención

Desearía se extienda el horario de atención		
	Frecuencia	Porcentaje
No	115	55,8%
Si	91	44,2%
Total	206	100,0%

Gráfico 4. 62 Desearía que se extienda el horario del centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

⌘ **Análisis:** la mitad de las familias encuestadas no desearían que se extienda el horario de atención del centro infantil, la otra mitad si lo desearía.

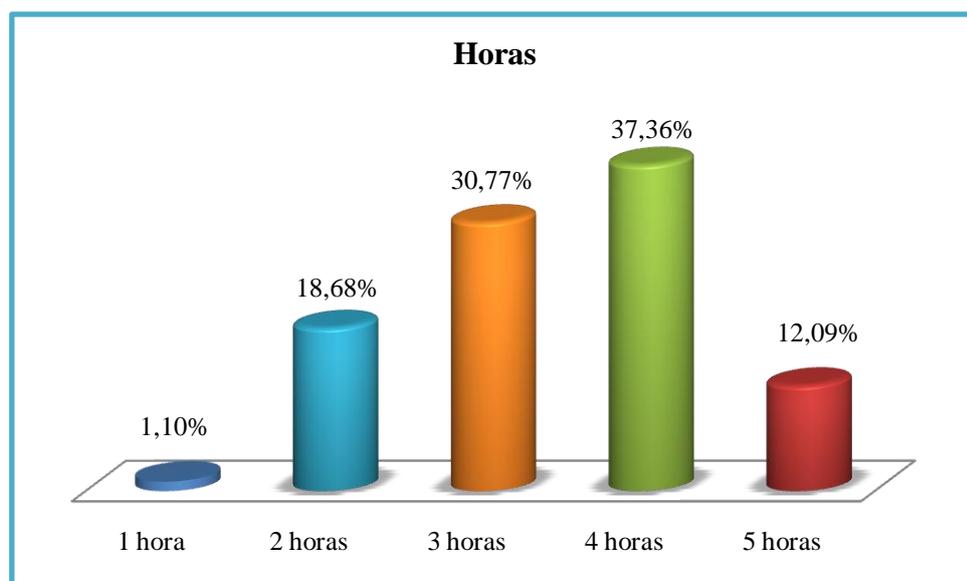
4.7.6.3 Horas que les gustaría que se implemente en el centro infantil:

Tabla 4. 64 Horas que le gustaría que se implemente

Estadísticos descriptivos				
	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Horas	1	5	3,41	,966

Horas		
	Frecuencia	Porcentaje
1 hora	1	1,10%
2 horas	17	18,68%
3 horas	28	30,77%
4 horas	34	37,36%
5 horas	11	12,09%
Total	91	100,00%

Gráfico 4. 63 Número de horas que le gustaría que se implemente



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G



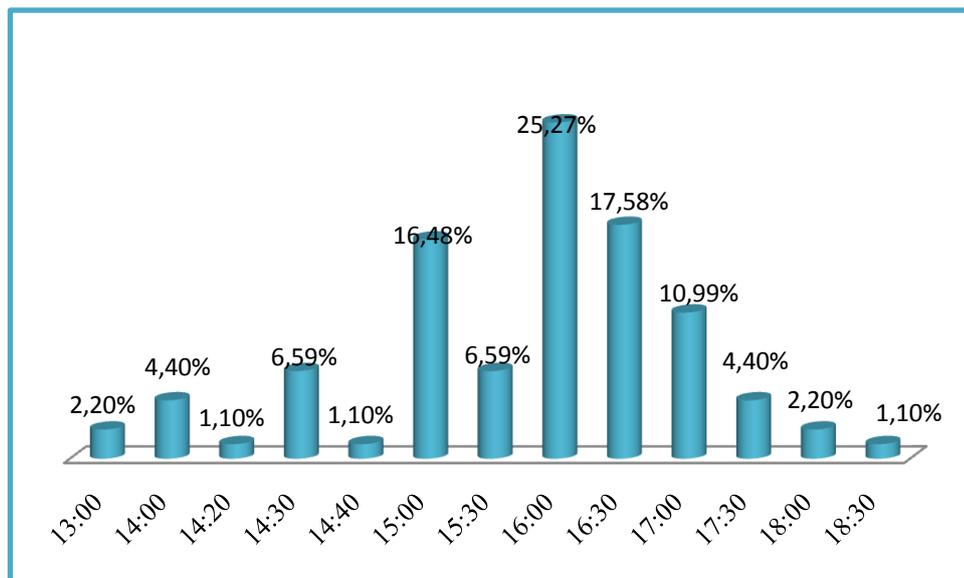
Análisis: las familias que desean que se extienda el horario de atención del servicio del centro infantil, quieren entre 3 y 4 horas más.

4.7.6.4 Horario que le gustaría que se implemente:

Tabla 4. 65 Horario de salida, si se ampliaría el centro infantil

	Frecuencia	Porcentaje
13:00	2	2,20%
14:00	4	4,40%
14:20	1	1,10%
14:30	6	6,59%
14:40	1	1,10%
15:00	15	16,48%
15:30	6	6,59%
16:00	23	25,27%
16:30	16	17,58%
17:00	10	10,99%
17:30	4	4,40%
18:00	2	2,20%
18:30	1	1,10%
Total	91	100,00%

Gráfico 4. 64 Horario de salida, si se ampliaría el centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G



Análisis: las familias que desean que se amplíe el horario de atención del centro infantil, el mismo sería hasta las 16:00 pm y 16:30 pm.

4.8. RESULTADOS POR TIPO DE CENTRO INFANTIL:

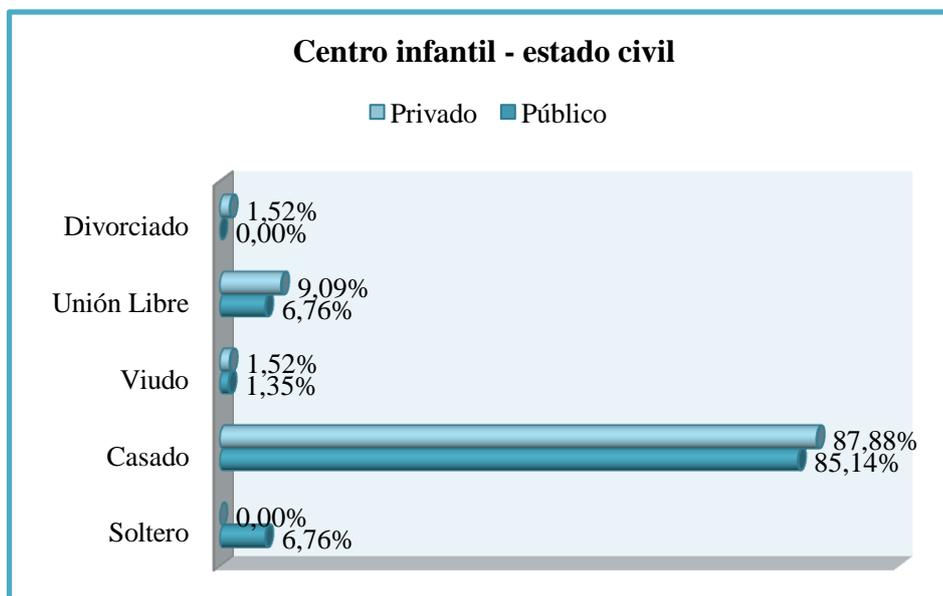
● PÚBLICO - PRIVADO:

4.8.1. Estado civil:

Tabla 4. 66 Centro infantil - Estado civil

Tabla de contingencia Estado civil * Centro Infantil				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
Estado civil	Soltero	5	0	5
		6,76%	0,00%	2,43%
	Casado	63	116	179
		85,14%	87,88%	86,89%
	Viudo	1	2	3
		1,35%	1,52%	1,46%
Unión Libre	5	12	17	
	6,76%	9,09%	8,25%	
Divorciado	0	2	2	
	0,00%	1,52%	0,97%	
Total		74	132	206
		100,00%	100,00%	100,00%

Gráfico 4. 65 Centro infantil - Estado civil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

● **Análisis:** la mayoría de familias que tiene a sus hijos tanto en centros públicos como en privados son casados.

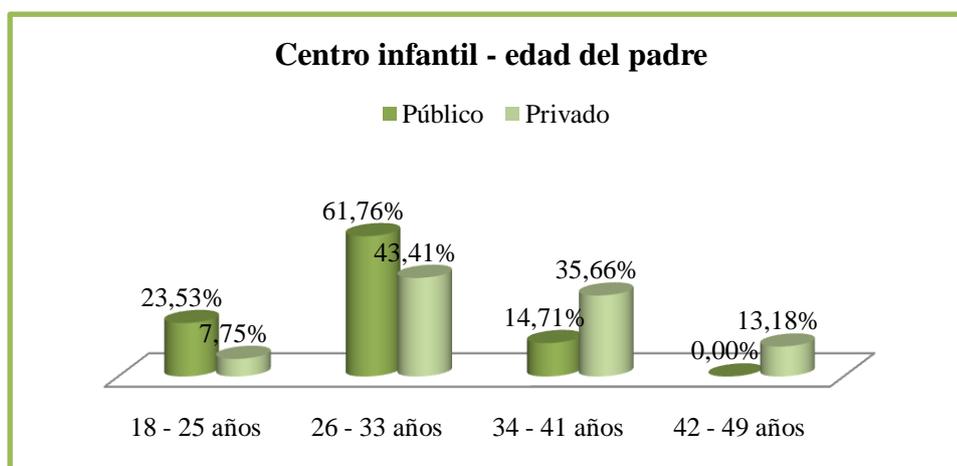
4.8.2. DATOS PERSONALES DEL PADRE:

4.8.2.1 Edad:

Tabla 4. 67 Centro infantil - Edad del padre

		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
Edad padre	18 - 25 años	16 23,53%	10 7,75%	26 13,20%
	26 - 33 años	42 61,76%	56 43,41%	98 49,75%
	34 - 41 años	10 14,71%	46 35,66%	56 28,43%
	42 - 49 años	0 0,00%	17 13,18%	17 8,63%
Total		68 100,00%	129 100,00%	197 100,00%
Estadístico: Media		28,88	33,62	

Gráfico 4. 66 Centro infantil - Edad del padre



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

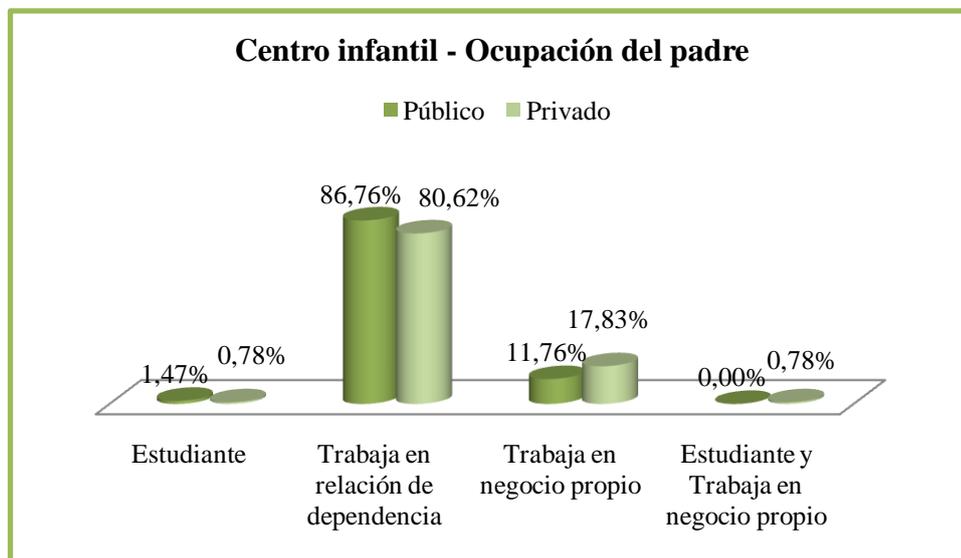
✿ **Análisis:** la mayoría de padres de familia que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos tienen una edad promedio de 29 años y la mayoría de padres de familia que tienen a sus hijos en centros infantiles privados tienen una edad promedio de 33 años.

4.8.2.2 Ocupación:

Tabla 4. 68 Centro infantil - Ocupación del padre

Tabla de contingencia Ocupación del padre * Centro Infantil				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
Ocupación del padre	Estudiante	1	1	2
		1,47%	0,78%	1,02%
	Trabaja en relación de dependencia	59	104	163
		86,76%	80,62%	82,74%
	Trabaja en negocio propio	8	23	31
	11,76%	17,83%	15,74%	
	Estudiante y Trabaja en negocio propio	0	1	1
		0,00%	0,78%	0,51%
Total		68	129	197
		100,00%	100,00%	100,00%

Gráfico 4. 67 Centro infantil – Ocupación del padre



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

✿ **Análisis:** la mayoría de padres de familia que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos como en los privados trabajan en relación de dependencia.

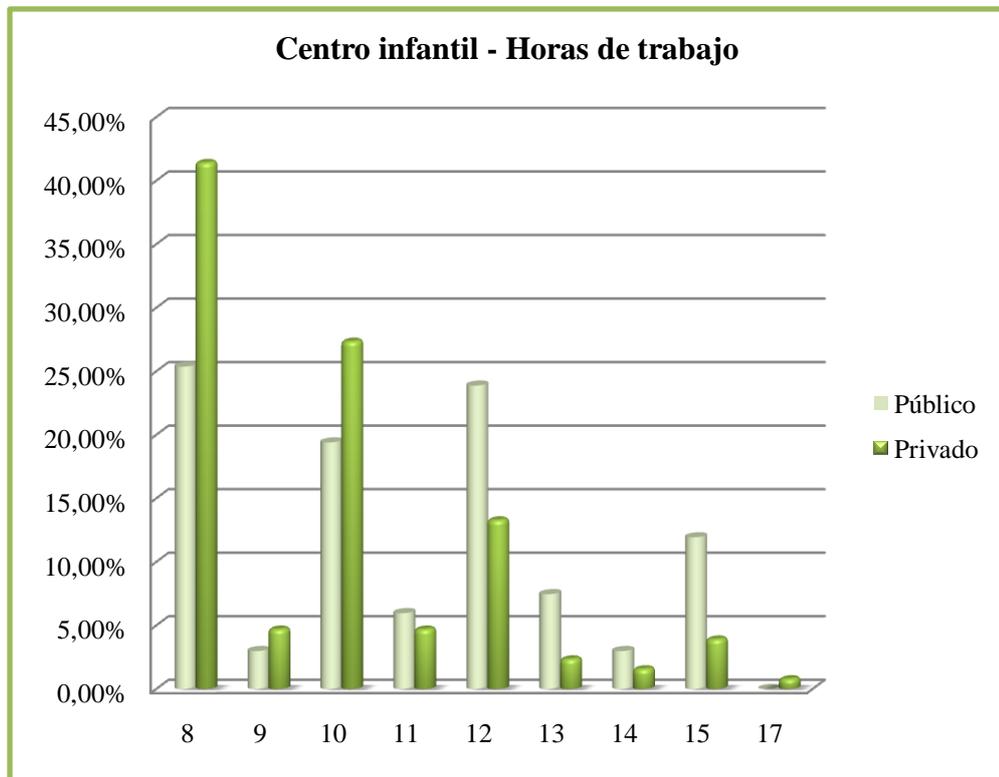
4.8.2.3 Centro infantil- Horas de trabajo del padre

Tabla 4. 69 Centro infantil - Horas de trabajo del padre

Tabla de contingencia Horas de trabajo del padre * Centro Infantil				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
Horas de trabajo del padre	8	17	53	70
		25,37%	41,41%	35,90%
	9	2	6	8
		2,99%	4,69%	4,10%
	10	13	35	48
		19,40%	27,34%	24,62%
	11	4	6	10
		5,97%	4,69%	5,13%
	12	16	17	33
		23,88%	13,28%	16,92%
	13	5	3	8
		7,46%	2,34%	4,10%
14	2	2	4	
	2,99%	1,56%	2,05%	
15	8	5	13	
	11,94%	3,91%	6,67%	
17	0	1	1	
	0,00%	0,78%	0,51%	
Total		67	128	195
		100,00%	100,00%	100,00%
Estadístico:	Media	10,94	9,82	

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Gráfico 4. 68 Centro infantil - Horas de trabajo del padre

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

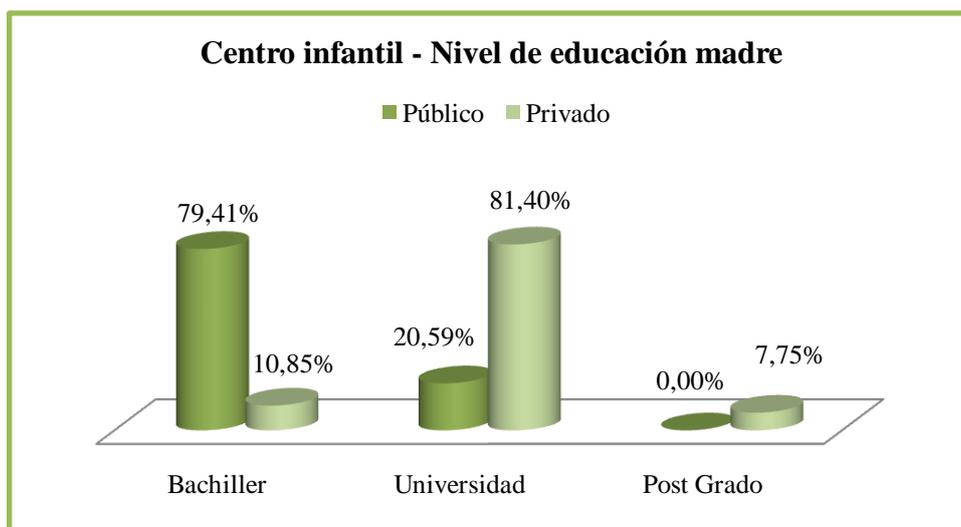
✿ **Análisis:** la mayoría de padres de familia que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos trabajan en un promedio de 11 horas y la mayoría de padres de familia que tienen a sus hijos en centros infantiles privados trabajan en promedio 10 horas.

4.8.2.4 Nivel de educación:

Tabla 4. 70 Centro infantil - Nivel de educación del padre

Tabla de contingencia Nivel de educación padre * Centro Infantil				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
Nivel de educación padre	Bachiller	54	14	68
		79,41%	10,85%	34,52%
	Universidad	14	105	119
		20,59%	81,40%	60,41%
	Post Grado	0	10	10
		0,00%	7,75%	5,08%
Total		68	129	197
		100,00%	100,00%	100,00%

Gráfico 4. 69 Centro infantil - Nivel de educación madre



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

✿ **Análisis:** la mayoría de padres de familia que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos tienen un nivel de educación de bachilleres y la mayoría de padres de familia que tienen a sus hijos en centros infantiles privados tienen un nivel de educación superior.

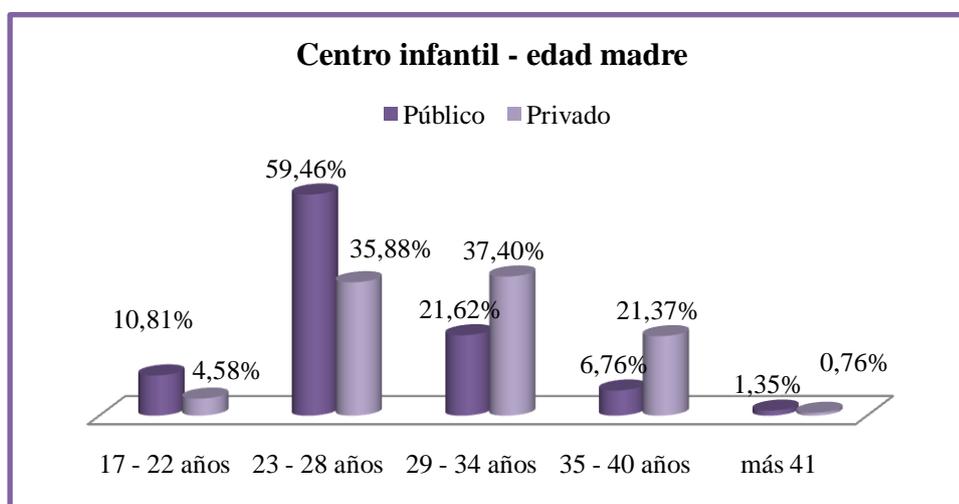
4.8.3. DATOS PERSONALES DEL MADRE:

4.8.3.1. Edad:

Tabla 4. 71 Centro infantil - Edad madre

Tabla de contingencia edad madre * Centro Infantil				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
edad madre	17 - 22 años	8	6	14
		10,81%	4,58%	6,83%
	23 - 28 años	44	47	91
		59,46%	35,88%	44,39%
	29 - 34 años	16	49	65
		21,62%	37,40%	31,71%
35 - 40 años	5	28	33	
	6,76%	21,37%	16,10%	
más 41	1	1	2	
	1,35%	0,76%	0,98%	
Total		74	131	205
		100,00%	100,00%	100,00%
Estadístico: Media		26,87	29,96	

Gráfico 4. 70 Centro Infantil



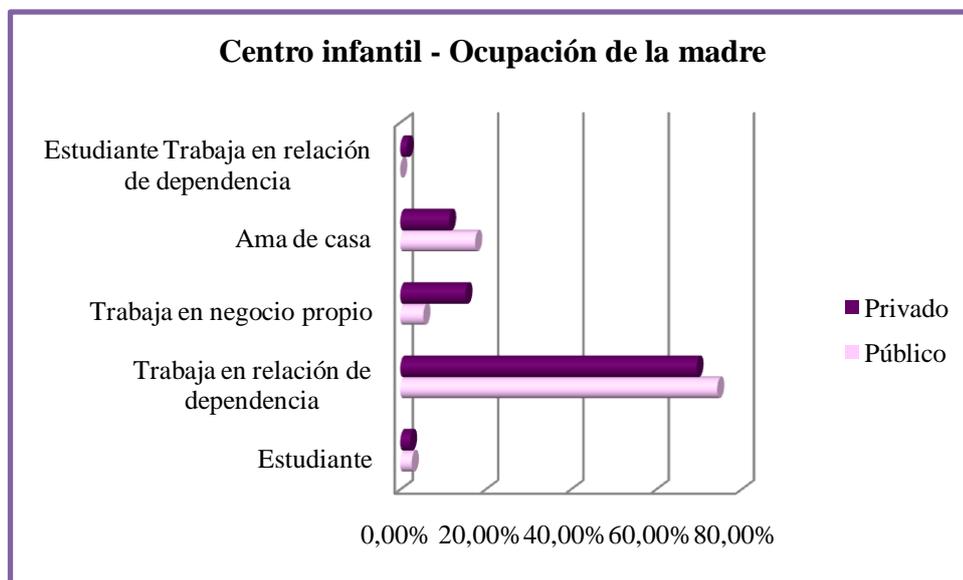
Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

🌟 Análisis: la mayoría de madres de familia que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos tienen una edad promedio de 27 años y la mayoría de madres de familia que tienen a sus hijos en centros infantiles privados tienen una edad promedio de 30 años.

4.8.3.2. Ocupación:**Tabla 4. 72 Centro infantil - Ocupación madre**

Tabla de contingencia Ocupación de la madre * Centro Infantil				
	Centro Infantil		Total	
	Público	Privado		
Ocupación de la madre	Estudiante	2	3	5
		2,70%	2,29%	2,44%
	Trabaja en relación de dependencia	55	91	146
		74,32%	69,47%	71,22%
	Trabaja en negocio propio	4	20	24
		5,41%	15,27%	11,71%
	Ama de casa	13	15	28
		17,57%	11,45%	13,66%
	Estudiante Trabaja en relación de dependencia	0	2	2
		0,00%	1,53%	0,98%
	Total	74	131	205
		100,00%	100,00%	100,00%

Gráfico 4. 71 Centro infantil - Ocupación madre

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G



Análisis: la mayoría de madres de familia que tienen a sus hijos en centros infantiles como en privados trabajan en relación de dependencia.

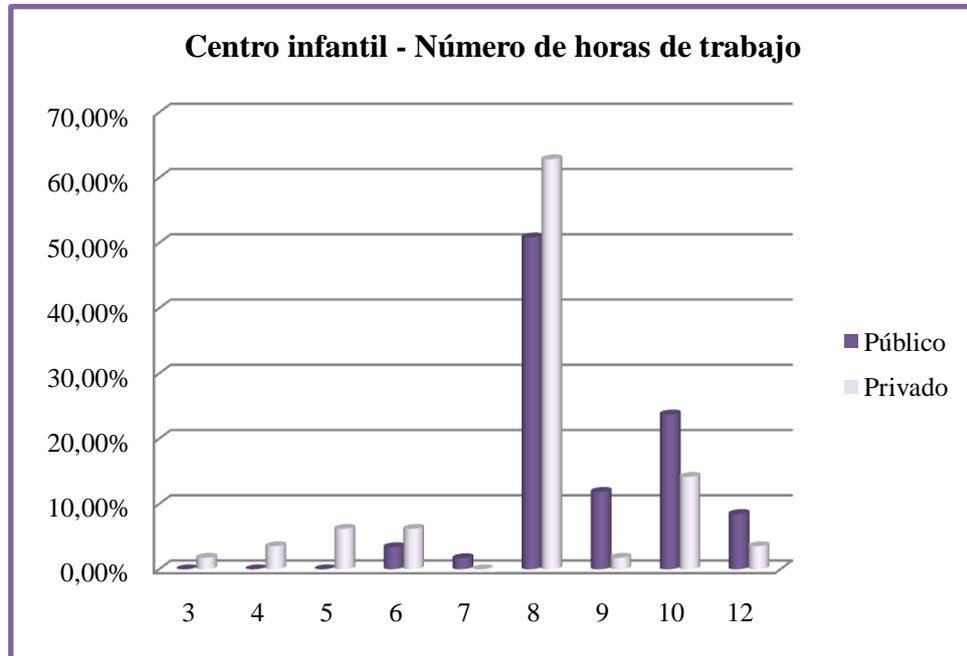
4.8.3.3. Número de horas de trabajo:

Tabla 4. 73 Centro infantil - Horas de trabajo de la madre

Tabla de contingencia Horas de trabajo de la madre * Centro Infantil				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
Horas de trabajo de la madre	3	0	2	2
		0,00%	1,77%	1,16%
	4	0	4	4
		0,00%	3,54%	2,33%
	5	0	7	7
		0,00%	6,19%	4,07%
	6	2	7	9
		3,39%	6,19%	5,23%
	7	1	0	1
		1,69%	0,00%	0,58%
	8	30	71	101
		50,85%	62,83%	58,72%
9	7	2	9	
	11,86%	1,77%	5,23%	
10	14	16	30	
	23,73%	14,16%	17,44%	
12	5	4	9	
	8,47%	3,54%	5,23%	
Total		59	113	172
		100,00%	100,00%	100,00%
Estadístico:	Media	8,85	7,90	

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Gráfico 4. 72 Centro infantil - Número de horas de trabajo

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

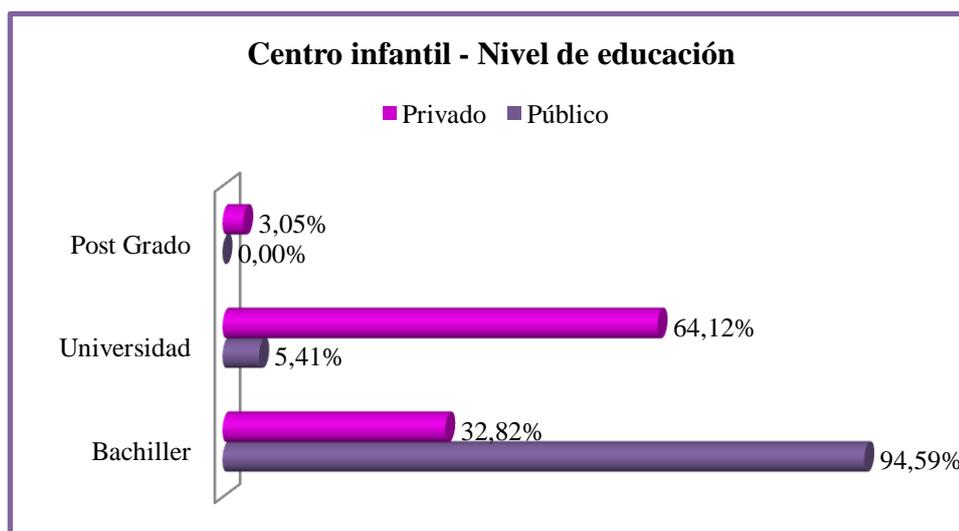
🌱 Análisis: la mayoría de madres de familia que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos trabajan un promedio de 9 horas y la mayoría de madres de familia que tienen a sus hijos en centros infantiles privados trabajan en un promedio de 8 horas

4.8.3.4. Nivel de educación:

Tabla 4. 74 Centro infantil - Nivel educación madre

Tabla de contingencia Nivel de educación de la madre *				
Centro Infantil				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
Nivel de educación de la madre	Bachiller	70	43	113
		94,59%	32,82%	55,12%
	Universidad	4	84	88
		5,41%	64,12%	42,93%
	Post Grado	0	4	4
		0,00%	3,05%	1,95%
Total		74	131	205
		100,00%	100,00%	100,00%

Gráfico 4. 73 Centro infantil - Nivel de educación



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

 **Análisis:** la mayoría de madres de familia que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos tienen un nivel de educación de bachilleres y la mayoría de madres de familia que tienen a sus hijos en centros infantiles privados tienen un nivel de educación superior.

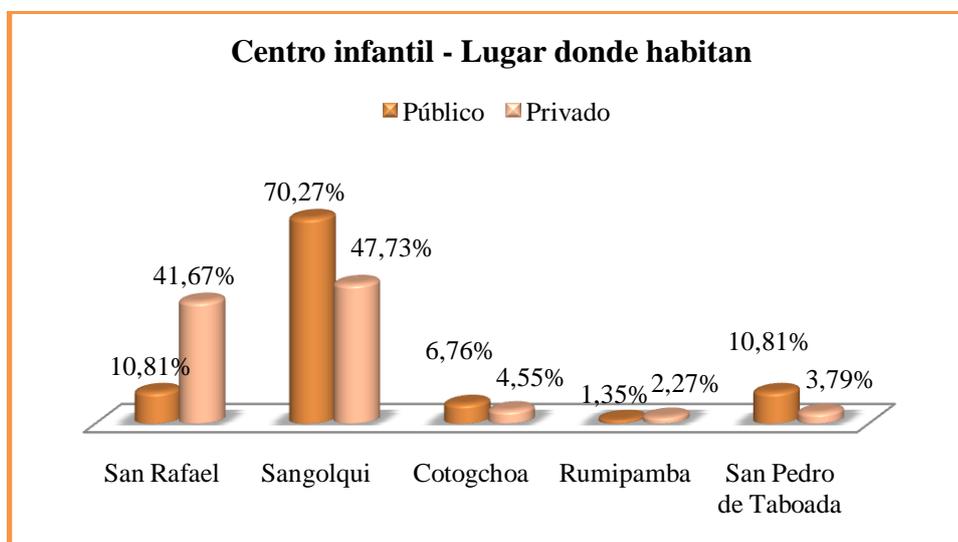
4.8.4. Datos familiares:

4.8.4.1. Lugar donde vive:

Tabla 4. 75 Centro infantil - Parroquia donde vive

Tabla de contingencia Parroquia donde viven * Centro Infantil				
	Parroquia donde viven	Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
	San Rafael	8	55	63
		10,81%	41,67%	30,58%
	Sangolquí	52	63	115
		70,27%	47,73%	55,83%
	Cotogchoa	5	6	11
		6,76%	4,55%	5,34%
	Rumipamba	1	3	4
		1,35%	2,27%	1,94%
	San Pedro de Taboada	8	5	13
		10,81%	3,79%	6,31%
	Total	74	132	206
		100,00%	100,00%	100,00%

Gráfico 4. 74 Centro infantil - Parroquia donde vive



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

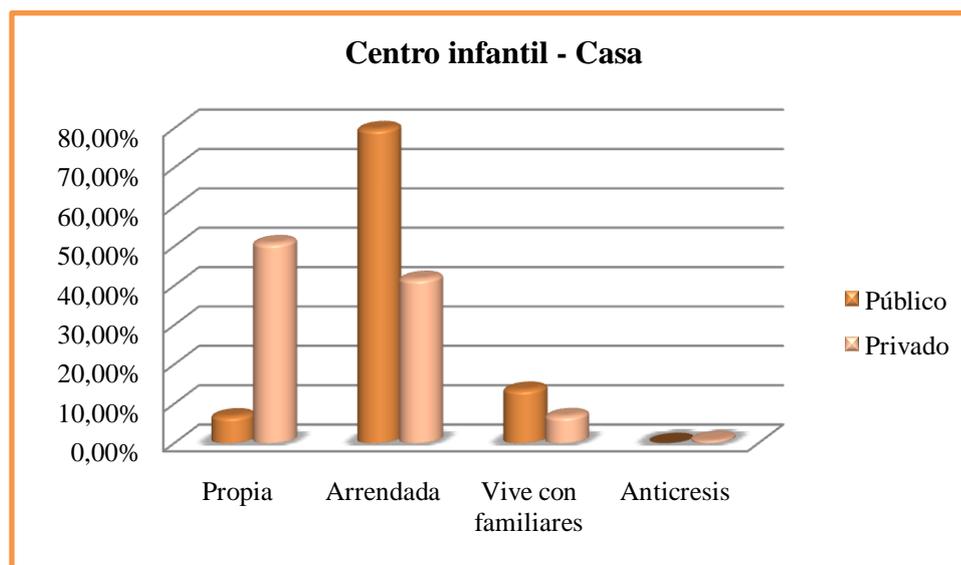
✿ **Análisis:** la mayoría de las familias que tienen a sus hijos en centros viven en Sangolquí y la mayoría de las familias que tienen a sus hijos en centros infantiles privados viven en Sangolquí y San Rafael.

4.8.4.2. La casa donde habitan es:

Tabla 4. 76 Centro infantil - Casa donde habita

Tabla de contingencia casa donde habita * Centro Infantil				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
casa donde habita	Propia	5	67	72
		6,76%	50,76%	34,95%
	Arrendada	59	55	114
		79,73%	41,67%	55,34%
	Vive con familiares	10	9	19
	13,51%	6,82%	9,22%	
Anticresis	0	1	1	
	0,00%	0,76%	0,49%	
Total		74	132	206
		100,00%	100,00%	100,00%

Gráfico 4. 75 Centro infantil - Casa donde habita



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

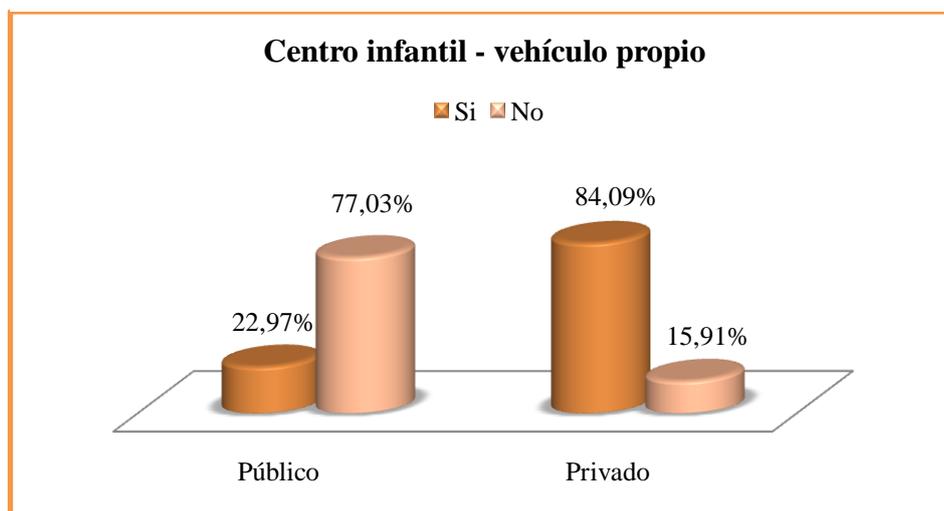

Análisis: la mayoría de familias que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos viven en casas arrendadas y la mayoría de familias que tienen a sus hijos en centros infantiles privados viven en casas arrendadas y propias.

4.8.4.3. Tienen vehículo propio:

Tabla 4. 77 Centro infantil - Vehículo propio

Tabla de contingencia vehículo propio * Centro Infantil				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
vehículo propio	Si	17	111	128
		22,97%	84,09%	62,14%
vehículo propio	No	57	21	78
		77,03%	15,91%	37,86%
Total		74	132	206
		100,00%	100,00%	100,00%

Gráfico 4. 76 Centro infantil - Vehículo propio



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

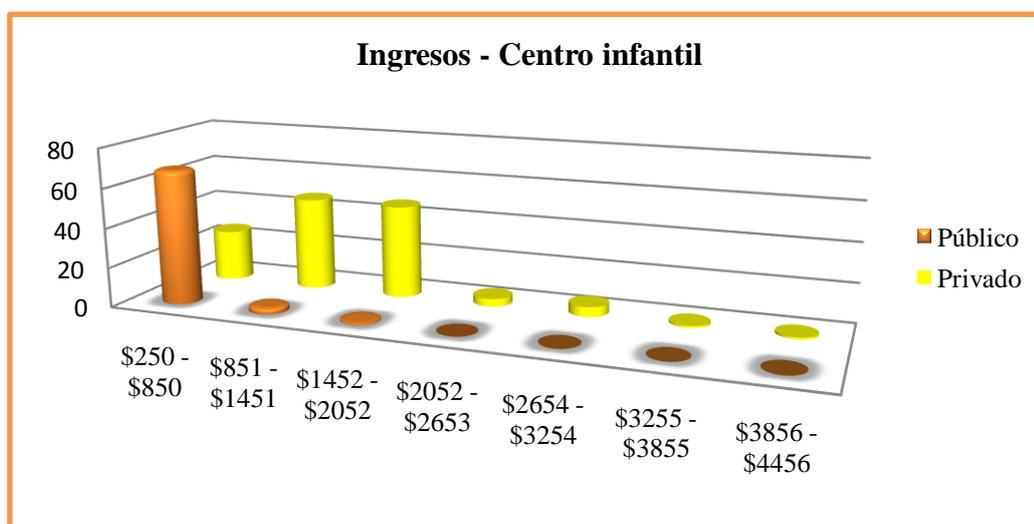

Análisis: la mayoría de familias que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos no tienen vehículo propio y la mayoría de familias que tienen a sus hijos en centros infantiles privados si tienen vehículo propio.

4.8.4.4. Ingresos - Asisten a un centro infantil privado o público:

Tabla 4. 78 Centro infantil - Ingresos familiares

Tabla de contingencia Centro Infantil * Ingresos familiares									
		Ingresos familiares						Total	
		\$250 - \$850	\$851 - \$1451	\$1452 - \$2052	\$2052 - \$2653	\$2654 - \$3254	\$3255 - \$3855	\$3856 - \$4456	
Centro Infantil	Público	68	3	1	0	0	0	0	72
		94,44%	4,17%	1,39%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00 %
		72,34%	6,00%	2,08%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	35,47%
	Privado	26	47	47	4	5	1	1	131
		19,85%	35,88%	35,88%	3,05%	3,82%	0,76%	0,76%	100,00 %
		27,66%	94,00%	97,92%	100,00 %	100,00%	100,00 %	100,00 %	64,53%
Total		94	50	48	4	5	1	1	203
		46,31%	24,63%	23,65%	1,97%	2,46%	0,49%	0,49%	100,00 %
		100,00 %	100,00 %	100,00%	100,00 %	100,00%	100,00 %	100,00 %	100,00 %

Gráfico 4. 77 Centro infantil - Ingresos familiares



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G



Análisis: la mayoría de familias que tiene ingresos entre los \$250 hasta los \$850 tienen a sus hijos menores de 5 años en centros infantiles públicos, mientras que la mayoría de las familias con ingresos superiores a los \$851 inscriben a sus hijos menores de 6 años en centros de desarrollo infantil privados.

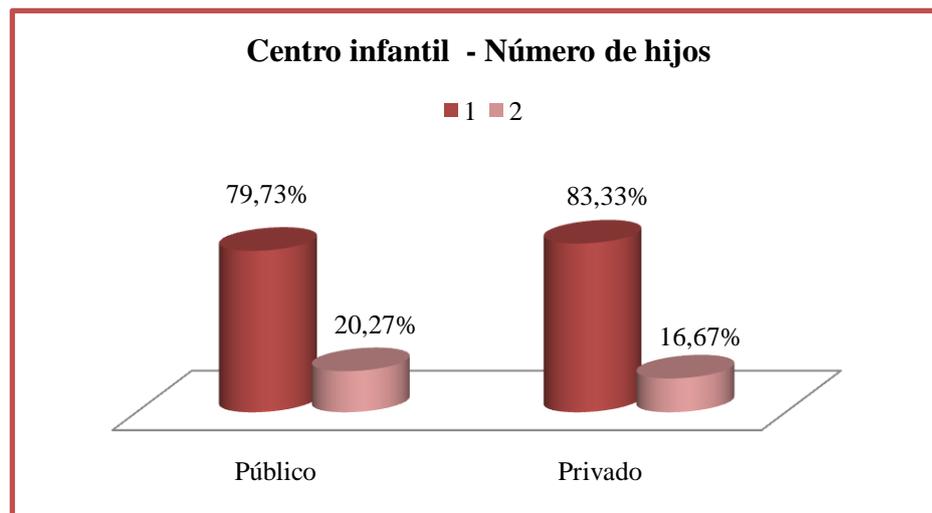
4.8.5. DATOS NIÑOS MENORES DE 6 AÑOS:

4.8.5.1. Número de hijos menores de 6 años:

Tabla 4. 79 Centro infantil - Número de hijos

		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
Número de hijos	1	59	110	169
		79,73%	83,33%	82,04%
	2	15	22	37
		20,27%	16,67%	17,96%
Total		74	132	206
		100,00%	100,00%	100,00%

Gráfico 4. 78 Centro infantil - Número de hijos



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

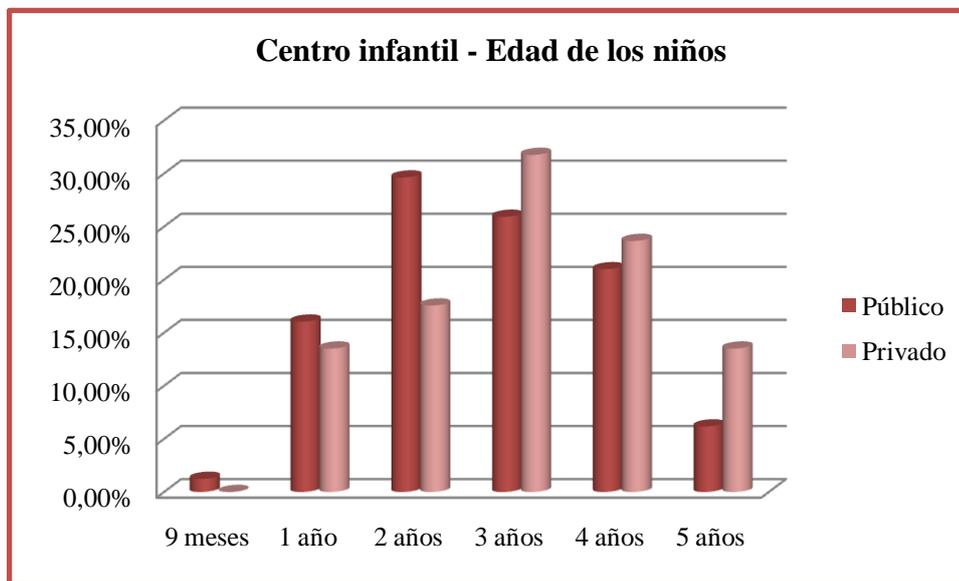
 **Análisis:** la mayoría de familias que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos como en los privados tienen un hijo menor de seis años.

4.8.5.2. Edad de los niños que asisten al centro infantil:

Tabla 4. 80 Centro infantil - Edad del niño

Tabla de contingencia Edad niño * Centro Infantil				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
Edad del primer hijo	9 meses	1	0	1
		1,23%	0,00%	0,44%
	1 año	13	20	33
		16,05%	13,51%	14,41%
	2 años	24	26	50
		29,63%	17,57%	21,83%
	3 años	21	47	68
		25,93%	31,76%	29,69%
	4 años	17	35	52
		20,99%	23,65%	22,71%
	5 años	5	20	25
		6,17%	13,51%	10,92%
Total		81	148	229
		100,00%	100,00%	100,00%
Estadístico: Media		3	3	

Gráfico 4. 79 Centro infantil - Edad de los niños



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G



Análisis: la edad promedio de los niños de las familias encuestadas, que asisten a centros infantiles públicos como a privados es de 3 años.

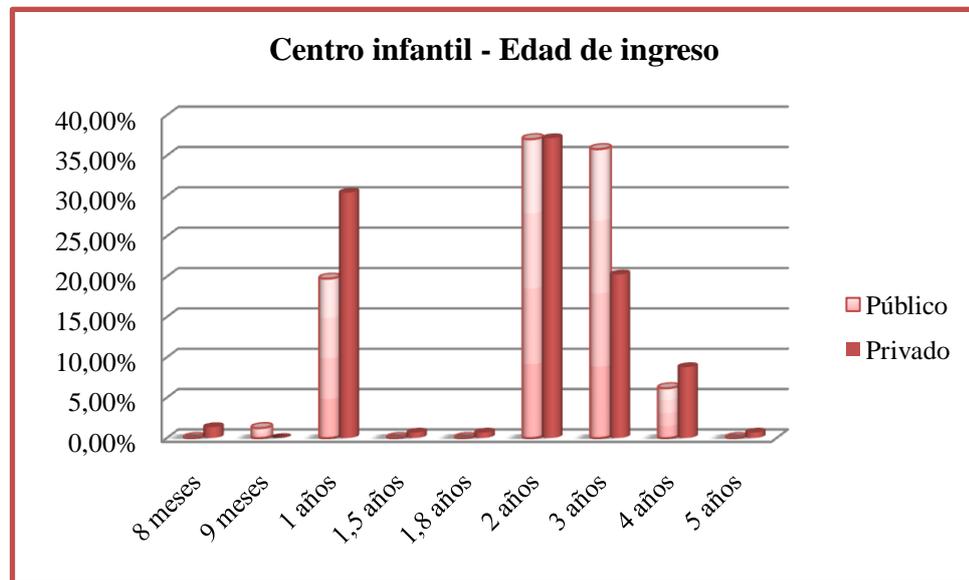
4.8.5.3. Centro infantil - Edad de ingreso:

Tabla 4. 81 Centro Infantil - Edad ingreso centro infantil

Tabla de contingencia Edad que ingreso al Centro Infantil *				
Centro Infantil				
	Edad que ingreso al Centro Infantil	Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
	,8	0	2	2
		0,00%	1,35%	0,87%
	9	1	0	1
		1,23%	0,00%	0,44%
	1,0	16	45	61
		19,75%	30,41%	26,64%
	1,5	0	1	1
		0,00%	0,68%	0,44%
	1,8	0	1	1
		0,00%	0,68%	0,44%
	2,0	30	55	85
		37,04%	37,16%	37,12%
	3,0	29	30	59
		35,80%	20,27%	25,76%
	4,0	5	13	18
		6,17%	8,78%	7,86%
	5,0	0	1	1
		0,00%	0,68%	0,44%
	Total	81	148	229
		100,00%	100,00%	100,00%
	Estadístico media:	2,27	2,16	

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Gráfico 4. 80 Centro infantil - Edad de ingreso

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

✿ **Análisis:** la mayoría de niños de las familias encuestadas, que asisten a centros infantiles privados como a centros infantiles públicos ingresan a los 2 años de edad.

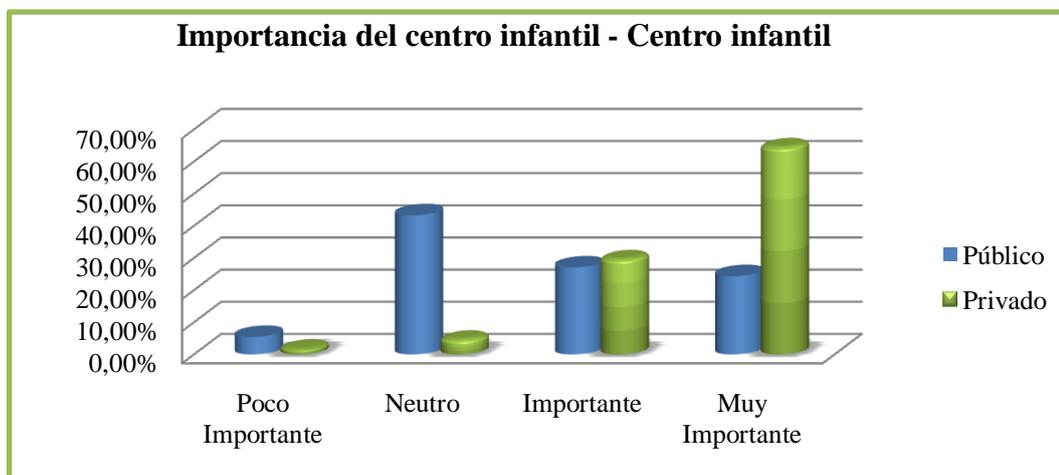
4.8.6. EDUCACIÓN INICIAL:

4.8.6.1. Centro infantil – Importancia del centro infantil para los niños menores de 5 años:

Tabla 4. 82 Centro infantil - Importancia de enviar a los niños al centro infantil

Tabla de contingencia Importancia que los niños menores de 5 asistan al Centro Infantil * Centro Infantil				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
Importancia que los niños menores de 5 asistan al Centro Infantil	Poco Importante	4	2	6
		5,41%	1,52%	2,91%
	Neutro	32	6	38
		43,24%	4,55%	18,45%
	Importante	20	39	59
		27,03%	29,55%	28,64%
	Muy Importante	18	85	103
		24,32%	64,39%	50,00%
Total		74	132	206
		100,00%	100,00%	100,00%
Estadístico	Media	3,70	4,56	

Gráfico 4. 81 Centro infantil - Importancia de enviar al centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011. Elaborado por Alejandra Bonilla G

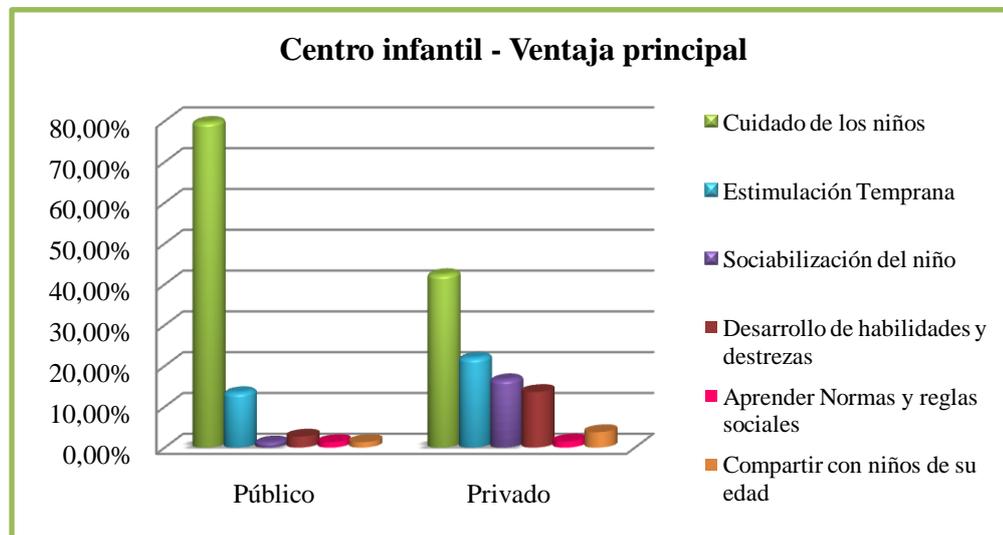
🌱 **Análisis:** las familias que tienen sus hijos en centros infantiles públicos, consideran que ni importante ni poco importante el enviar a los niños al centro infantil, mientras que en los centros privados, las familias califican que es importante el enviar a los niños al centro infantil.

4.8.6.2. Centro infantil – Principal ventaja

Tabla 4. 83 Centro infantil - Principal ventaja de que el niño asista al centro infantil

Tabla de contingencia Ventaja que los niños asistan al Centro Infantil * Centro Infantil				
	Centro Infantil		Total	
	Público	Privado		
Ventaja que los niños asistan al Centro Infantil	Cuidado de los niños	59	56	115
		79,73%	42,42%	55,83%
	Estimulación Temprana	10	29	39
		13,51%	21,97%	18,93%
	Sociabilización del niño	1	22	23
		1,35%	16,67%	11,17%
	Desarrollo de habilidades y destrezas	2	18	20
		2,70%	13,64%	9,71%
Aprender Normas y reglas sociales	1	2	3	
	1,35%	1,52%	1,46%	
Compartir con niños de su edad	1	5	6	
	1,35%	3,79%	2,91%	
Total	74	132	206	
	100,00%	100,00%	100,00%	

Gráfico 4. 82 Centro infantil - Ventaja principal



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011. Elaborado por Alejandra Bonilla G

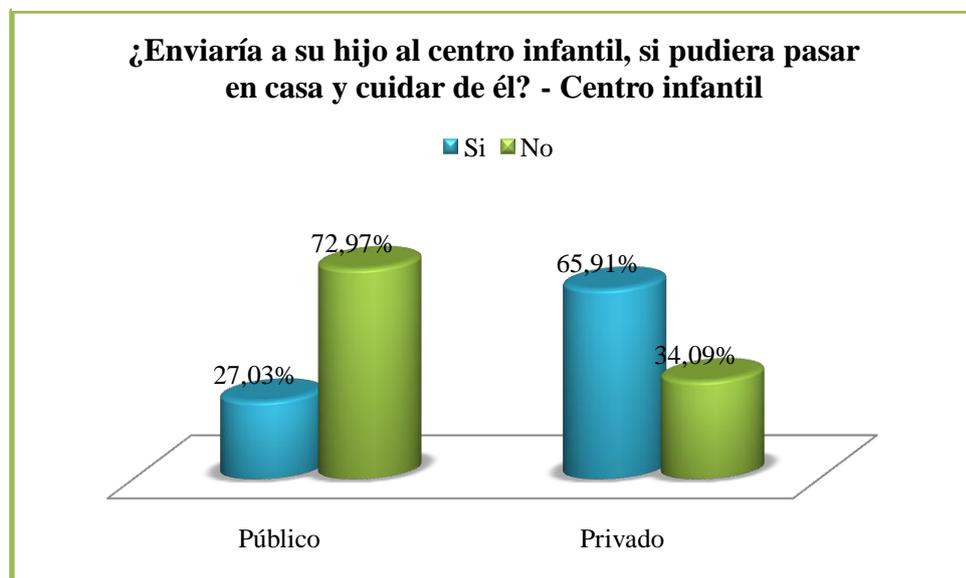

Análisis: las familias que tienen sus hijos en centros infantiles públicos, consideran que la principal ventaja de tener a los niños en los centros infantiles es el cuidado de los niños, mientras que en los centros privados, la principal razón es el cuidado de los niños y la estimulación temprana.

4.8.6.3. Centro infantil - ¿Enviaría a su hijo al centro infantil?

Tabla 4. 84 Centro infantil - Enviaría al niño al centro infantil

Tabla de contingencia Enviaría al niño al centro infantil *				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
Enviaría al niño al Centro Infantil	Si	20	87	107
		27,03%	65,91%	51,94%
	No	54	45	99
		72,97%	34,09%	48,06%
Total		74	132	206
		100,00%	100,00%	100,00%

Gráfico 4. 83 Centro infantil - Enviaría al niño al centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

✿ **Análisis:** las familias que tienen sus hijos en centros infantiles públicos, consideran que si tuvieran la oportunidad de pasar en casa y cuidar de sus hijos, ellos no enviarían a sus hijos al centro infantil, mientras las familias que tienen a sus hijos en centros privados, sí enviarían a un centro infantil aún si tuvieran la oportunidad de pasar en casa.

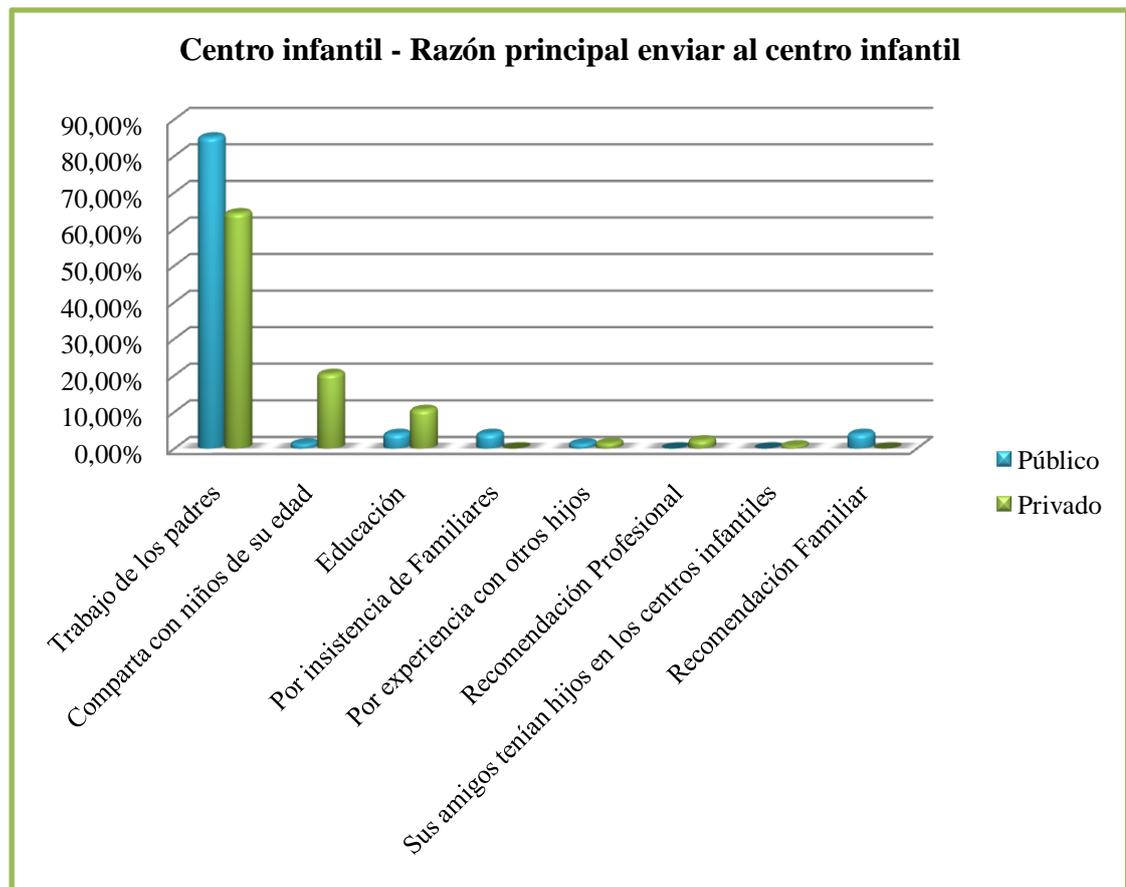
4.8.6.4. Centro infantil – Razón principal por la que enviaron al niño al centro infantil:

Tabla 4. 85 Centro infantil - Principal razón para enviar al niño al centro infantil

Tabla de contingencia Principal razón para enviar al niño al Centro Infantil * Centro Infantil				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
Principal razón para enviar al niño al Centro Infantil	Trabajo de los padres	63	85	148
		85,14%	64,39%	71,84%
	Comparta con niños de su edad	1	27	28
		1,35%	20,45%	13,59%
	Educación	3	14	17
		4,05%	10,61%	8,25%
	Por insistencia de Familiares	3	0	3
		4,05%	0,00%	1,46%
	Por experiencia con otros hijos	1	2	3
		1,35%	1,52%	1,46%
Recomendación Profesional	0	3	3	
	0,00%	2,27%	1,46%	
Sus amigos tenían hijos en los centros infantiles	0	1	1	
	0,00%	0,76%	0,49%	
Recomendación Familiar	3	0	3	
	4,05%	0,00%	1,46%	
Total		74	132	206
		100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Gráfico 4. 84 Centro infantil - Razón principal para enviar a los niños al centro infantil

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

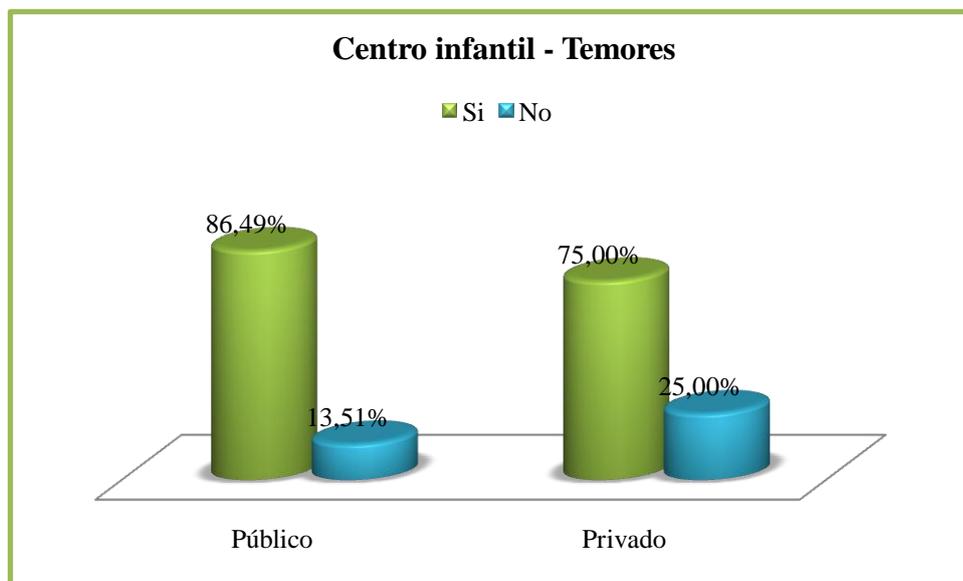
✿ **Análisis:** tanto las familias que tiene sus hijos en centros infantiles públicos como en privados, la principal ventaja por la que enviaron a sus hijos a un centro infantil, fue por el trabajo de ambos padres, por motivos de no tener con quién dejarlos.

4.8.6.5. Centro infantil – Tuvieron temores los padres de familia al enviar a sus hijos al centro infantil.

Tabla 4. 86 Centro infantil - Tuvieron temores

Tabla de contingencia				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
Tuvieron temores los padres al enviar al Centro Infantil a sus hijos	Si	64	99	163
		86,49%	75,00%	79,13%
	No	10	33	43
		13,51%	25,00%	20,87%
Total		74	132	206
		100,00%	100,00%	100,00%

Gráfico 4. 85 Centro infantil - Tuvieron temores



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

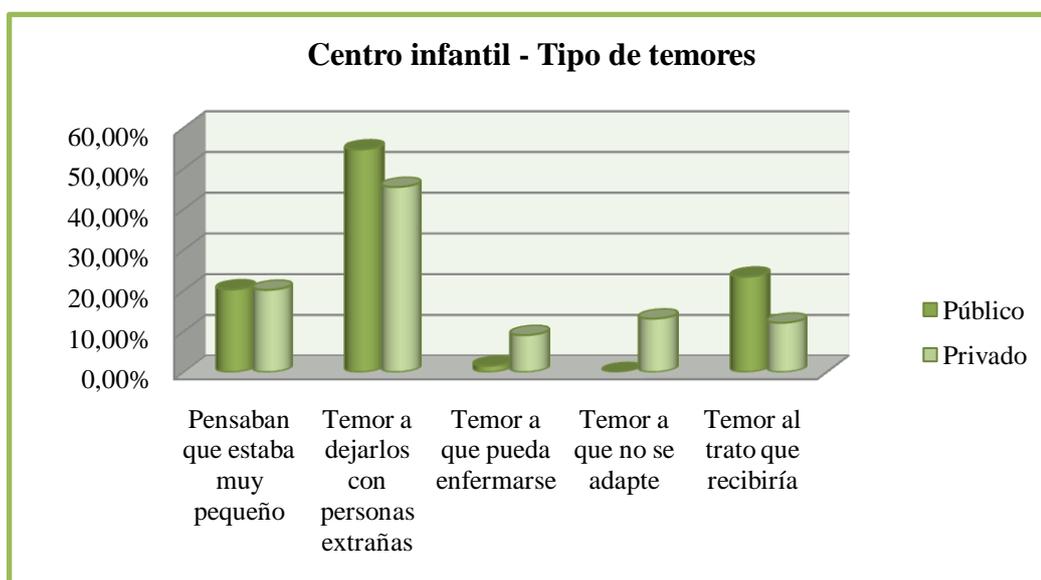
✿ Análisis: tanto las familias que tiene sus hijos en centros infantiles públicos como en privados, la mayoría sí tuvieron temores al enviar a sus hijos al centro infantil.

4.8.6.6. Centro infantil – Tipo de temores que tuvieron los padres de familia:

Tabla 4. 87 Centro Infantil - Tipo de temores

Tabla de contingencia				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
Temores de los padres al enviar al Centro Infantil	Pensaban que estaba muy pequeño	13 20,31%	20 20,20%	33 20,25%
	Temor a dejarlos con personas extrañas	35 54,69%	45 45,45%	80 49,08%
	Temor a que pueda enfermarse	1 1,56%	9 9,09%	10 6,13%
	Temor a que no se adapte	0 0,00%	13 13,13%	13 7,98%
	Temor al trato que recibiría	15 23,44%	12 12,12%	27 16,56%
	Total	64 100,00%	99 100,00%	163 100,00%

Gráfico 4. 86 Centro infantil - Tipo de temores



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

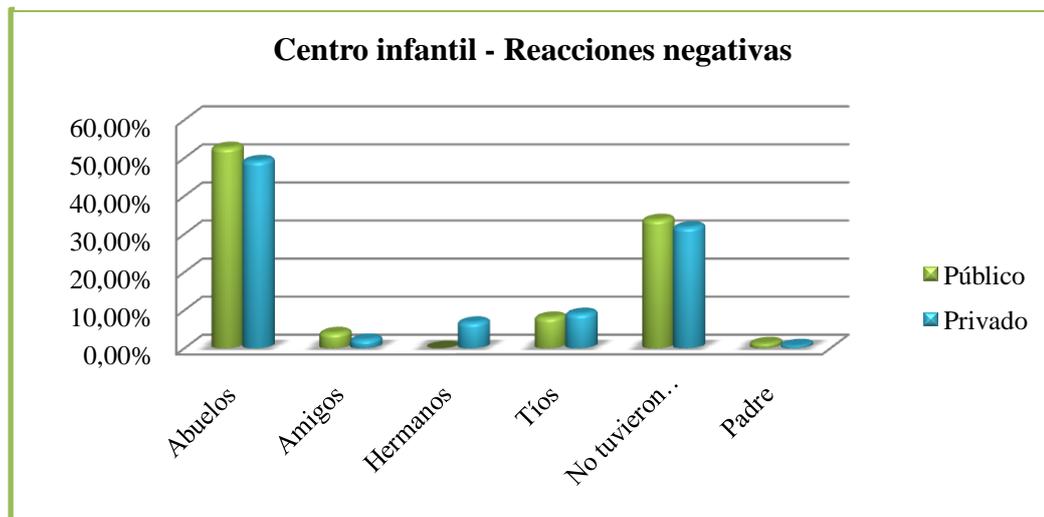
🌱 Análisis: tanto las familias que tiene sus hijos en centros infantiles públicos como en privados, la mayoría tuvieron temor a dejar a sus niños con personas extrañas.

4.8.6.7. Centro infantil – Reacciones negativas:

Tabla 4. 88 Centro infantil - Reacciones negativas

Tabla de contingencia Reacciones negativas * Centro Infantil				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
Reacciones negativas	Abuelos	39	65	104
		52,70%	49,24%	50,49%
	Amigos	3	3	6
		4,05%	2,27%	2,91%
	Hermanos	0	9	9
		0,00%	6,82%	4,37%
	Tíos	6	12	18
		8,11%	9,09%	8,74%
No tuvieron reacciones de personas	25	42	67	
	33,78%	31,82%	32,52%	
Padre	1	1	2	
	1,35%	0,76%	0,97%	
Total	74	132	206	
	100,00%	100,00%	100,00%	

Gráfico 4. 87 Centro Infantil - Reacciones negativas



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G


Análisis: tanto las familias que tiene sus hijos en centros infantiles públicos como en privados, tuvieron reacciones desfavorables sobre el inscribir a sus hijos en un centro infantil especialmente de sus abuelos.

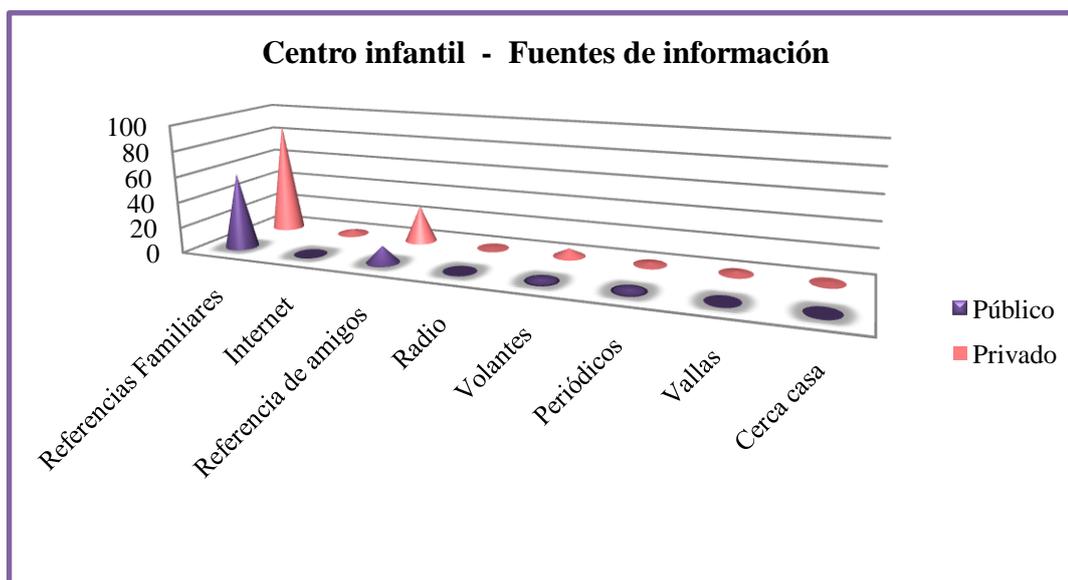
4.8.7. CENTRO INFANTIL:

4.8.7.1. Centro infantil - Elección de fuentes de información:

Tabla 4. 89 Centro infantil - Fuentes de información

Tabla de contingencia Centro Infantil * Fuentes de Búsqueda de Información de los Centros Infantiles									
Fuentes de Búsqueda de Información de los Centros Infantiles									Total
	Ref. Fam.	Internet	Ref de amigos	Radio	Volante	Periódico	Vallas	Cerca casa	
Centro Infantil Público	59	0	13	0	1	1	0	0	74
	79,73%	0,00%	17,57%	0,00%	1,35%	1,35%	0,00%	0,00%	100,00 %
	40,14%	0,00%	30,95%	0,00%	14,29%	33,33%	0,00%	0,00%	35,92%
Centro Infantil Privado	88	3	29	1	6	2	2	1	132
	66,67%	2,27%	21,97%	0,76%	4,55%	1,52%	1,52%	0,76%	100,00 %
	59,86%	100,00 %	69,05%	100,00 %	85,71%	66,67%	100,00%	100,00 %	64,08%
Total	147	3	42	1	7	3	2	1	206
	71,36%	1,46%	20,39%	0,49%	3,40%	1,46%	0,97%	0,49%	100,00 %
	100,00 %	100,00 %	100,00%	100,00 %	100,00 %	100,00%	100,00%	100,00 %	100,00 %

Gráfico 4. 88 Centro infantil - Fuentes de información



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

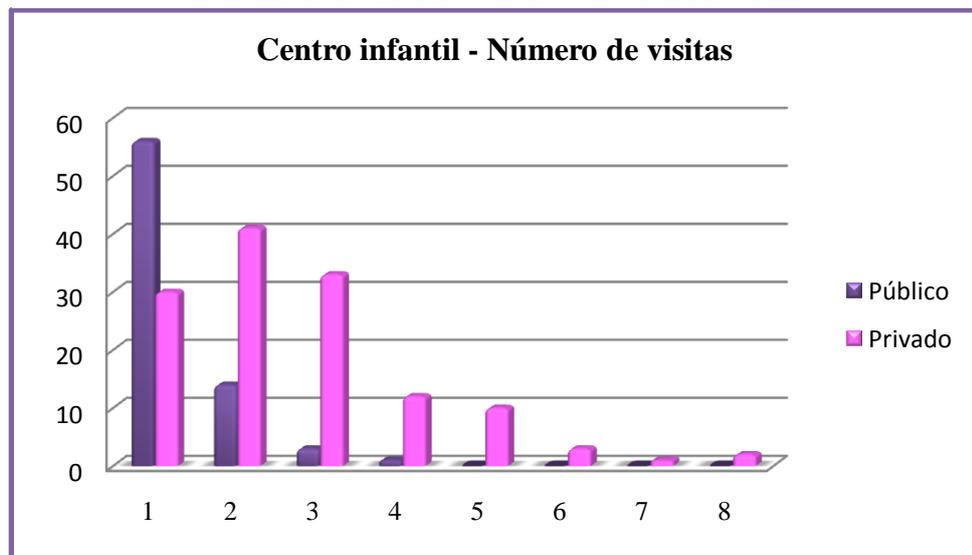
⌘ **Análisis:** tanto las familias que tienen a sus hijos en centros públicos como en privados comenzaron la búsqueda de información a través referencias familiares y referencias de amigos.

4.8.7.2. Centro Infantil – Número de centros que visitaron:

Tabla 4. 90 Centro infantil - Número de centros infantiles

Tabla de contingencia Centro Infantil * Número de Centros Infantiles que visitaron										
	Número de Centros Infantiles que visitaron								Total	
	1	2	3	4	5	6	7	8		
Centro Infantil	Público	56	14	3	1	0	0	0	0	74
		75,68%	18,92%	4,05%	1,35%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
		65,12%	25,45%	8,33%	7,69%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	35,92%
	Privado	30	41	33	12	10	3	1	2	132
		22,73%	31,06%	25,00%	9,09%	7,58%	2,27%	0,76%	1,52%	100,00%
		34,88%	74,55%	91,67%	92,31%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	64,08%
Total	86	55	36	13	10	3	1	2	206	
	41,75%	26,70%	17,48%	6,31%	4,85%	1,46%	0,49%	0,97%	100,00%	
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	

Gráfico 4. 89 Centro infantil - Número de visitas



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Análisis: la mayoría de familias que eligieron centros infantiles públicos visitaron 1 centro infantil para elegirlo, sin embargo las familias que optaron por centros infantiles privados, para la elección de los mismos visitaron entre 2 y 3 centros.

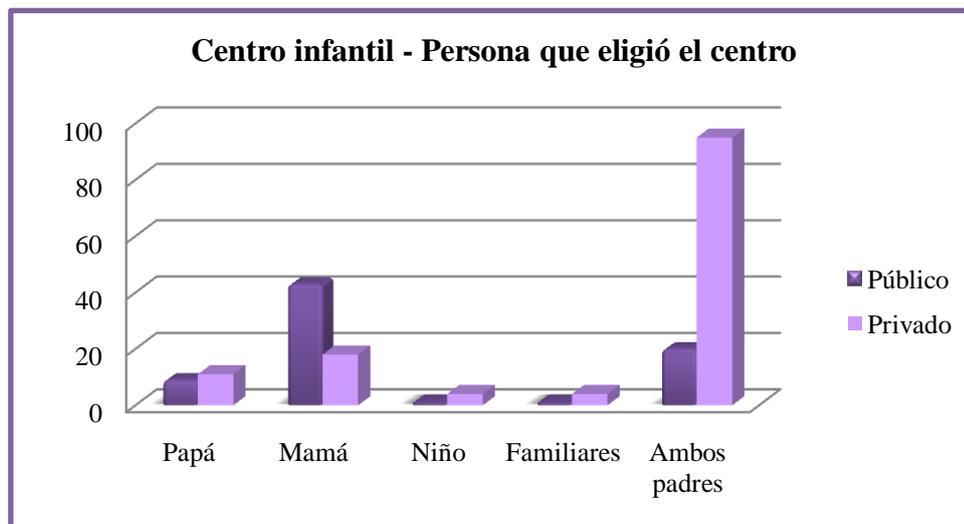
4.8.7.3. Centro infantil – Persona que decidió la elección del centro

infantil:

Tabla 4. 91 Centro infantil - Persona que decidió la elección del centro

Tabla de contingencia Centro Infantil * Persona que eligió el centro							
Persona que eligió el centro						Total	
	Papá	Mamá	Niño	Familiares	Ambos padres		
Centro Infantil	Público	9	43	1	1	20	74
		12,16%	58,11%	1,35%	1,35%	27,03%	100,00%
		45,00%	70,49%	20,00%	20,00%	17,39%	35,92%
	Privado	11	18	4	4	95	132
		8,33%	13,64%	3,03%	3,03%	71,97%	100,00%
		55,00%	29,51%	80,00%	80,00%	82,61%	64,08%
Total	20	61	5	5	115	206	
	9,71%	29,61%	2,43%	2,43%	55,83%	100,00%	
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	

Gráfico 4. 90 Centro infantil - Persona que decidió la elección del centro



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

🌱 Análisis: las familias que tienen a sus hijos en centro públicos la persona quién escogió el mismo fue la madre, para las familias que tienen a sus hijos en centros infantiles privados quienes toman la decisión son ambos padres.

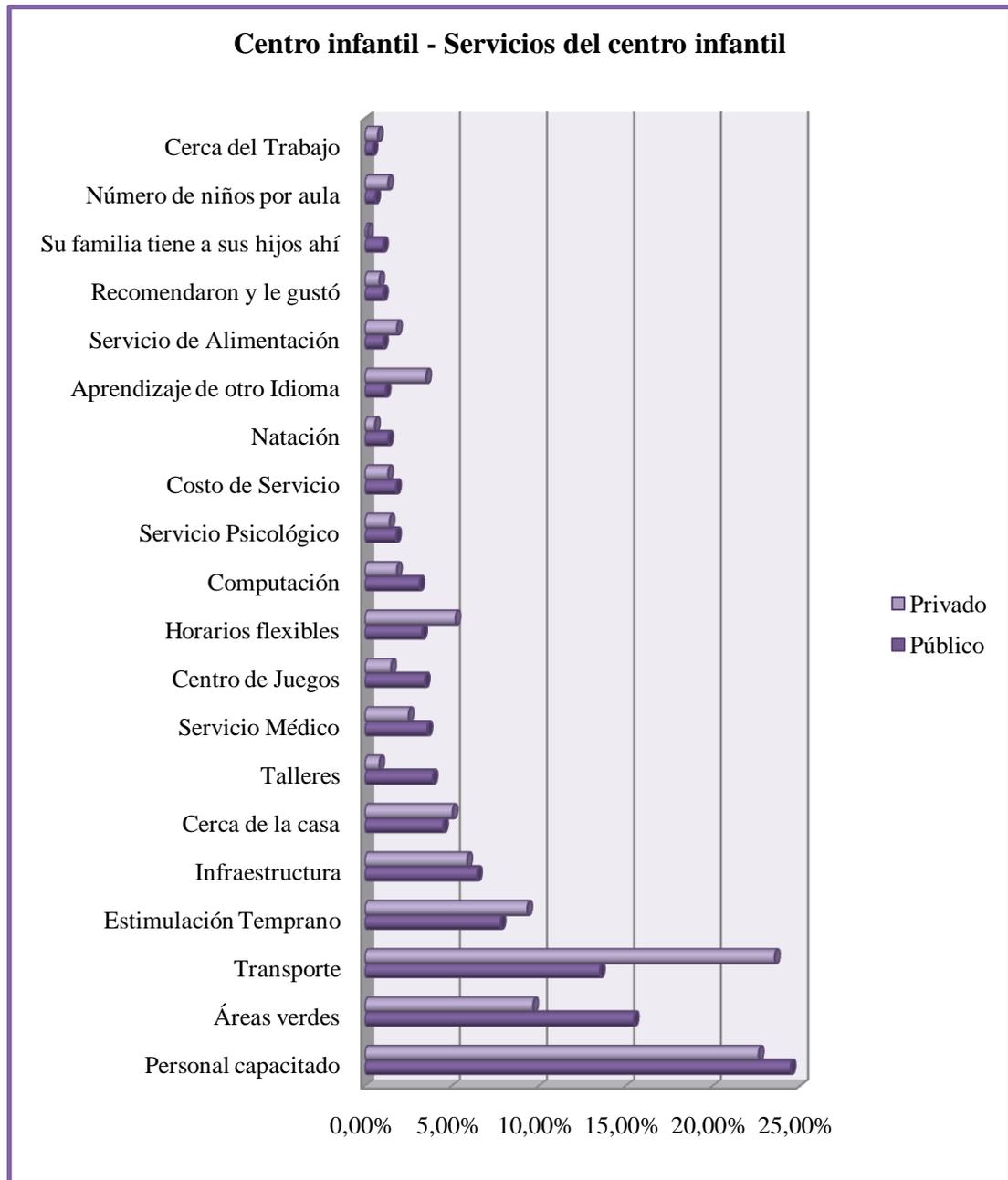
4.8.7.4. Centro infantil - Servicios del centro infantil que buscan a la hora de elegir el mismo.

Tabla 4. 92 Centro infantil - Servicios del centro infantil

	Público		Privado	
		Porcentaje		Porcentaje
Personal capacitado	163	24,47%	269	22,64%
Áreas verdes	103	15,47%	115	9,68%
Transporte	90	13,51%	280	23,57%
Estimulación Temprano	52	7,81%	111	9,34%
Infraestructura	43	6,46%	70	5,89%
Cerca de la casa	30	4,50%	60	5,05%
Talleres	26	3,90%	10	0,84%
Servicio Médico	24	3,60%	30	2,53%
Centro de Juegos	23	3,45%	18	1,52%
Horarios flexibles	22	3,30%	62	5,22%
Computación	21	3,15%	22	1,85%
Servicio Psicológico	12	1,80%	17	1,43%
Costo de Servicio	12	1,80%	16	1,35%
Natación	9	1,35%	7	0,59%
Aprendizaje de otro Idioma	8	1,20%	42	3,54%
Servicio de Alimentación	7	1,05%	22	1,85%
Recomendaron y le gustó	7	1,05%	10	0,84%
Su familia tiene a sus hijos ahí	7	1,05%	2	0,17%
Número de niños por aula	4	0,60%	16	1,35%
Cerca del Trabajo	3	0,45%	9	0,76%
Total:	666	100,00%	1188	100,00%

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Gráfico 4. 91 Centro infantil - Servicios del centro

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

🌱 Análisis: las familias buscan en los centros infantiles públicos servicios como, personal capacitado, áreas verdes y transporte. Y las familias buscan en los centros infantiles privados servicios como, transporte, personal capacitado, áreas verdes y estimulación temprana.

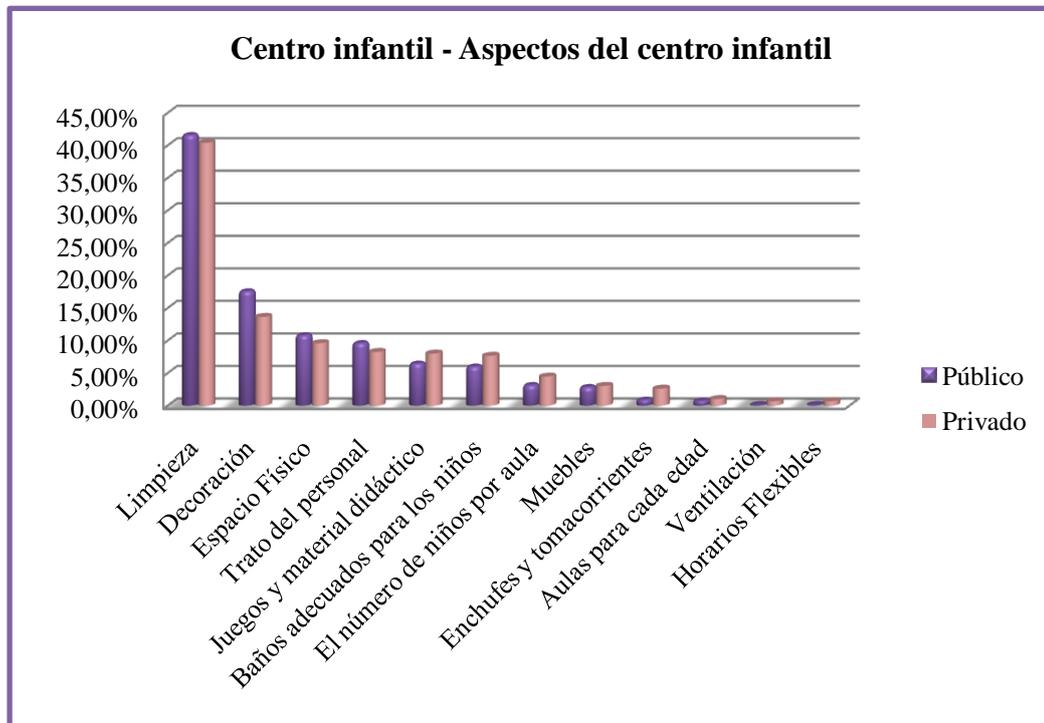
4.8.7.5. Centro infantil - Aspectos que las familias observan dentro del centro infantil

Tabla 4. 93 Centro infantil - Aspectos del centro

	Público		Privado	
		Porcentaje		Porcentaje
Limpieza	277	41,59%	480	40,40%
Decoración	117	17,57%	162	13,64%
Espacio Físico	72	10,81%	114	9,60%
Trato del personal	64	9,61%	98	8,25%
Juegos y material didáctico	43	6,46%	95	8,00%
Baños adecuados para los niños	40	6,01%	91	7,66%
El número de niños por aula	21	3,15%	53	4,46%
Muebles	19	2,85%	36	3,03%
Enchufes y tomacorrientes	6	0,90%	31	2,61%
Aulas para cada edad	5	0,75%	12	1,01%
Ventilación	1	0,15%	8	0,67%
Horarios Flexibles	1	0,15%	8	0,67%
Total:	666	100,00%	1188	100,00%

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Gráfico 4. 92 Centro infantil - Aspectos del centro

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G



Análisis: las familias buscan en los centros infantiles públicos como en los privados, limpieza, decoración y espacio físico.

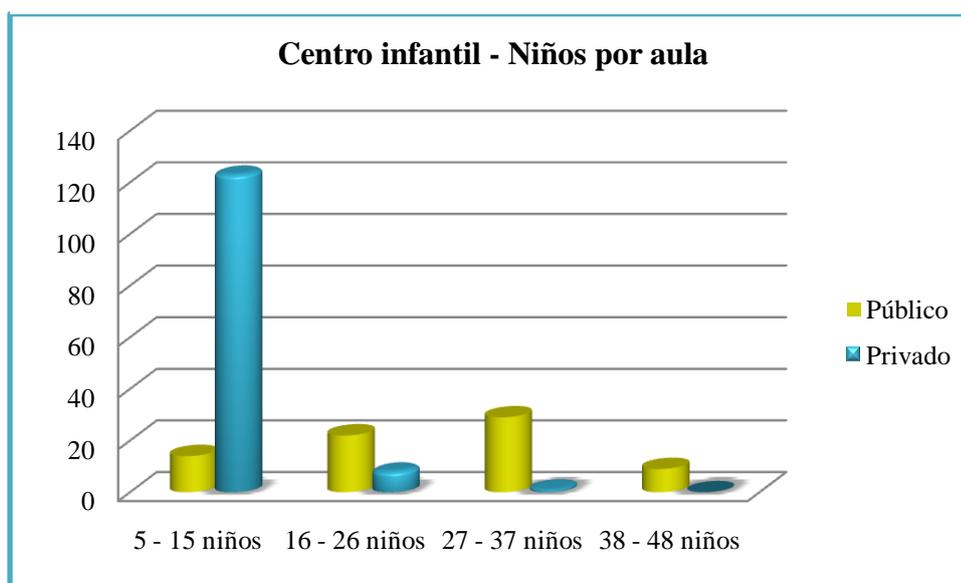
4.8.8. SERVICIOS:

4.8.8.1. Centro infantil – Número de niños por aula.

Tabla 4. 94 Centro infantil - Número de niños por aula

Tabla de contingencia Centro Infantil * niños por aula						
		niños por aula				Total
		5 - 15 niños	16 - 26 niños	27 - 37 niños	38 - 48 niños	
Centro Infantil	Público	14	22	29	9	74
		18,92%	29,73%	39,19%	12,16%	100,00%
		10,22%	73,33%	96,67%	100,00%	35,92%
	Privado	123	8	1	0	132
		93,18%	6,06%	0,76%	0,00%	100,00%
		89,78%	26,67%	3,33%	0,00%	64,08%
Total	137	30	30	9	206	
	66,50%	14,56%	14,56%	4,37%	100,00%	
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	

Gráfico 4. 93 Centro infantil - Número de niños por aula



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

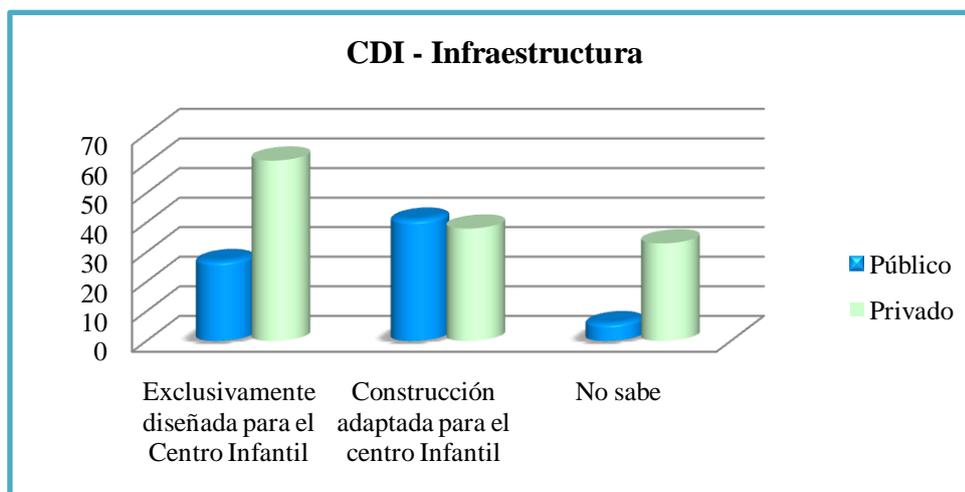
✿ **Análisis:** en la mayoría de los centros infantiles públicos existen alrededor de 5 y 15 niños por aula, mientras que en los establecimientos públicos el número de niños aumenta llegando en su mayoría entre 27 y 37 niños por aula .

4.8.8.2. Centro infantil – Infraestructura del centro:

Tabla 4. 95 Centro infantil - Infraestructura

Tabla de contingencia Centro Infantil * Infraestructura del Centro					
		Infraestructura del Centro			Total
		Exclusivamente diseñada para el Centro Infantil	Construcción adaptada para el centro Infantil	No sabe	
Centro Infantil	Público	27	41	6	74
		36,49%	55,41%	8,11%	100,00%
	Privado	30,68%	51,90%	15,38%	35,92%
		61	38	33	132
	Total	46,21%	28,79%	25,00%	100,00%
		69,32%	48,10%	84,62%	64,08%
Total	88	79	39	206	
	42,72%	38,35%	18,93%	100,00%	
		100,00%	100,00%	100,00%	

Gráfico 4. 94 Centro infantil - Infraestructura



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011. Elaborado por Alejandra Bonilla G

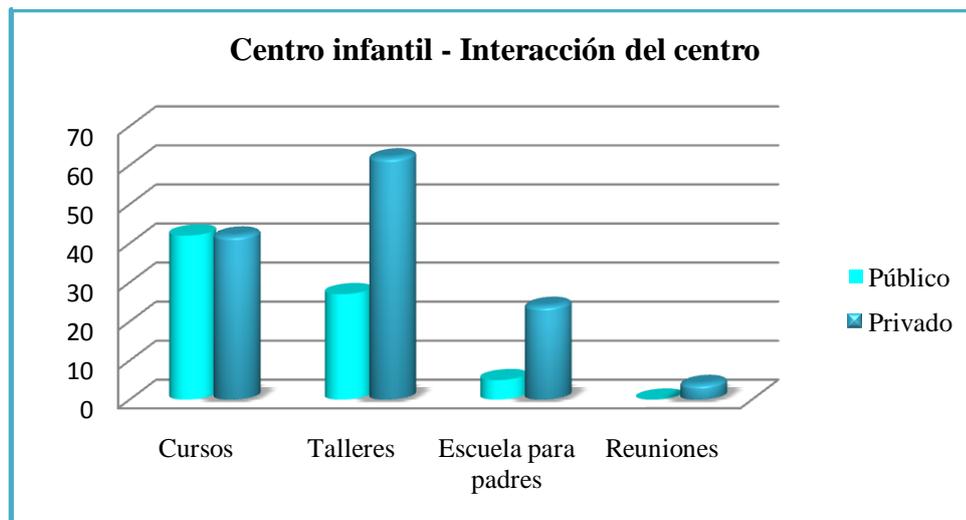
Análisis: las familias encuestadas que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos, la mitad consideran que la infraestructura del centro es una construcción adaptada para su funcionamiento; mientras que las familias que tienen a sus hijos en centros infantiles privados, casi la mitad de ellos considera que la infraestructura del centro fue diseñada exclusivamente para ese servicio.

4.8.8.3. Centro infantil – Interacción del centro con los padres

Tabla 4. 96 Centro infantil - Interacción del centro con los padres de familia

Tabla de contingencia Centro infantil * Interacción del Centro Infantil con los padres						
		Interacción del Centro infantil con los padres				Total
		Cursos	Talleres	Escuela para padres	Reuniones	
Centro Infantil	Público	42	27	5	0	74
		56,76%	36,49%	6,76%	0,00%	100,00%
		50,00%	30,34%	17,24%	0,00%	35,92%
	Privado	42	62	24	4	132
		31,82%	46,97%	18,18%	3,03%	100,00%
		50,00%	69,66%	82,76%	100%	64,08%
Total		84	89	29	4	206
		40,78%	43,20%	14,08%	1,94%	100,00%
		100,00%	100,00%	100,00%	100%	100,00%

Gráfico 4. 95 Centro infantil - Interacción del centro



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

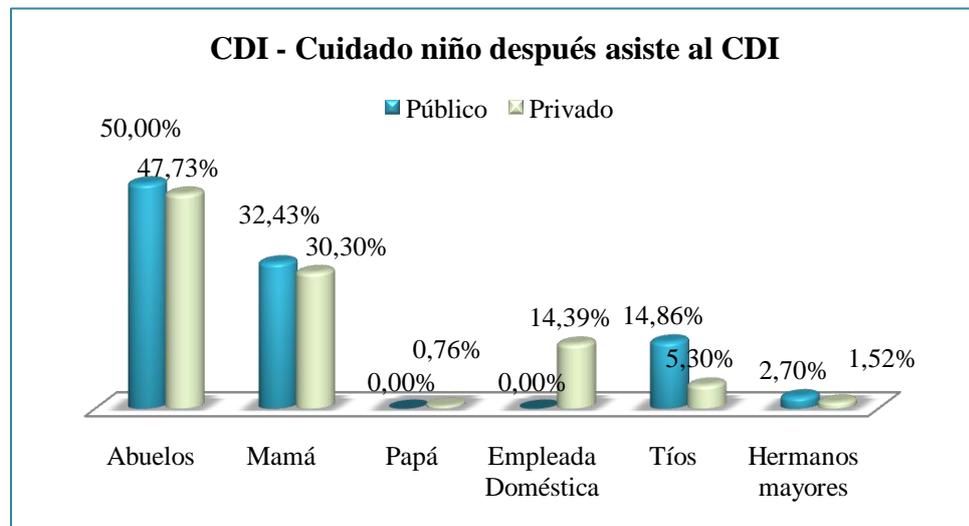
Análisis: en los centros infantiles públicos, las familias encuestadas mencionan que el centro interactúa con los padres de familia a través de cursos. En los centros privados, la interacción del centro con los padres de familia se da a través de cursos y talleres.

4.8.8.4. Centro infantil –Cuidado del niño

Tabla 4. 97 Centro infantil - Cuidado del niño después que asiste al centro

Tabla de contingencia Cuidado del niño * Centro Infantil				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
Cuidado del niño después que asiste al centro infantil:	Abuelos	37	63	100
		50,00%	47,73%	48,54%
	Mamá	24	40	64
		32,43%	30,30%	31,07%
	Papá	0	1	1
		0,00%	0,76%	0,49%
	Empleada Doméstica	0	19	19
		0,00%	14,39%	9,22%
Tíos	11	7	18	
	14,86%	5,30%	8,74%	
Hermanos mayores	2	2	4	
	2,70%	1,52%	1,94%	
Total		74	132	206
		100,00%	100,00%	100,00%

Gráfico 4. 96 Centro infantil - Cuidado del niño después que asiste al centro



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011. Elaborado por Alejandra Bonilla G

🌱 Análisis: tanto las familias que tienen sus hijos en centros infantiles públicos como en privados, después que sus hijos asisten al centro la persona quien se queda al cuidado son sus abuelos.

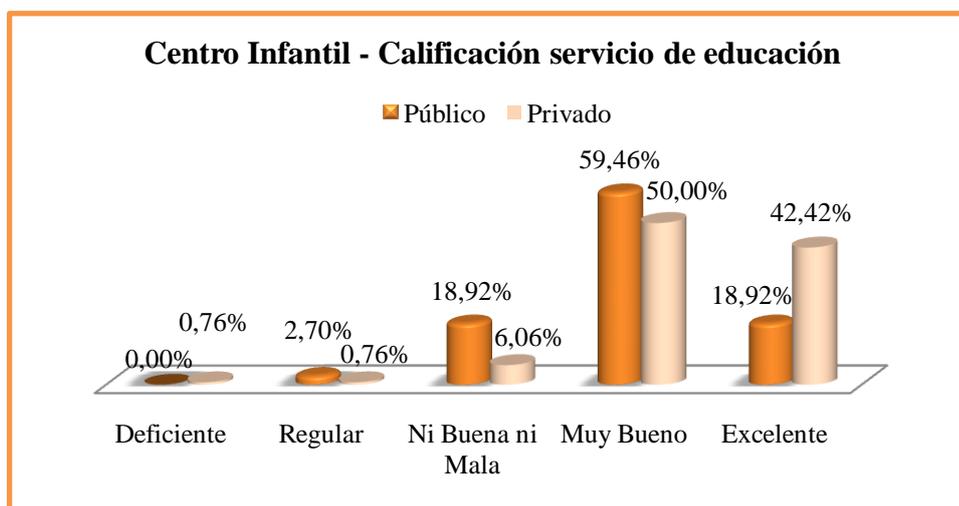
4.8.9. CALIFICACIÓN DEL CENTRO INFANTIL:

4.8.9.1. Centro infantil – Calificación del servicio de educación

Tabla 4. 98 Centro infantil - Calificación del servicio de educación

Tabla de contingencia Califique el servicio de educación				
	Centro Infantil		Total	
	Público	Privado		
Servicio educación	Deficiente	0	1	1
		0,00%	0,76%	0,49%
	Regular	2	1	3
		2,70%	0,76%	1,46%
	Ni Buena ni Mala	14	8	22
		18,92%	6,06%	10,68%
Muy Bueno	44	66	110	
	59,46%	50,00%	53,40%	
Excelente	14	56	70	
	18,92%	42,42%	33,98%	
Total	74	132	206	
	100,00%	100,00%	100,00%	
Estadísticos: Media	3,94	4,32		

Gráfico 4. 97 Centro infantil - Calificación del servicio de educación



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011
Elaborado por Alejandra Bonilla G

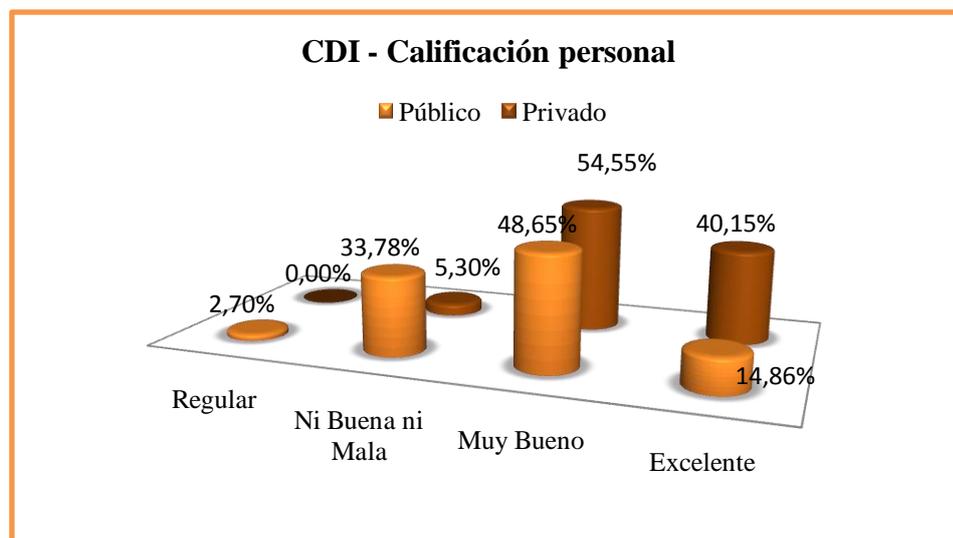
 **Análisis:** las familias que tienen sus hijos en centro infantiles privados como públicos, califican al servicio de educación como muy bueno.

4.8.9.2. Centro infantil – Calificación del personal del centro infantil:

Tabla 4. 99 Centro infantil - Calificación del personal

Tabla de contingencia Personal* Centro Infantil				
	Centro Infantil		Total	
	Público	Privado		
Personal	Regular	2	0	2
		2,70%	0,00%	0,97%
	Ni Buena ni Mala	25	7	32
		33,78%	5,30%	15,53%
	Muy Bueno	36	72	108
		48,65%	54,55%	52,43%
	Excelente	11	53	64
		14,86%	40,15%	31,07%
	Total	74	132	206
		100,00%	100,00%	100,00%
Estadísticos: Media	3,75	4,36	%	

Gráfico 4. 98 Centro infantil - Calificación del personal



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011
Elaborado por Alejandra Bonilla G

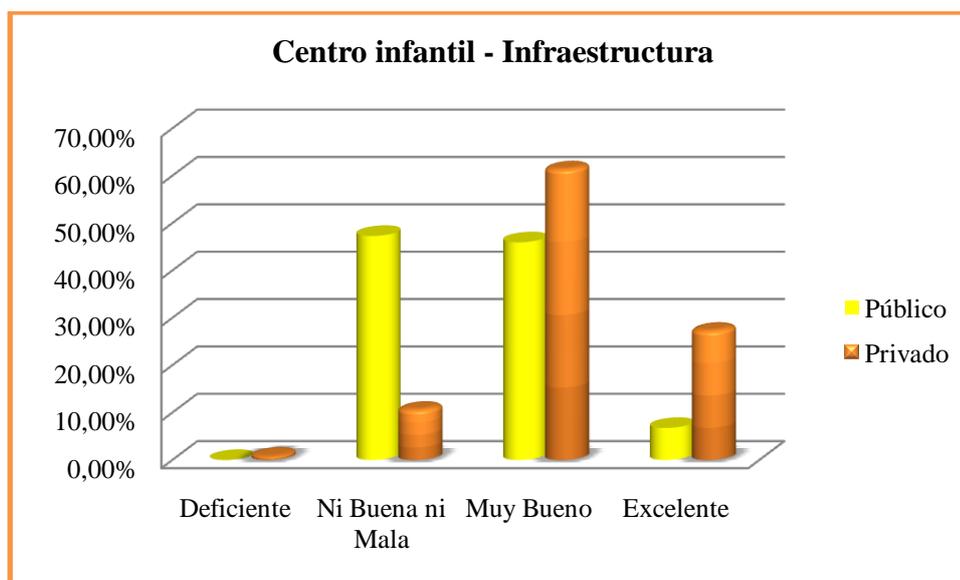
🌱 Análisis: las familias que tienen sus hijos en centros infantiles públicos como en los privados califican a la preparación del personal como muy bueno.

4.8.9.3. Centro infantil – Calificación de la infraestructura:

Tabla 4. 100 Centro infantil - Calificación infraestructura

Tabla de contingencia Centro Infantil * Infraestructura						
		Califique el servicio según su experiencia				Total
		Deficiente	Ni Buena ni Mala	Muy Bueno	Excelente	
Centro Infantil	Público	0	35	34	5	74
		0,00%	47,30%	45,95%	6,76%	100,00%
Privado		1	14	81	36	132
		0,76%	10,61%	61,36%	27,27%	100,00%
Total		1	49	115	41	206
		0,49%	23,79%	55,83%	19,90%	100,00%
Estadísticos: Media		Público	3,59	Privado	4,14	

Gráfico 4. 99 Centro infantil - Calificación Infraestructura



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011
Elaborado por Alejandra Bonilla G

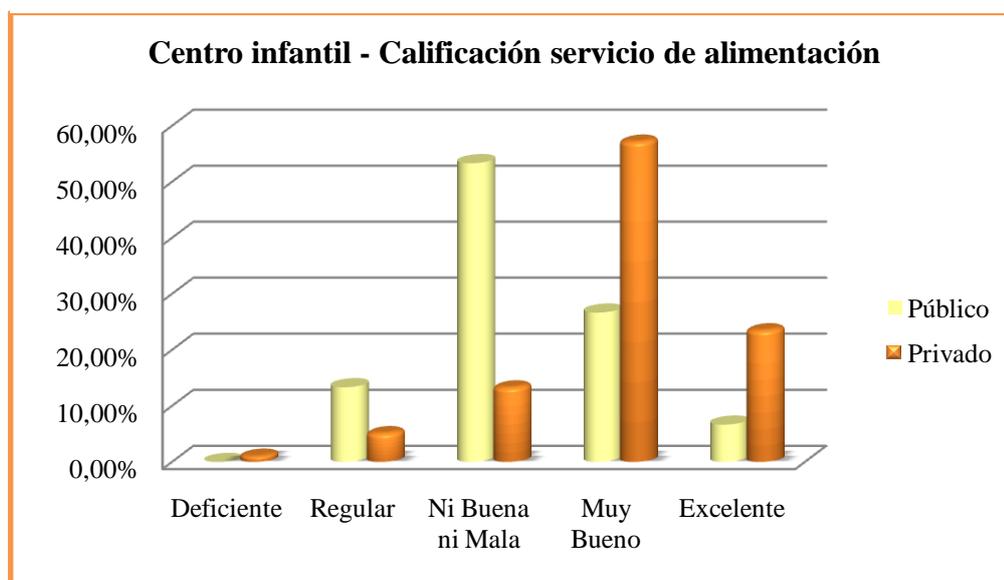
🌱 Análisis: las familias que tienen sus hijos en centros infantiles públicos califican a la infraestructura del centro como ni bueno ni malo, mientras que en los centros privados tienen una calificación muy bueno.

4.8.9.4. Centro infantil – Calificación del servicio de alimentación:

Tabla 4. 101 Centro infantil - Calificación servicio de alimentación

Tabla de contingencia Centro Infantil * Califique el servicio de alimentación							
		Califique el servicio según su experiencia					Total
		Deficiente	Regular	Ni Buena ni Mala	Muy Bueno	Excelente	
Centro Infantil	Público	0	2	8	4	1	15
		0,00%	13,33%	53,33%	26,67%	6,67%	100,00%
Centro Infantil	Privado	1	5	13	56	23	98
		1,02%	5,10%	13,27%	57,14%	23,47%	100,00%
Total		1	7	21	60	24	113
		0,88%	6,19%	18,58%	53,10%	21,24%	100,00%
Estadísticos: Media		Público	3,26	Privado	3,96		

Gráfico 4. 100 Centro infantil - Calificación servicio de alimentación



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011
Elaborado por Alejandra Bonilla G

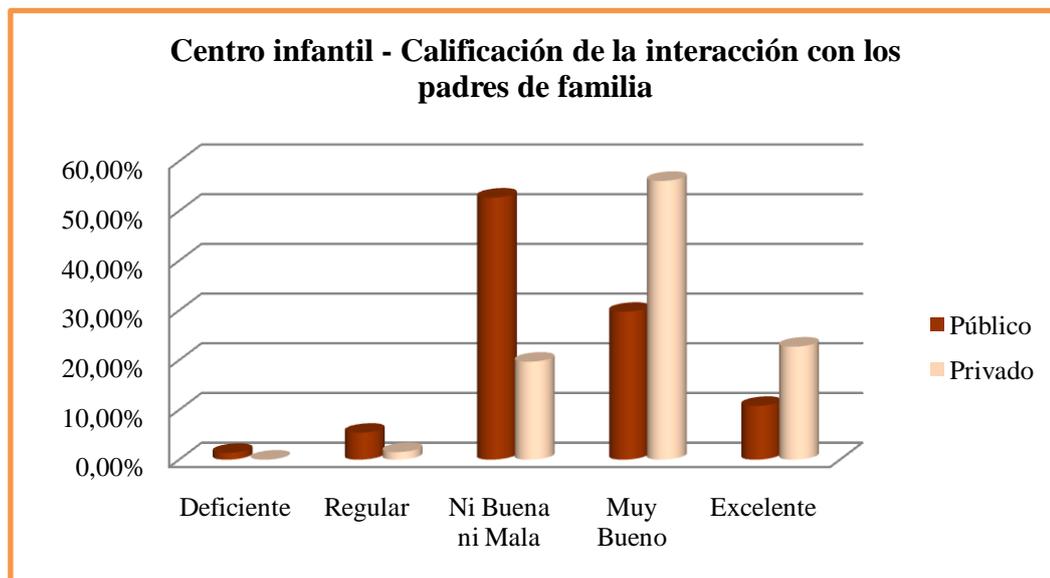
🌱 Análisis: las familias que tienen sus hijos en centros infantiles públicos califican al servicio de alimentación como ni bueno ni malo, mientras que en los centros privados tienen una calificación muy bueno.

4.8.9.5. Centro infantil – Calificación de la interacción del centro con los padres de familia:

Tabla 4. 102 Centro infantil - Calificación interacción del centro con los padres

		Califique el servicio según su experiencia					Total
		Deficiente	Regular	Ni Buena ni Mala	Muy Bueno	Excelente	
Centro Infantil	Público	1	4	39	22	8	74
		1,35%	5,41%	52,70%	29,73%	10,81%	100,00%
Privado		0	2	26	74	30	132
		0,00%	1,52%	19,70%	56,06%	22,73%	100,00%
Total		1	6	65	96	38	206
		0,49%	2,91%	31,55%	46,60%	18,45%	100,00%
Estadísticos:	Público		3,43	Privado	4,00		
Media							

Gráfico 4. 101 Centro infantil - Calificación interacción del centro con los padres



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011
Elaborado por Alejandra Bonilla G

🌱 Análisis: las familias que tienen sus hijos en centros infantiles públicos califican a la interacción del centro con los padres de familia como ni bueno ni malo, mientras que en los centros privados tienen una calificación de muy bueno.

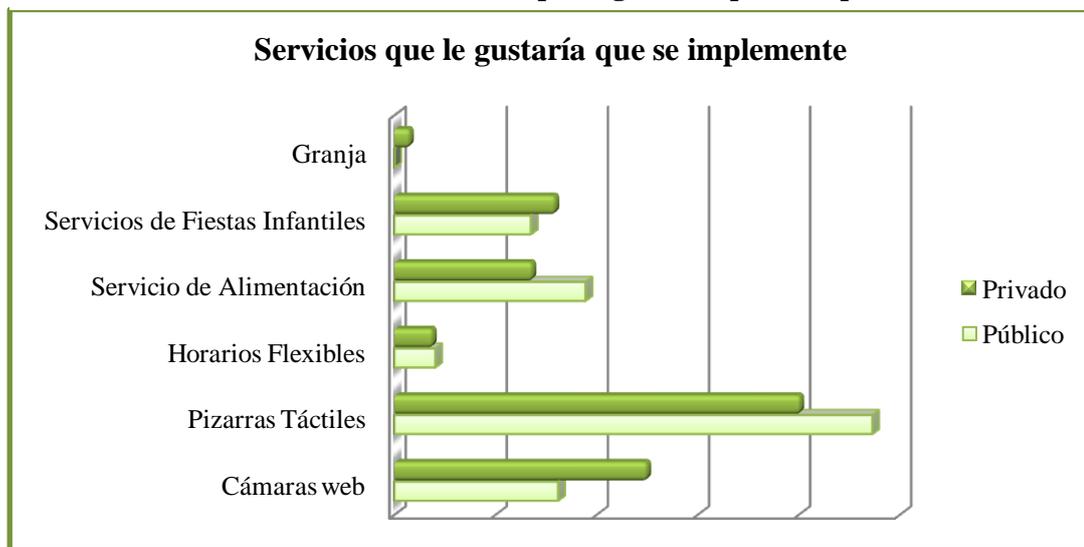
4.8.10. NUEVOS SERVICIOS:

4.8.10.1. Centro infantil – servicios

Tabla 4. 103 Centro infantil - Servicios que le gustaría que implementen

Tabla de contingencia Servicios que le gustaría que se implemente * Centro Infantil				
	Centro Infantil		Total	
	Público	Privado		
Servicios que le gustaría que se implemente	Cámaras web	12	33	45
		16,22%	25,00%	21,84%
	Pizarras Táctiles	35	53	88
		47,30%	40,15%	42,72%
	Horarios Flexibles	3	5	8
		4,05%	3,79%	3,88%
	Servicio de Alimentación	14	18	32
		18,92%	13,64%	15,53%
Servicios de Fiestas Infantiles	10	21	31	
	13,51%	15,91%	15,05%	
Granja	0	2	2	
	0,00%	1,52%	0,97%	
Total	74	132	206	
	100,00%	100,00%	100,00%	

Gráfico 4. 102 Centro infantil - servicios que le gustaría que se implemente



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011
Elaborado por Alejandra Bonilla G

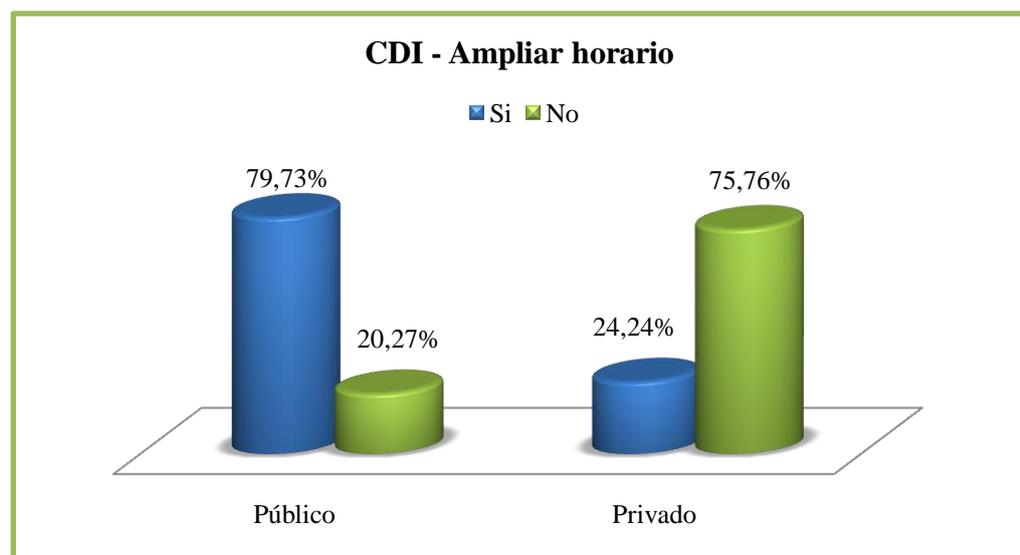
🌱 Análisis: las familias que tienen sus hijos en centros infantiles públicos, les gustaría que se implemente pizarras táctiles y cámaras web, mientras que en los centros privados les gustaría que se implemente pizarras táctiles y servicio de alimentación.

4.8.10.2. Centro infantil –Ampliar el horario del servicio del centro infantil:

Tabla 4. 104 Centro infantil - Ampliar el horario

Tabla de contingencia ampliar horario * Centro Infantil				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
Ampliar horario	Si	59	32	91
		79,73%	24,24%	44,17%
No	No	15	100	115
		20,27%	75,76%	55,83%
Total		74	132	206
		100,00%	100,00%	100,00%

Gráfico 4. 103 Centro infantil - Ampliar el Horario



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

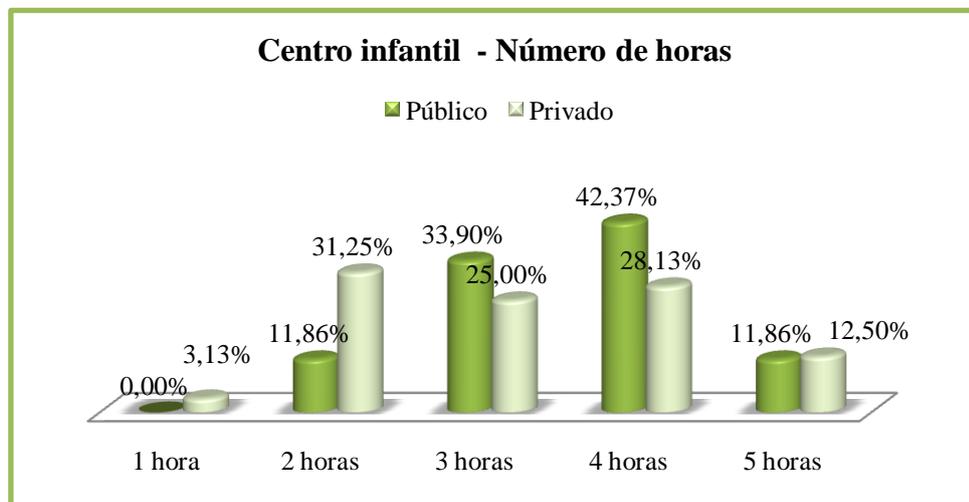
🌟 Análisis: las familias que tienen sus hijos en centros infantiles públicos la mayoría sí desea que se amplíe el horario de atención del centro infantil, mientras que las familias que tienen a sus hijos en centros infantiles privados no desean que se amplíe el horario de atención.

4.8.10.3. Centro infantil – Número de horas que le gustaría que se implemente:

Tabla 4. 105 Centro infantil - Número de horas implementar

Tabla de contingencia Horas que le gustaría que se implemente * Centro Infantil				
		Centro Infantil		Total
		Público	Privado	
N° Horas	1 hora	0	1	1
		0,00%	3,13%	1,10%
	2 horas	7	10	17
		11,86%	31,25%	18,68%
	3 horas	20	8	28
		33,90%	25,00%	30,77%
	4 horas	25	9	34
		42,37%	28,13%	37,36%
	5 horas	7	4	11
		11,86%	12,50%	12,09%
Total:		59	32	91
		100,00%	100,00%	100,00%
Estadísticos: Media		3,54	3,15	

Gráfico 4. 104 Centro infantil - Número de horas



Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

🌟 Análisis: las familias que tienen sus hijos en centro infantiles públicos, desean que se amplíe el horario de atención 4 horas más, mientras que en los centros privados, las familias que sí deseaban que se amplíe el horario es de 3 horas más.

4.9 RESUMEN DE LA INVESTIGACIÓN:

4.9.1 Datos de identificación de las familias que tienen hijos menores de seis años en el Cantón Rumiñahui

Tabla 4. 106 Datos de identificación de la familia

	Famílias con hijos en centros infantiles públicos:	Famílias con hijos en centros infantiles privados.
Estado civil:	Mayoría de las familias son casadas	
Número de hijos menores de seis años:	La mayoría tienen Un hijo menor de seis años en la familia.	
Parroquia donde habitan:	Sangolquí	San Rafael y Sangolquí.
Ingresos promedio mensuales de la familia	Los ingresos varían entre los \$250 y los \$850	Los ingresos varían entre los \$851 y los \$2052
Casa donde habitan es:	La mayoría viene en casas arrendadas.	Propia y arrendada.
Vehículo propio:	La mayoría de familias no tienen vehículo propio	La mayoría de familias tienen vehículo propio
Marca del vehículo		La mayoría de familias optan por marcas como Chevrolet, Kia y Volkswagen
Modelo del vehículo		Los modelos de vehículos más cotizados por las familias son Aveo, Gran Vitara, y Corsa, Kia Carens y Río, y Volkswagen Gol

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011. Elaborado por Alejandra Bonilla G

4.9.2 Datos de identificación de los padres de familia

Tabla 4. 107 Datos de identificación del niño

Datos de identificación del padre:	
Centros infantiles públicos:	Centros infantiles privados:
 <p>Los padres tienen una edad promedio 29 años: la mayoría son padres jóvenes cuyas edades oscilan entre los 26 y 33 años.</p> <p>La mayoría de ellos alcanzó un nivel de educación bachiller, el resto tienen título universitario.</p> <p>Casi en su totalidad trabajan, la mayoría en relación de dependencia y un porcentaje menor tiene negocio propio.</p> <p>El padre trabaja en un promedio de 11</p>	<p>Los padres tienen una edad promedio 33 años: la mayoría son padres jóvenes cuyas edades oscilan entre los 26 y 33 años y el resto tiene entre 34 y 41 años.</p> <p>La mayoría de ellos alcanzó un nivel de educación superior, muy pocos han realizado un post grado.</p> <p>Casi en su totalidad trabajan, la mayoría en relación de dependencia y un porcentaje menor tiene negocio propio.</p> <p>El padre trabaja en un promedio de 10 horas diarias</p> 
Datos de identificación de la madre:	
 <p>Las madres tienen una edad promedio 27 años: la mayoría son madres jóvenes cuyas edades varían entre los 23 y 28 años.</p> <p>La mayoría de ellas alcanzó un nivel de educación bachiller, y el resto tiene un nivel de educación superior.</p> <p>Casi en su totalidad trabajan, la mayoría en relación de dependencia y un porcentaje menor son amas de casa.</p> <p>La madre trabaja en un promedio de 9 horas diarias.</p>	<p>Las madres tienen una edad promedio 29 años: la mayoría son madres jóvenes cuyas edades varían entre los 23 y 28 años, y entre los 29 y 34 años.</p> <p>La mayoría de ellas alcanzó un nivel de educación superior.</p> <p>Casi en su totalidad trabajan, la mayoría en relación de dependencia y un porcentaje menor son amas de casa.</p> <p>La madre trabaja en un promedio de 8 horas diarias</p> 

4.9.3 Datos de identificación del niño:

Tabla 4. 108 Datos de identificación del niño

	Niños que asisten a centros infantiles públicos	Niños que asisten a centros infantiles privados.
Edad de los niños que asisten al centro infantil.	La mayoría de niños menores de 5 años que asisten al centro infantil tienen 3 años.	
Edad de ingreso al centro infantil.	La edad promedio de ingreso es de dos años y medio	La edad promedio de ingreso es de dos años.

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011. Elaborado por Alejandra Bonilla G

Del total de las familias encuestadas la mitad de los niños menores de seis años de esas familias asisten a un centro de desarrollo infantil y la otra mitad no.

4.9.4 Niños menores de seis años que no asisten al centro infantil:

Tabla 4. 109 Niños que no asisten al centro infantil

	Niños menores de seis años que no asisten al centro infantil
¿Por qué no asisten al centro infantil?	Las principales razones por la que los padres no envían a sus hijos a los centros infantiles son: porque consideran que son muy pequeños, porque existe un familiar que cuide de ellos y porque no hay mejor cuidado que el de la madre.
¿Quién cuida de ellos?	Las familias que no envían a sus hijos a un centro infantil, quién cuida de ellos son los abuelos y las propias madres.

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011. Elaborado por Alejandra Bonilla G

4.10 PROCESO DE TOMA DE DECISIONES: de las familias del Cantón Rumiñahui para la elección de los centros de desarrollo infantil:

Gráfico 4. 105 Proceso de toma de decisiones de las familias



Fuente: Schiffman & Kanuk, Comportamiento del Consumidor 2005
Elaborado por Alejandra Bonilla. Enero, 2010

4.10.1 Reconocimiento de la necesidad:

El proceso de elección de las familias comienza cuando los padres reconocen el problema o la necesidad.

Tabla 4. 110 Reconocimiento de la necesidad

Centro Público	Centro Privado
Tanto el padre como la madre trabajan, son familias jóvenes con hijos menores de cinco años, el estado ideal de las familias sería que las madres pudieran pasar en casa y cuidar ellas mismas de sus hijos, han mencionado que es incomparable el cuidado, amor y ternura que brinda una madre que otra persona, por más cercana que sea.	
Por la situación económica, no pueden dejar de trabajar, pero necesitan quien	Si pudieran pasar en casa si enviarían a sus hijos al centro infantil

cuide de los niños mientras ellos no lo pueden hacer.	
<p>Las familias conocen y saben que el cuidado de los niños pueden entregárselo a sus familiares más cercanos, sin embargo han escuchado de los centros infantiles, especialmente por referencias de familiares cercanas que han pasado por la misma necesidad.</p>	
<p>Ante la alternativa de dejar a los niños en los centros infantiles, la mayoría de las familias consideran no es ni bueno, ni malo, ya que conciben como un centro infantil de cuidado.</p>	<p>Ante la alternativa de dejar a los niños en los centros infantiles, la mayoría de las familias consideran que es importante enviarlos, porque pueden adquirir nuevos conocimientos, además que les ayuda por medio de la estimulación temprana a desarrollar al máximo sus capacidades cognitivas, físicas, emocionales y sociales</p>

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011. Elaborado por Alejandra Bonilla G

4.10.2 Búsqueda de información:

La búsqueda de información activa consiste en buscar material y emprender otras actividades de investigación para conocer más.

Tabla 4. 111 Búsqueda de información

Centro Público	Centro Privado
<p>Los padres de familia ante la necesidad de buscar un centro infantil para el cuidado de los niños, se enfrentan a diversos temores, propios del ser humano, ya que lo máspreciado para los padres son los hijos, más del 80% de ellos temen al cuidado, al trato que puedan recibir de personas extrañas, y a esto se suma el que son demasiado pequeños.</p>	
<p>Los padres de familia enfocan su búsqueda de fuentes de información para conocer más acerca de los centros infantiles, a través de referencias familiares, y referencias de amigos, e investigan sus experiencias</p>	

Por lo tanto son menos del 10% de las familias que acuden a centros infantiles por el simple hecho de una publicidad. De igual manera la influencia de las referencias familiares tiene gran peso para la elección del centro infantil.

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011. Elaborado por Alejandra Bonilla G

4.10.3 Evaluación previa a la compra:

No existe un proceso único de evaluación que utilicen todas las familias. Existen varios procesos de evaluación de la decisión. Los modelos que más se utilizan en el proceso de evaluación por parte de las familias, están orientados en forma cognoscitiva, o sea parten de juicios sobre los centros infantiles, primordialmente sobre experiencias pasadas por familiares.

Tabla 4. 112 Evaluación previa a la compra

Centro Público	Centro Privado
La necesidad principal es encontrar un lugar para el cuidado de los niños, porque los padres no lo pueden hacer especialmente por el trabajo	
Los padres de familia buscan, personal capacitado, áreas verdes, y transporte.	Los padres de familia buscan, transporte, personal capacitado, áreas verdes, y estimulación temprana.
Los padres de familia visitan 1 centro infantil	Visitan un promedio de 3 centros infantiles para tomar la decisión.
Dentro cada visita los padres evalúan los siguientes aspectos que son como requisitos indispensables, estos son, la limpieza, el espacio físico y la decoración.	

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011. Elaborado por Alejandra Bonilla G

4.10.4 Compra:

En general, la decisión de elección del centro infantil que toman las familias será adquirir el mejor centro calificado para el cuidado de los niños.

Tabla 4. 113 Compra

Centro Público	Centro Privado
Los padres de familia se enfrentan a un problema, influencias negativas especialmente de los abuelos.	
Las decisiones de la elección del centro infantil en su mayoría lo realiza la madre	Las decisiones de la elección del centro infantil en su mayoría realizan ambos padres
El centro infantil más conocido, Gotitas de Amor.	El centro infantil más conocido, Mi Pequeño Dalcroze.

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011. Elaborado por Alejandra Bonilla G

4.10.5 Consumo:

Tabla 4. 114 Consumo

Centro Público	Centro Privado
La mayoría de niños asisten al centro infantil entre las 7:45 am y las 8:00 am de la mañana. La hora de salida es entre las 12:00 pm y las 12:30 pm. En promedio los niños asisten al centro infantil 4 horas.	
El número de niños por aula varía entre 27 y 37 niños.	El número de niños por aula varía de 5 a 15 niños
La interacción de los padres de familia con el centro infantil es a través de cursos.	La interacción de los padres de familia con el centro infantil es a través de cursos y talleres.
Los centros infantiles en los que se encuentran sus hijos son construcciones adaptadas y otras son construcciones específicamente diseñadas para el servicio de educación.	
	El valor que están dispuestos a pagar varía desde los \$66 hasta los \$110.

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011. Elaborado por Alejandra Bonilla G

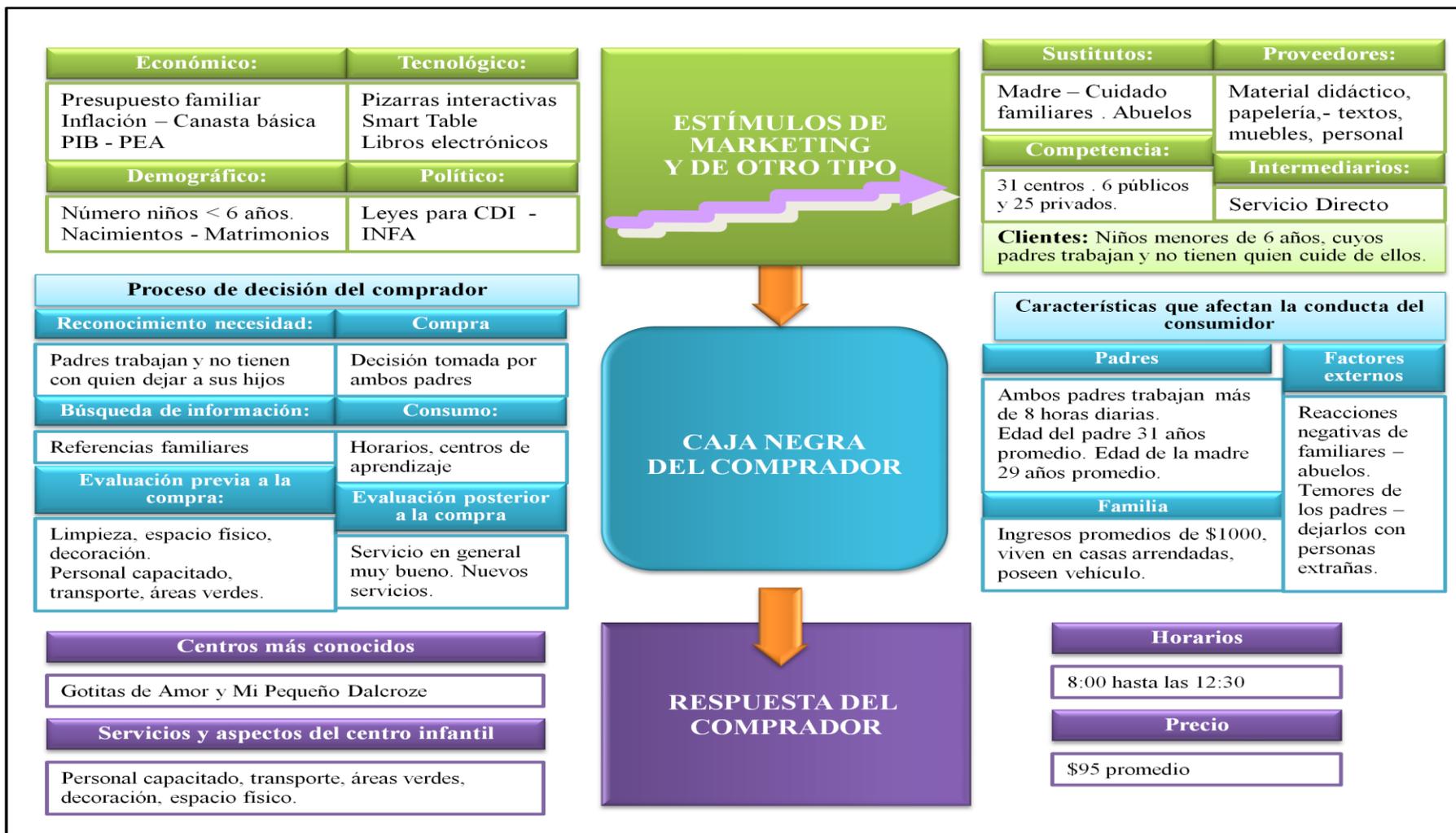
4.10.6 Evaluaciones posteriores a la compra:**Tabla 4. 115 Evaluaciones posteriores a la compra**

Centro Público	Centro Privado
Los padres de familia califican al servicio de educación, al personal y a la infraestructura de los centros infantiles como muy buena.	
El servicio de alimentación y la interacción del centro con los padres de familia como ni buena, ni mala.	El servicio de alimentación y la interacción del centro con los padres de familia como muy buena
La principal ventaja que encontraron fue el cuidado de los niños mientras ellos no lo pueden hacer.	
Después que el niño asiste al centro infantil la mayoría de niños se queda al cuidado de sus abuelos y de su madre.	
A los padres de familia les gustaría que se implemente pizarras táctiles	A los padres de familia les gustaría que se implemente pizarras táctiles y cámaras web para que ellos puedan observar a cualquier hora lo que sus hijos están realizando.
Respecto al horario del centro infantil la mayoría de padres de familia si quieren que se amplíe el horario, con un promedio de 3 horas y media lo que sería entre las 16:00 pm y las 16:30 pm.	No desean que se amplíe el horario.

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011. Elaborado por Alejandra Bonilla G

4.11 MODELO: Proceso que siguen las familias para la elección de centros infantiles en el Cantón Rumiñahui.

Gráfico 4. 106 Modelo general del proceso que siguen las familias para elegir el centro infantil



Fuente: Estudio de mercado. Elaborado por Alejandra Bonilla. Enero, 2010

4.11.1 Características que afectan la conducta de las familias que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos:

Gráfico 4. 107 Características de las familias - hijos centros públicos



Fuente: Estudio de mercado. Elaborado por Alejandra Bonilla. Enero, 2010

4.11.1.1 Proceso de decisión de compra de las familias que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos:

Gráfico 4. 108 Proceso de decisión de compra



Fuente: Estudio de mercado. Elaborado por Alejandra Bonilla. Enero, 2010



4.11.2 Características que afectan a las familias que tienen a sus hijos en centros infantiles privados:

Gráfico 4. 109 Características de las familias - Hijos en centros infantiles privados



Fuente: Estudio de mercado. Elaborado por Alejandra Bonilla. Enero, 2010

4.11.2.1 Proceso de decisiones de las familias que tienen hijos en centros infantiles privados:

Gráfico 4. 110 Proceso de decisiones familias - hijos en centros privados



Fuente: Estudio de mercado. Elaborado por Alejandra Bonilla. Enero, 2010



Fuente: Estudio de mercado. Elaborado por Alejandra Bonilla. Enero, 2010

4.12 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

4.12.1 Hipótesis 1: Análisis de ANOVA de un factor

Los ingresos familiares difieren significativamente entre las familias que tiene a sus hijos en centros infantiles privados de los públicos.

 **Paso 1: Plantear la hipótesis nula H_0 y la hipótesis alternativa H_1 .**

La hipótesis nula (H_0)

H_0 = No existe diferencia significativa entre los ingresos familiares y el tipo de centro infantil en el que inscriben a sus hijos.

$$H_0 = \mu_1 = \mu_2$$

La hipótesis alternativa (H_1)

H_1 = Si existe diferencia significativa entre los ingresos familiares y el tipo de centro infantil en el que inscriben a sus hijos

$$H_1 = \mu_1 \neq \mu_2$$

 **Paso 2: Seleccionar el nivel de significancia.**

 **Nivel de significancia:** Probabilidad de rechazar la hipótesis nula cuando es verdadera.

$$\alpha = 0,05$$

 **Paso 3: Cálculo del valor estadístico de prueba**

Valor determinado a partir de la información muestral, que se utiliza para determinar si se rechaza la hipótesis nula. (Berenson & Levine, 2006, pág. 339)



Estadística F: Con esta estadística se verifica la hipótesis nula de que las medias de las categorías son iguales. (Malhotra, 2008, pág. 481)

Tabla 4. 116 Descriptivos estadísticos: Ingresos familiar - Centro infantil

Descriptivos				
Ingreso Familiar				
	N	Media	Desviación típica	Error típico
Público	72	\$651.9444	\$188.24347	\$22.18471
Privado	131	\$1,400.7634	\$642.54736	\$56.13962
Total	203	\$1,135.1724	\$638.07364	\$44.78399

Descriptivos				
Ingreso Familiar				
	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
	Límite inferior	Límite superior		
Público	\$607.7094	\$696.1795	\$250.00	\$1,600.00
Privado	\$1,289.6978	\$1,511.8289	\$300.00	\$4,000.00
Total	\$1,046.8684	\$1,223.4765	\$250.00	\$4,000.00

Fuente: Estudio de mercado. Elaborado por Alejandra Bonilla. Enero, 2010

Tabla 4. 117 ANOVA

ANOVA					
Ingreso Familiar					
	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Tratamientos	26053217,524	1	26053217,524	93,198	,000
Error	56188651,442	201	279545,530		
Total	82241868,966	202			

Fuente: Estudio de mercado. Elaborado por Alejandra Bonilla. Enero, 2010

 **Grados de libertad: $1/201$**

Numerador: k (# tratamientos) - 1

$$= 2 - 1$$

$$= 1$$

Denominador: $n - k$ (# tratamientos)

$$= 203 - 2$$

$$= 201$$

 **Valor crítico:**

Valor crítico para un nivel de significancia del 0,05 con $1/201$ grados de libertad en la distribución F

Valor crítico = 3.84

 **Significancia:**

Sig: 000 es la probabilidad de encontrar un valor F a la derecha de 93,198 con $1/201$ grados de libertad, dado que H_0 sea verdadera. Así que la probabilidad de cometer un error de tipo I al rechazar una H_0 es de 000%.

 **Paso 4: Formular la regla de decisión**

 **Reglas: para determinar por el valor crítico**

Si $F > 3,84$ rechazo H_0 , por lo tanto si hay diferencia significativa, las medias poblacionales no son iguales.

Si $F < 3,84$ acepta H_0 , por lo tanto no hay diferencia significativa, las medias poblacionales son iguales.

 **Reglas: para determinar significancia**

Si la significancia $\leq 0,05$ rechazo H_0 , por lo tanto si hay diferencia significativa.

Si la significancia $> 0,05$ acepto H_0 , por lo tanto no hay diferencia significativa.

Paso 5: Tomar una decisión

Según el valor crítico:

Si $93,198 > 3,84$ rechazo H_0 , por lo tanto si hay diferencia significativa, las medias poblacionales no son iguales.

Según significancia:

$0,00 < 0,05$ rechazo H_0 , por lo tanto si hay diferencia significativa entre las variables.

En ambas comprobaciones se rechazó la hipótesis nula por lo tanto se concluye que, si existe diferencia significativa entre los ingresos familiares y el tipo de centro infantil en el que inscriben a sus hijos, es decir, los ingresos promedio de las familias que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos no son iguales a los ingresos promedios de las familias que tienen a sus hijos en centros infantiles privados.

4.12.2 Hipótesis 2: Análisis de Chi - Cuadrado:

Existe asociación entre si los niños estudian en centro privados o públicos y si desean ampliar el horario del servicio de educación.

❁ Paso 1: Plantear la hipótesis nula H_0 y la hipótesis alternativa H_1 .

La hipótesis nula (H_0)

H_0 = No existe asociación entre si los niños estudian en centro privados o públicos y si desean ampliar el horario del servicio de educación.

$H_0 = \rho_1 = \rho_2$ (existe la misma proporción poblacional para las mismas variables)

La hipótesis alternativa (H_1)

H_1 = Si existe asociación entre si los niños estudian en centro privados o públicos y si desean ampliar el horario del servicio de educación.

$H_1 = \rho_1 \neq \rho_2$ (no existe la misma proporción poblacional para las mismas variables)

❁ Paso 2: Seleccionar el nivel de significancia.

❁ **Nivel de significancia:** Probabilidad de rechazar la hipótesis nula cuando es verdadera.

$$\alpha = 0,05$$

❁ Paso 3: Cálculo del valor estadístico de prueba

Valor determinado a partir de la información muestral, que se utiliza para determinar si se rechaza la hipótesis nula. (Berenson & Levine, 2006, pág. 339)

 **Distribución chi cuadrada χ^2 :** estadístico que se utiliza para probar la significancia estadística de la asociación observada en una tabulación cruzada. Nos ayuda a determinar si existe una relación sistemática entre las dos variables. (Malhotra, 2008, pág. 474)

Tabla 4. 118 Centro infantil - Ampliar horario

Tabla de contingencia Centro Infantil * Ampliar horario				
		Ampliar horario		Total
		Si	No	
Centro Infantil	Público	59	15	74
		79,73%	20,27%	100,00%
		28,64%	7,28%	35,92%
	Privado	32	100	132
		24,24%	75,76%	100,00%
		15,53%	48,54%	64,08%
Total		91	115	206
		44,17%	55,83%	100,00%
		44,17%	55,83%	100,00%

Fuente: Estudio de mercado. Elaborado por Alejandra Bonilla. Enero, 2010

Tabla 4. 119 Chi cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	59,200	1	,000
Corrección por continuidad	56,971	1	,000
Razón de verosimilitudes	61,945	1	,000
Estadístico exacto de Fisher			
Asociación lineal por lineal	58,913	1	,000
N de casos	206		

Fuente: Estudio de mercado. Elaborado por Alejandra Bonilla. Enero, 2010

 **Grados de libertad para una prueba de chi cuadrado:**

(# Columnas -1) (# Filas -1)

(2 -1) (2 -1)

= 1

Valor crítico para una prueba de chi cuadrado con 1 grado de libertad y una significancia de 0.05

= 3.841

 **Significancia:**

Sig: 000 es la probabilidad de encontrar un valor chi cuadrado a la derecha de 59, 200 con 1 grado de libertad, dado que H_0 sea verdadera. Así que la probabilidad de cometer un error de tipo I al rechazar una H_0 es de 000%.

 **Paso 4: Formular la regla de decisión** **Reglas: para determinar por el valor crítico**

Si $X^2 > 3,841$ rechazo H_0 , por lo tanto si hay diferencia significativa, las medias poblacionales no son iguales.

Si $X^2 < 3,841$ acepta H_0 , por lo tanto no hay diferencia significativa, las medias poblacionales son iguales.

 **Reglas: para determinar significancia**

 Si la significancia $\leq 0,05$ rechazo H_0 , por lo tanto si hay asociación.

 Si la significancia $> 0,05$ acepto H_0 , por lo tanto no hay asociación.

❁ Paso 5: Tomar una decisión

❁ Según el valor crítico:

Si $59,200 > 3,841$ rechazo H_0 , por lo tanto si hay asociación.

❁ Según significancia:

$0,00 < 0,05$ rechazo H_0 , por lo tanto si hay asociación.

En ambas comprobaciones se tiene que, si existe asociación entre si los niños estudian en centro privado o público y si desean ampliar el horario del servicio de educación.

Los padres de familia que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos evidentemente desean ampliar el horario del centro infantil, mientras que los padres de familia que tienen a sus hijos en centros infantiles privados no desean ampliar el horario del servicio.

❁ Coeficiente f_i :

Si el número de observaciones es menor que diez, o si la tabla tiene dos renglones y dos columnas es decir una tabla de 2×2 , se debe aplicar un factor de corrección. (Malhotra, 2008, pág. 474)

❁ **Coeficiente $f_i \emptyset$:** se utiliza como una medida de la fuerza de asociación en el caso especial de una tabla con dos renglones y dos columnas. Para el cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

Gráfico 4. 111 Coeficiente fi

$$\emptyset = \sqrt{\frac{59,2^2}{206}}$$
$$\emptyset = 4,1246$$

Fuente: Malhotra, Investigación de Mercados, 2008.

Por lo tanto si es mayor de 1 las variables están completamente relacionadas.

Existe asociación entre las familias que tienen a sus hijos en centros infantiles privados y públicos con que si desean o no ampliar el horario del centro infantil.

4.12.3 Hipótesis 3: Análisis de Correlación:

Existe una correlación entre los ingresos de las familias y los valores que están dispuestos a pagar por el servicio del centro infantil.

❁ Paso 1: Plantear la hipótesis nula H_0 y la hipótesis alternativa H_1 .

La hipótesis nula (H_0)

H_0 = No existe una correlación entre los ingresos de las familias y los valores que están dispuestos a pagar por el servicio del centro infantil.

$H_0 = r = 0$ no existe correlación.

La hipótesis alternativa (H_1)

H_1 = Si existe una correlación entre los ingresos de las familias y los valores que están dispuestos a pagar por el servicio del centro infantil.

$H_0 = r \neq 0$ existe correlación.

❁ Paso 2: Seleccionar el nivel de significancia.

❁ **Nivel de significancia:** Probabilidad de rechazar la hipótesis nula cuando es verdadera.

$\alpha = 0,05$

El coeficiente de correlación de Pearson se mide en una escala de -1 a 1.

❁ Paso 3: Cálculo del valor estadístico de prueba

Valor determinado a partir de la información muestral, que se utiliza para determinar si se rechaza la hipótesis nula. (Berenson & Levine, 2006, pág. 339)

❁ **r de Pearson:** Coeficiente de correlación describe la intensidad de la relación entre dos conjuntos de variables de nivel de intervalo (o de variables de nivel de relación o razón). Como se le denota con r, con frecuencia se menciona también como r de Pearson. (Berenson & Levine, 2006, pág. 460)

Tabla 4. 120 Correlación

Correlaciones			
		Ingreso Familiar	Valor que está dispuesto a pagar
Ingreso Familiar	Correlación de Pearson	1	,713
	Sig. (bilateral)		,000
	N	325	142
Valor que está dispuesto a pagar	Correlación de Pearson	,713	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	142	144

Fuente: Estudio de mercado. Elaborado por Alejandra Bonilla. Enero, 2010

Grado de presencia: determinar el valor p.

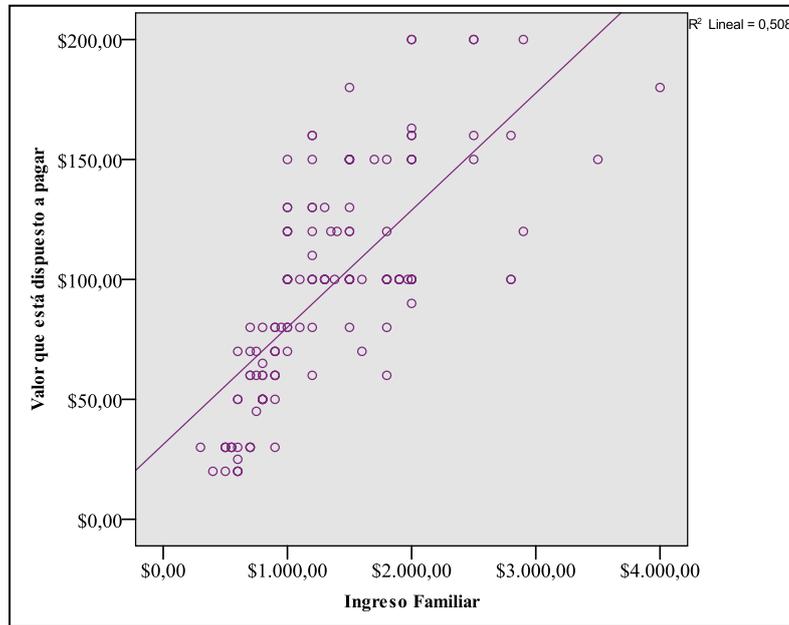
Valor p = 000

Si el valor p > 0,05 no existe relación.

Si el valor p =< 0,05 si existe una relación significativa:

Diagrama de dispersión

Gráfico 4. 112 Diagrama de dispersión



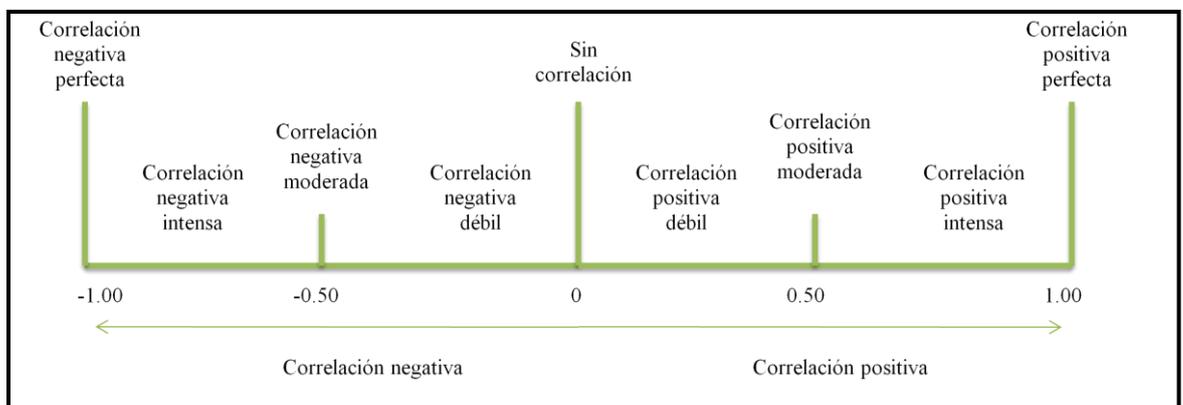
Fuente: Estudio de mercado. Elaborado por Alejandra Bonilla. Enero, 2010

Tiene una pendiente positiva, correlación positiva.

Paso 4: Formular la regla de decisión

La correlación se mide en una escala de -1 a 1. En donde

Gráfico 4. 113 Regla de decisión de la correlación



$r = 0,713$

❁ Paso 5: Tomar una decisión

Si existe una correlación positiva muy intensa, es decir que a mayores ingresos de las familias, mayor es el monto que está dispuesto a pagar.

Sin embargo, los términos como débil, moderado y fuerte no tienen significado preciso. Una medida que tiene una aceptación más fácil de interpretar es el coeficiente de determinación; y se calcula elevando al cuadrado al coeficiente de correlación.

$$r^2 = 0,5083 \text{ que proviene de } (0,713)^2$$

Lo que puede decirse que el 50,83% de la variación del valor que las familias están dispuestas a pagar se explica por la variación en los ingresos de las familias.

4.12.3.1 Prueba de significancia del coeficiente de correlación:

Podría ser que la correlación en la población sea en realidad cero, es decir que la correlación de 0,713 se debió al azar. Para esto se debe realizar la prueba de significancia del coeficiente de correlación. Se representa con la letra ρ (es decir *ro*), para representar la correlación de la población.

❁ Paso 1: Plantear la hipótesis nula H_0 y la hipótesis alternativa H_1 .

La hipótesis nula (H_0)

$H_0 = \rho = 0$ (la correlación en la población es nula o cero)

La hipótesis alternativa (H_1)

$H_1 = \rho \neq 0$ (la correlación en la población es diferente de cero)

❁ Paso 2: Seleccionar el nivel de significancia.

❁ **Nivel de significancia:** Probabilidad de rechazar la hipótesis nula cuando es verdadera.

$$\alpha = 0,05$$

🌸 Paso 3: Cálculo del valor estadístico de prueba

Valor determinado a partir de la información muestral, que se utiliza para determinar si se rechaza la hipótesis nula. (Berenson & Levine, 2006, pág. 339)

🌸 **Estadístico t:** estadístico que asume que la variable tiene una distribución simétrica en forma de campana, de la que se conoce la media, y la varianza de la población se estima a partir de la muestra. (Malhotra, 2008, pág. 479)

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0,713 \sqrt{332-2}}{\sqrt{1-0,713^2}}$$

$$t = \frac{12,9522}{0,70116}$$

$$t = 18,47$$

🌸 Valor crítico:

$$gl = n-2$$

$$gl = 332-2$$

$$gl = 330$$

Para un valor t con 330 grados de libertad con un nivel de significancia de 0,05 es: 1,96

🌸 Paso 4: Formular la regla de decisión

Si $t > 1,96$ rechazo H_0 , por lo tanto la correlación de la población no es nula.

Si $t < 1,96$ acepta H_0 , por lo tanto la correlación de la población es cero.

Paso 5: Tomar una decisión

Si $t 18,47 > 1,96$ rechazo H_0 , por lo tanto la correlación de la población no es nula.

Desde este punto de vista significa que existe definitivamente una correlación en la población del valor que está dispuesto a pagar las familias con los ingresos familiares mensuales.

CAPÍTULO V:

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

5.1.1. Conclusiones de la investigación exploratoria:

✿ Los padres de familia buscan un lugar que acoja a sus niños, con amor y cariño, buscando profesionales capacitados para que estimulen su crecimiento, basándose en un sistema de aprendizaje a través del juego.

✿ Los padres de familia buscan los centros de desarrollo infantil como una alternativa de cuidado de los niños, ya que, al no disponer de tiempo para el cuidado de sus hijos, debido a que ambos padres trabajan, ellos prefieren dejar a sus hijos en centros especializados en que, a más de cuidarlos, aprenden cosas apropiadas para cada edad como el desarrollar al máximo sus capacidades cognitivas, físicas, emocionales y sociales.

✿ El rol de la madre juega un papel muy importante dentro de la elección, el rol materno les hace más susceptibles de buscar un lugar en las que ellas se sientan seguras, buscan en la decoración del centro colores fuertes que de vida al centro pero al mismo tiempo colores pasteles que transmitan amor, dulzura y cariño.

✿ Las maestras de los niños concluyen que muchas veces, los padres delegan las responsabilidades de educación a ellas, debido al poco tiempo que los padres de familia pasan con sus hijos.

5.1.2 Conclusiones de la investigación descriptiva:

✿ El 71,84% tomaron la decisión de buscar centros de desarrollo infantil para sus hijos, por el trabajo de los padres, ya que no tenían con quién dejarlos.

✿ El 79,13% de los padres de familia si tuvieron temor al enviarle a sus hijos al centro infantil, los principales temores son a dejarlos con personas extrañas, pensaban que estaba muy pequeño y temor al trato que recibiría.

✿ A la hora de elegir los padres de familia buscan en un centro que tenga personal capacitado, áreas verdes, y transporte, además se fijan en la limpieza, el espacio físico y la decoración.

✿ Las principales razones por la que los padres no envían a sus hijos a los centros de desarrollo infantil son porque consideran que son muy pequeños, porque existe un familiar que cuide de ellos y porque no hay mejor cuidado que el de la madre.

✿ Las fuentes de información para la búsqueda de centros infantiles es a través de referencias familiares.

✿ Existe diferencia significativa entre los ingresos familiares y el tipo de centro infantil en el que inscriben a sus hijos, es decir, los ingresos promedio de las familias que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos no son iguales a los ingresos promedios de las familias que tienen a sus hijos en centros infantiles privados.

✿ El 50,83% de la variación del valor que las familias están dispuestas a pagar se explica por la variación en los ingresos de las familias.

✿ Si existe asociación entre si los niños estudian en centro privado o público y si desean ampliar el horario del servicio de educación. Los padres de familia que tienen a sus hijos en centros infantiles públicos evidentemente desean ampliar el horario del centro infantil, mientras que los padres de familia que tienen a sus hijos en centros infantiles privados no desean ampliar el horario del servicio.

5.2. Recomendaciones:

✿ No existe un posicionamiento de los centros infantiles, es decir los centros no cuentan con un atributo que los caracterice o distinga de la competencia, por lo que es necesario posicionar los centros infantiles en la mente del consumidor para que los padres de familia puedan transmitir y dar a conocer los atributos del centro a otros padres.

✿ Se debe emprender talleres y cursos para los padres de familia, para dar a conocer la importancia de la educación inicial en los niños menores de seis años, ya que, los padres conciben a la educación inicial como el cuidado del niño, y no como el cimiento que forma al niño.

✿ Se debería mejorar el sistema de alimentación en los centros infantiles, los mismos que no satisfacen las expectativas de los padres.

✿ Se debería ampliar los horarios de los centros de desarrollo infantil públicos un aproximado de 4 horas.

✿ Se debería implementar material tecnológicos especialmente, cámaras web y pizarras táctiles en las aulas de educación infantil, con la finalidad de complementar los programas de educación y que los niños vivan en la nueva era tecnológica.

6. ANEXOS:

Anexo A: Desarrollo de entrevistas a profundidad

🌟 Entrevistas a centros de desarrollo infantil privados:

Entrevista # 1

⌘ **Nombre del Centro infantil:** “Mi Pequeño Dalcroze”

⌘ **Establecimiento:** Privado

⌘ **Nombre del entrevistado:** Tecnóloga Tatiana Espín

⌘ **Cargo que desempeña:** Directora del Centro de Desarrollo “Mi Pequeño Dalcroze”

⌘ **Título:** Tecnóloga en Administración de Centros de Desarrollo Infantil

⌘ **Estudios realizados:** Psicología para niños

🌟 Preguntas:

⌘ Educación Inicial:

1. ¿Por qué es importante la educación inicial?

Hoy en día es muy importante, porque los niños necesitan socializar, necesitan que sus destrezas se vayan desarrollando, necesitan compartir con otros niños, nuevas vivencias, experiencias, nuevos conocimientos, no se trata sólo de un cuidado de los niños, sino de motivarles, incentivarles, con el aprendizaje de otro idioma. Es muy importante desarrollar habilidades y destrezas.

2. ¿Cuáles son las ventajas de que los niños se encuentren en un centro infantil?

Una de las ventajas que se puede encontrar en los niños que asisten a los centros infantiles es la socialización, no es lo mismo, que los niños que pasan con los abuelitos o con las empleadas domésticas o con sus madres en casa, los niños del centro infantil son abiertos, empiezan a desenvolverse con personas ajenas al entorno, las destrezas son muy desarrolladas en los niños.

3. ¿Considera usted que se ha podido romper los paradigmas que tenían los padres sobre el enviar a los niños pequeños a los centros infantiles?

Si, antes únicamente se pensaba en enviar a los niños a los centros infantiles para que les cuiden, ya que no tenían con quien dejarlos. Hoy existen mamás que pasan en la casa, y envían a sus hijos a los centros infantiles para que sociabilicen, aprendan otro idioma, adquieran nuevas destrezas y habilidades.

4. Según su experiencia en el centro infantil. ¿Cuáles son las principales razones para que los padres de familia opten por los centros de desarrollo infantil?

La primera razón sigue siendo el cuidado, porque en muchas ocasiones papá y mamá y no tienen con quien dejar a sus hijos. Y otra razón es que los padres sienten la necesidad de que sus hijos deben compartir con otros niños.

5. Según su experiencia. ¿Qué es lo que buscan los padres en el centro infantil?

Lo que primero buscan los padres es una institución seria, donde sus niños se encuentren seguros en todo el sentido de la palabra, una institución responsable, que tengan maestras tituladas, que tengan médico disponible en todo el día ante cualquier emergencia.

☘ Centro infantil:**6. ¿Cuántos niños tiene actualmente el centro infantil?**

El centro infantil tiene actualmente 65 niños.

7. ¿Hace cuánto tiempo inicio el centro infantil?

Hace 10 años.

8. ¿Cuáles son las edades de los niños que reciben en el centro infantil?

El centro infantil recibe a niños desde 1 año hasta los 5 años.

Semillitas:	de 1 a 2 años	Pre-básico:	de 4 a 5 años
Retoños 1:	de 2 a 3 años		
Retoños 2:	de 3 a 4 años		

9. ¿Cómo se distribuyen las aulas para los niños?

Cada aula tiene su grupo por edades, los niños de 1 año tienen su propia aula, no se mezclan las edades de los niños en las aulas.

10. ¿Qué es lo que buscan lograr o alcanzar con los niños?

El objetivo primordial el primero comenzar por estimular la motricidad gruesa, seguida de la motricidad fina, para que en primero de básica se pueda empezar con el desarrollo de la lectura y escritura, todo esto es un proceso paulatino.

Niños de 1 año: reciben mucha estimulación y sobre todo estimulación para la motricidad gruesa. Entendiéndose esta por el cuerpo en sí, que camine bien, ver si gateó, coordinación fisio-motora, derecha – izquierda, izquierda - derecha. Saltos, en un pie, con los dos, distinciones, arriba, abajo. Para esto el centro cuenta con una sala especial de expresión corporal.

Niños de 2 años: se empieza con una combinación de motricidad gruesa y fina, se empieza a trabajar con las manitos, en el modelaje de masa, plastilina, papel. Se realiza ejercicios repetitivos para nivelación de otros niños que no ingresaron desde el año de edad. Sin embargo, estos ejercicios son muy creativos para que los niños no se

cansen y vayan desarrollando la motricidad. Comienzan con el idioma inglés y lo mismo que ven en español, reciben en inglés.

Niños de 3 años: Básicamente comienzan por la ubicación en la hoja, trabajo en los cuadernos parvularios, y estimulación y desarrollo completo de la motricidad fina, entendiéndose esta por el trabajo con las manos, ejercicios, como el trozado, rasgado, para que el niños se ubique en la hoja y no le cueste escribir.

Niños de 4 años: utilizan cuadernos, libros, ellos ya salen escribiendo sus nombres, vocales, números, e iniciación de conjuntos.

11. ¿La infraestructura del centro infantil fue diseñada específicamente para crear un centro infantil?

La infraestructura fue creada específicamente para crear un centro infantil.

12. ¿Qué horarios ofrece el infantil?

El Horario comienza desde las 7:20 am hasta las 16:00; dividida en jornadas.

Jornada pedagógica: comienza a las 8:20 am hasta las 12:30

Jornada complementaria: 12:30 hasta 16: 00

La jornada complementaria depende de las necesidades de los padres, además que en niños de 4 a 5 años en muchos casos especiales se pide a los padres que dejen a sus niños para reforzar el aprendizaje de la escritura y lectura.

13. ¿Cuánto tiempo dura el servicio del centro infantil de acuerdo al año escolar?

El centro escolar atiende de septiembre a junio.

⌘ Personal:

14. ¿Cómo se encuentra estructurada la parte administrativa y técnica del centro?

- Dirección administrativa

- Dirección pedagógica,
- Maestras parvularias por cada nivel.
- Maestras parvularias en inglés por cada nivel.
- Maestras de expresión corporal
- Maestras auxiliar

15. ¿Cuentan con personal médico durante toda la jornada escolar?

El centro infantil cuenta con un departamento médico, el mismo que tiene un pediatra, y un dentista, que se encuentran durante todo el día. En este se abren fichas médicas, odontológicas, se hacen fluorizaciones control de vacunas.

16. ¿Cuentan un psicólogo o pedagogo durante toda la jornada escolar?

El centro cuenta con un departamento DOBE, con un psicólogo para niños pequeños, el mismo que se encarga de realizar las fichas psicológicas, de realizar el proceso de adaptación.

⌘ Niños:

17. ¿Cuál es el promedio de niños por profesora?

Se tiene un promedio de 10 niños por maestra más una profesora auxiliar en los niños de 1 a 3 años. Para los niños de 4 y 5 años se tiene un promedio de hasta 15 niños por maestra.

18. ¿Reciben a niños con necesidades especiales?

No tienen inconveniente con recibir a niños con necesidades especiales

19. ¿Cómo gestionan la participación en el proceso de formación de los niños con sus padres?

Desde el periodo de adaptación se interactúa con los padres, todas las profesoras disponen de una hora a la semana para que los padres puedan conversar con las maestras acerca de sus niños. Otro medio es la agenda y a través de la página web.

Realizan actividades cada fin de unidades. Realizan charlas, reuniones para mejorar el proceso. Al finalizar el año tienen un aula abierta, donde los niños presenta y exponen todo lo aprendido durante el año lectivo.

⌘ Metodología:

20. ¿Qué tipo de metodología de aprendizaje aplican en el centro infantil?

La metodología del juego.

21. ¿Cuáles son los centros de aprendizaje que manejan en el centro infantil?

- Expresión corporal (Conocimiento del cuerpo hasta la motricidad fina)
- Centro de cómputo
- Área de lectura
- Área de video
- Área general, salones dedicados para los cumpleaños.
- Rincón del hogar
- Dramatización y disfraces

22. ¿Cómo miden el desarrollo de aprendizaje de los niños?

La evaluación de los niños es durante todo el día a través de la observación, y lo plasman en una tablas, las mismas que indican en que habilidades están más desarrolladas o no.

23. ¿Qué tipo de actividades culturales realizan?

Todos tienen sus días cívicos, no solamente días cívicos del Ecuador, sino a nivel mundial., además realizan dramatizaciones, títeres, cuentos.

24. ¿Cómo interactúan los niños con la comunidad?

Realizan la navidad compartida los niños visitan a centros infantiles de escasos recursos y realizan un programa.

25. ¿Realizan algún tipo de actividades fuera del centro infantil?

Realizan actividades de observación, y actividades de fin de proyecto, visitan a los bomberos, museos, granjas, zoológicos, sin embargo cada año van cambiando. Todas estas actividades refuerzan el tema que se ha visto enriqueciendo los conocimientos, y otra es que permite compartir experiencias con sus amigos.

26. ¿Qué servicios adicionales presta el centro infantil?

- Transporte
- Fiestas infantiles: pueden realizar las fiestas infantiles sin costo en el centro con la compañía de sus amigos.
- Almuerzo
- Página web del centro. Es una agenda virtual, donde puede acceder a toda la información de su hijo, todo lo que hizo, lo que aprendió, los deberes, si fue al servicio médico.

⌘ Nutrición:**27. ¿Cómo diseñan el menú para la alimentación?**

El menú realiza la el personal médico, es un menú nutritivo, y se coloca toda la semana en el portal web donde los padres pueden decidir si adquieren o no el servicio de alimentación. Se trabaja con los padres y se motiva a que envíen a sus hijos loncheras saludables, no colas o snacks.

28. ¿Cómo garantizan a los padres la seguridad de los niños?

Se tiene un prestigio de la institución ya que por lo general los niños son hijos de ex alumnos, o son recomendaciones familiares, o de madres que ya tienen a sus hijos en la institución. Ya saben con que material se trabaja.

29. ¿Cómo eligen los padres el centro infantil?

En un 80,00% son referencias familiares, de padres a padres, de ex alumnos, la institución no realiza publicidad.

30. ¿Cuáles han sido las sugerencias de los padres de familia con respecto a la implementación de nuevos servicios?

No cerrar el año lectivo es decir trabajar durante todo el año, sin embargo consideran que el es indispensable para el descanso del personal, realizar mantenimiento, oxigenar el ambiente. Sin embargo, se realizan campamentos vacacionales pero no dentro del centro infantil.

⌘ Tecnología:**31. ¿Utilizan algún tipo de tecnología?**

Tienen el centro de computación, y se van a incorporar a inicios del 2011 pizarras digitales.

Entrevista # 2

-
- ✿ **Nombre del Centro infantil:** “Kids Valley”
 - ✿ **Establecimiento:** Privado
 - ✿ **Nombre del entrevistado:** Licenciada María Fernanda Jara
 - ✿ **Cargo que desempeña:** Directora del Centro de Desarrollo “Kids Valley”
 - ✿ **Título:** Licenciada en Educación Parvularia
 - ✿ **Estudios realizados:** Cursos aplicados a la neurociencia,
 - Cómo funciona el cerebro,
 - Aprendizaje de los niños
-

✿ Preguntas:**⌘ Educación Inicial:****1. ¿Por qué es importante la educación inicial?**

La educación infantil de 0 a 5 años es de vital importancia porque en esta etapa se forman las redes neuronales en los niños, es decir, se debe estimular la formación de las redes, dependiendo de estos estímulos el niño, desarrollará redes neuronales hasta cuando sea adulto, de esto dependerá su inteligencia. Si un niño no es estimulado no tendrá la misma inteligencia que un niño que si ha sido estimulado.

2. ¿Cuáles son las ventajas de que los niños se encuentren en un centro infantil?

Es la estimulación de las redes neuronales para el desarrollo de su inteligencia.

3. ¿Considera usted que se ha podido romper los paradigmas que tenían los padres sobre el enviar a los niños pequeños a los centros infantiles?

Gracias a la información si se ha ido cambiando, hace unos años atrás, los padres no consideraban que era bueno enviar a los niños a los centros infantiles, era conveniente económicamente ahorrarse ese gasto en educación inicial, para la escuela, pero con la información que van recibiendo hoy en día consideran que es importante enviar a los niños para que adquieran conocimientos, destrezas cognitivas, convivencia, normas sociales, a compartir con otros niños, incluirse en la sociedad, a sentirse amados, aceptados, todo esto se va a ver en el desenvolvimiento del niño como un adulto seguro, creativo, feliz que va a poder aportar a la sociedad.

4. Según su experiencia en el centro infantil. ¿Cuáles son las principales razones para que los padres de familia opten por los centros de desarrollo infantil?

Siendo muy reales y sinceros los padres buscan un lugar donde les cuiden a los niños, donde protejan a sus hijos mientras ellos realizan otras actividades, pero también, hay un porcentaje importante de padres de familia que mandan a sus hijos al centro infantil para que su niño se desarrolle integralmente.

5. Según su experiencia. ¿Qué es lo que buscan los padres en el centro infantil?

Los padres buscan calidad en los servicios que se oferten, que los niños aprendan, que sean cuidados, que los niños sean queridos, que los niños aprendan muchas destrezas que ellos no pueden darles por el tiempo. En el caso de los bebés, el destete, el control de esfínteres, hábitos en la mesa. Además, esperan que se les forme que se les eduque, que les enseñen todas las destrezas para que en un desarrollo integral el niño vaya formado a la escuela.

☞ Centro infantil:

6. ¿Cuántos niños tiene actualmente el centro infantil?

El centro infantil tiene 26 niños actualmente

7. ¿Hace cuánto tiempo inicio el centro infantil?

El centro infantil tiene 6 años prestando servicios.

8. ¿Cuáles son las edades de los niños que reciben en el centro infantil?

Se recibe a niños de 1 a 4 años.

9. ¿Cómo se distribuyen las aulas para los niños?

Las aulas van con niños de 1 a 2 años, de 2 a 3 y de 3 a 4

10. ¿Qué es lo que buscan lograr o alcanzar con los niños?

El aprendizaje es progresivo

Niños de 1 año: que exista un dominio motor grueso, es decir que los niños aprendan a caminar, que tengan un dominio del equilibrio. Con respecto a la afectividad, que el niño se sienta amado, seguro, se sienta aceptado por los demás niños, que aprenda a compartir, que se adapte a normas, que aprenda a convivir, también se inicia con la motricidad fina que cada año se va aumentando.

Niños de 2 a 3 años: se empieza con la motricidad fina, a través de técnicas como el trozado del papel, prensión del lápiz, dominio corporal, se trabaja con la afectividad, es decir, lo emocional.

Niños de 4 años: se desarrollan todas las destrezas, se da a los niños, computación, inglés, alemán. Todo esto le permite al niño prepararse para la escuela. Se trabaja en el desarrollo del pensamiento, dominio del trazo, se trabaja en la discriminación, clasificación, y un sin número de destrezas que aportan conocimiento.

11. ¿La infraestructura del centro infantil fue diseñada específicamente para crear un centro infantil?

La infraestructura fue creada específicamente para crear un centro infantil.

12. ¿Qué horarios ofrece el infantil?

El Horario comienza desde las 8 am hasta las 17:30; dividida en jornadas.

- Jornada escolar: comienza a las 8:00 am hasta las 12:30
- Jornada complementaria: 12:30 hasta 17:30

A partir de las doce se tiene la alimentación, el cuidado, el descanso, y actividades lúdicas a elección del niño.

13. ¿Cuánto tiempo dura el servicio del centro infantil de acuerdo al año escolar?

El centro escolar atiende todo el año, cierran 15 días para mantenimiento del centro y vacaciones de todo el personal. Sin embargo, el año escolar de aprendizaje va desde septiembre hasta junio inmediatamente se incorpora los talleres vacacionales, que son actividades más lúdicas y recreativas.

⌘ Personal:

14. ¿Cuentan personal médico y psicológico durante toda la jornada escolar?

El centro tiene contratado a un centro médico que se llama Corazoncitos, prestan el servicio médico y psicológico, van permanentemente, se trabaja por un cronograma anual, en donde el médico hace evaluaciones físicas, la primera vez delante de los padres, y luego realizan una evaluación dos veces al mes sobre el crecimiento físico de los niños, además, se trabaja con charlas para los maestros.

En el área psicológica, se hacen evaluaciones de cuál es el estado de desarrollo de los niños, se realiza igualmente una evaluación con los padres y luego se realizan

evaluaciones mediante la observación. Aportan con sugerencias y si existen problemas en el desarrollo del aprendizaje de los niños.

⌘ **Niños:**

15. ¿Cuál es el promedio de niños por profesora?

En el aula existen máximo 10 niños con una maestra,

16. ¿Reciben a niños con necesidades especiales?

Si han recibido a niños con necesidades especiales, sin embargo, han sido muy pocos ya que no cuentan con el personal capacitado para ayudarlos.

17. ¿Cómo gestionan la participación en el proceso de formación de los niños con sus padres?

Existe una comunicación de doble vía, una a través de la agenda, y otra a través de correos electrónicos. Se tiene charlas y reuniones con los padres. En la primera entrevista con los padres, ellos pueden manifestar todas sus inquietudes, y de acuerdo a ello se realizan talleres para ayudar a resolverlos.

⌘ **Metodología:**

18. ¿Qué tipo de metodología de aprendizaje aplican en el centro infantil?

Se basa principalmente en la afectividad, que los niños se sientan amados, felices. El arte y el dominio motor, son base para el desarrollo del aprendizaje.

19. ¿Cuáles son los centros de aprendizaje que manejan en el centro infantil?

- Centro de cómputo
- Teatrino y títeres, para el aprendizaje de valores

- En cada clase existe el rincón de construcción, música dramatización, lectura, hogar.

20. ¿Cómo miden el desarrollo de aprendizaje de los niños?

Se realiza diariamente una evaluación a través de la observación para ver como ellos van adquiriendo conocimientos, al final se realizan evaluaciones cualitativas,

21. ¿Realizan algún tipo de actividades fuera del centro infantil?

Como proyecto al finalizar cada unidad, se complementa el aprendizaje con un tipo de salida pedagógica, por ejemplo a granjas, bomberos, museos, varias áreas de la comunidad, Museo Interactivo de Ciencia, zoológico, Minicity, para complementar el aprendizaje de una forma vivencial.

22. ¿Qué servicios adicionales presta el centro infantil?

Cuidado en la tarde, que implica la alimentación,

Evaluación integral por médico y psicólogo,

Natación, que sirve para que los niños estén preparados para cualquier accidente en el agua.

⌘ Nutrición:

23. ¿Cómo diseñan el menú para la alimentación?

La elaboración del menú se diseña con la colaboración de una nutricionista, médico, grupo de padres de familia y directora, de acuerdo a la situación de salud de los niños, por ejemplo, el año anterior se planificó una base nutricional con más carbohidratos y proteínas, ya que los niños, presentaban cuadros bajos en peso, sin embargo, este año, el peso y talla de los niños es adecuado, para lo cual se tiene una dieta más equilibrada.

24. ¿Cómo eligen los padres el centro infantil?

Diría que en un 90,00% son referencias de padres que ya han tenido a sus hijos en el centro infantil. Y el resto son referencias de familiares que han escuchado del centro o por encontrarse cerca del lugar de trabajo o de residencia.

25. ¿Cuáles han sido las sugerencias de los padres de familia con respecto a la implementación de nuevos servicios?

Las madres especialmente de niñas han pedido cursos en la tarde de danza y para los niños de Tae-kwondo, en cuanto a tecnología se ha sugerido que se instalen cámaras web para que los padres puedan ver a sus niños.

⌘ Tecnología:**26. ¿Utilizan algún tipo de tecnología?**

Tienen el centro de computación.

🌟 Entrevista a la coordinadora de educación inicial municipal:**Entrevista # 3**

🌟 **Nombre de la Institución:** Distrito Metropolitano de Quito. Valle de Los Chillos.

🌟 **Nombre del entrevistado:** Licenciada Leonor Sánchez.

🌟 **Cargo que desempeña:** Responsable de Educación Municipal Valle de Los Chillos.

🌟 **Título:** Licenciada en Trabajo Social, Diplomado en Gestión Pública

🌟 Preguntas:**⌘ Educación Inicial:****1. ¿Por qué es importante la educación infantil?**

Porque permite desarrollar en los niños habilidades, destrezas, motricidad fina, motricidad gruesa. Además los niños se encuentran en un ambiente más acogedor y se pueden desenvolver mejor.

2. ¿Cuáles son las ventajas de que los niños se encuentren en un centro infantil?

Primero que, en los centros cuentan con personal calificado, por lo tanto están preparados para guiar el aprendizaje de los niños, a diferencia de los niños que se encuentran bajo el cuidado de sus familiares.

3. ¿Considera usted que se ha podido romper los paradigmas que se tenían los padres sobre el enviar a los niños pequeños a los centros infantiles?

Si, los padres tienen mucha más confianza porque tienen más contacto con los centros infantiles para ver el desarrollo de los niños.

4. Según su experiencia en el centro infantil. ¿Cuáles son las principales razones para que los padres de familia opten por los centros de desarrollo infantil?

La principal razón es el hecho de que papá y mamá deben trabajar por razones económicas, otra es no tener con quien dejarles, y que los padres ya tienen más conciencia de que los niños van a tener un mayor desarrollo, van a adquirir mayores destrezas y conocimientos.

5. Según su experiencia. ¿Qué es lo que buscan los padres en el centro infantil?

Los padres buscan el desarrollo de sus hijos, con cariño, respeto, afecto, además buscan que sus hijos puedan realizar las actividades de manera independiente, que tenga confianza en sí mismo.

⌘ Centro infantil:

6. ¿Cuáles son las edades de los niños que reciben en el centro infantil?

Las edades van desde los 3 hasta los 5 años.

7. ¿Cuántos centros municipales existen?

Existen 14 centros municipales

8. ¿Qué horarios ofrece el infantil?

La mayoría de centros infantiles presta atención de 8:00 hasta las 12:30 y la jornada complementaria hasta 16:00, sin embargo, también se trabaja con jornadas complementarias para niños que deseen realizar tareas dirigidas.

9. ¿Cuánto tiempo dura el servicio del centro infantil de acuerdo al año escolar?

El servicio que brindan los centros infantiles dura todo el año, sin embargo, se cierra 15 días para vacaciones del personal y para mantenimiento del centro.

⌘ Personal:**10. ¿Cómo se encuentra estructurada la parte administrativa y técnica del centro?**

- Cuenta con una administradora de cada centro
- Maestras parvularias
- Médico
- Psicólogo infantil.

11. ¿Cuentan personal médico y psicológico durante toda la jornada escolar?

La mayoría de administradores, tienen títulos de psicología y con respecto al personal médico cuentan con un equipo que visita todos los centros, aparte del médico que esta todo el día.

⌘ Metodología:**12. ¿Cuáles son los centros de aprendizaje que manejan en el centro infantil?**

- Dramatización y Títeres
- Rincones de lectura
- Centro de música
- Centro culturales, danza
- Centro de computación

En su mayoría reciben ingles para los niños más grandes.

13. ¿Qué servicios adicionales presta el centro infantil?

- Transporte
- Tareas dirigidas

⌘ Nutrición:**14. ¿Cómo diseñan el menú para la alimentación?**

El menú alimenticio se realiza con la ayuda de médicos, nutricionista, y la administradora de cada centro, se diseña el menú ya sea para el lunch, el almuerzo, o el lunch de media tarde.

⌘ Tecnología:**15. ¿Utilizan algún tipo de tecnología?**

En su mayoría tienen centros de computación, sin embargo, más se enfocan en trabajar con material lúdico.

 **Entrevistas a centros de desarrollo infantiles públicos:****Entrevista # 4** **Nombre de la Institución:** Centro Municipal de Desarrollo Infantil

Gotitas de Amor

 **Nombre del entrevistado:** Licenciada Zuli Verdezoto **Cargo que desempeña:** Coordinadora del Centro Municipal de

Desarrollo Infantil Gotitas de Amor

 **Título:** Licenciada en Educación Infantil **Preguntas:** **Educación Inicial:****1. ¿Por qué es importante la educación inicial?**

Mediante la educación infantil se saca todas las potencialidades de los niños.

Mediante las experiencias que ellos viven se puede lograr que los niños más aptos, más despiertos para enfrentar y defenderse en la vida.

2. ¿Cuáles son las ventajas de que los niños se encuentren en un centro infantil?

Los niños que asisten al centro infantil, aprenden a sociabilizar, a defenderse dentro de un grupo y a aprender muchas cosas

3. ¿Considera usted que se ha podido romper los paradigmas, que tenían los padres sobre el enviar a los niños pequeños a los centros infantiles?

En un porcentaje grande sí, pero todavía, no del todo, especialmente los abuelitos, que siguen pensando que los niños son muy pequeños para ir a un centro de educación inicial.

4. Según su experiencia en el centro infantil. ¿Cuáles son las principales razones para que los padres de familia opten por los centros de desarrollo infantil?

Una es el trabajo. Ahora papá y mamá trabajan, y precisamente porque no se queden al cuidado de los abuelitos, envían a los centros infantiles. Otra razón es que los padres, por fin se dan cuenta poco a poco que es lo que les brinda el centro infantil, afecto y otras cosas para el desarrollo del niño.

5. Según su experiencia. ¿Qué es lo que buscan los padres en el centro infantil?

Los padres buscan el espacio en sí, el cuidado, el afecto, el cariño que la maestra le da, y la educación, aprender nuevas cosas que no está en las manos de los padres.

⌘ **Centro infantil:**

6. ¿Cuántos niños tiene actualmente el centro infantil?

El centro tiene actualmente 230 niños

7. ¿Hace cuánto tiempo inicio la labor del centro infantil?

El centro infantil tiene 21 años prestando sus servicios.

8. ¿Cuáles son las edades de los niños que reciben en el centro infantil?

Reciben a niños desde los 3 y 4 años de edad.

9. ¿Cómo se distribuyen las aulas para los niños?

Existen dos aulas para edad inicial y cuatro para pre-básica.

10. ¿Qué es lo que buscan lograr o alcanzar con los niños?

Niños de tres años: lo principal buscamos despertarles, que se encuentren en un lugar sano, además buscamos que los niños sociabilicen, aprendan pero sobretodo sean felices.

Niños de cuatro años: principalmente que sean felices en este espacio, despertar en los niños el amor por aprender, el amor por realizar cosas para aprender.

11. ¿La infraestructura del centro infantil fue diseñada específicamente para crear un centro infantil?

La infraestructura ha sido adaptada, las aulas no están dentro de los estándares que se exigen, sin embargo, se ha ido adaptando para las necesidades de los niños, y a la demanda que tiene. Muchos niños se quedan sin cupo.

12. ¿Qué horarios ofrece el infantil?

El horario es de 7:45 am hasta 12: 30 pm. Los padres de familia piden que se extienda el horario pero había muchos problemas.

13. ¿Cuánto tiempo dura el servicio del centro infantil de acuerdo al año escolar?

El servicio dura el año escolar.

⌘ Personal:**14. ¿Cómo se encuentra estructurada la parte administrativa y técnica del centro?**

- Directora de Educación inicial Municipal
- Coordinadora de Cada Centro Municipal
- Maestras parvularias
- Auxiliares para aulas de educación inicial

15. ¿Cuentan con personal médico durante toda la jornada escolar?

No cuentan con médico permanente, cada niño cuenta con un seguro privado.

16. ¿Cuentan un sicólogo o pedagogo durante toda la jornada escolar?

Las redes de educación inicial del municipio cuentan con personal que da apoyo a cada centro infantil.

⌘ Niños:**17. ¿Cuál es el promedio de niños por profesora?**

El promedio es de 30 y 35 niños por aula.

18. ¿Reciben a niños con necesidades especiales?

No han tenido ningún caso.

19. ¿Cómo gestionan la participación en el proceso de formación de los niños con sus padres?

Motivándoles desde el principio, realizando talleres, y concientizando que el trabajo no es sólo del centro infantil sino es en conjunto con el trabajo de los padres de familia. Los padres de familia son los principales educadores, el centro infantil sólo es el apoyo.

⌘ Metodología:**20. ¿Qué tipo de metodología de aprendizaje aplican en el centro infantil?**

Se utiliza siempre el juego como medio de trabajo, para llegar a los niños.

21. ¿Cuáles son los centros de aprendizaje que manejan en el centro infantil?

Por el espacio reducido no se pueden tener rincones de aprendizaje en las aulas, lo que se tiene es una pequeña biblioteca, y se está construyendo el rincón del hogar. Tienen una sala de expresión corporal, tienen música y educación física.

22. ¿Cómo miden el desarrollo de aprendizaje de los niños?

Mediante la observación

23. ¿Qué tipo de actividades culturales realizan?

Siempre realizan actividades culturales del país.

24. ¿Realizan algún tipo de actividades fuera del centro infantil?

Para reforzar lo aprendido en clases, realizan salidas pedagógicas o de observación, van a granjas, zoológico.

25. ¿Qué servicios adicionales presta el centro infantil?

No, solamente el servicio de educación.

⌘ Nutrición:**26. ¿Proporcionan ustedes el alimento o menú alimenticio para los niños?**

No, lo que se realiza son charlas a los padres, sobre que alimentos deben enviar a sus hijos, para que tengan una buena salud.

⌘ Tecnología:**27. ¿Utilizan algún tipo de tecnología?**

Tienen una sala de cómputo, pasantes del Instituto Rumiñahui trabajan con los niños en esa área.

28. ¿Cómo eligen los padres el centro infantil?

Por la trayectoria del centro infantil los padres tienen una comunicación de boca a boca, se comunican unos a otros.

Entrevista # 5

-
- ✿ **Nombre de la Institución:** Jardín de Infantes Marieta de Veintimilla
 - ✿ **Nombre del entrevistado:** Licenciada Cila María Vallejo Mejía
 - ✿ **Cargo que desempeña:** Directora del Jardín de Infantes Marieta de Veintimilla
 - ✿ **Título:** Licenciada en Educación Inicial
-

- ✿ **Preguntas:**

- ✂ **Educación Inicial:**

- 1. ¿Por qué es importante la educación inicial?**

Es importante, porque es el cimiento, los fundamentos, la esencia, para que los niños sigan el proceso educativo durante los demás años escolares, de las experiencias que tienen los niños en el primer año de educación básica, también serán las experiencias que tendrá durante su trayecto estudiantil.

- 2. ¿Cuáles son las ventajas de que los niños se encuentren en un centro infantil?**

Los niños adquieren muchas destrezas, se trabaja mucho en sociabilización, en convivencia, en relaciones lógico matemática, conocimientos del entorno natural, expresarse en forma oral y escrita, manejo de la expresión corporal, para el éxito en su vida estudiantil.

3. ¿Considera usted que se ha podido romper los paradigmas, que tenían los padres sobre el enviar a los niños pequeños a los centros infantiles?

Sí, antes el jardín no era obligatorio, hoy ya se sabe la importancia que tiene el jardín de infantes en la educación, los padres están más consientes, que los niños adquieren muchas destrezas, que les permite a los niños desarrollarse mejor en su vida estudiantil.

4. Según su experiencia en el centro infantil. ¿Cuáles son las principales razones para que los padres de familia opten por los centros de desarrollo infantil?

Primero porque es una experiencia enriquecedora para los niños, segundo aprenden destrezas de desempeño, le facilita el ingreso a segundo año de básica.

5. Según su experiencia. ¿Qué es lo que buscan los padres en el centro infantil?

Los padres de familia buscan calidad, buscan un lugar que tenga todos los elementos necesarios para el desarrollo de sus hijos, en el centro infantil se ofrece una educación integral.

⌘ Centro infantil:

6. ¿Cuántos niños tiene actualmente el centro infantil?

El jardín de infantes tiene 450 niños.

7. ¿Hace cuánto tiempo inicio su labor con el centro infantil?

El centro Infantil tiene 21 años prestando sus servicios.

8. ¿Cuáles son las edades de los niños que reciben en el centro infantil?

Reciben a niños de 5 años.

9. ¿La infraestructura del centro infantil fue diseñada específicamente para crear un centro infantil?

El centro infantil fue construido de acuerdo a las necesidades de los niños, y año tras año se ha ido remodelando.

10. ¿Qué horarios ofrece el infantil?

El inicio de clases comienza a las 7:45 am hasta las 12:30 pm

11. ¿Cuánto tiempo dura el servicio del centro infantil de acuerdo al año escolar?

El servicio de educación dura el año lectivo.

⌘ Personal:

12. ¿Cómo se encuentra estructurada la parte administrativa y técnica del centro?

- Directora del Jardín
- Personal médico y psicológico
- Maestras parvularias
- Maestras auxiliares.

13. ¿Cuentan con personal médico y psicológico durante toda la jornada escolar?

Cuentan con personal médico y odontológico, con una terapeuta de lenguaje y con una psicóloga, durante toda la jornada escolar.

⌘ Niños:

14. ¿Cuál es el promedio de niños por profesora?

Existen 40 niños por aula.

15. ¿Cómo gestionan la participación en el proceso de formación de los niños con sus padres?

Los padres juegan un rol muy importante porque en los 5 años de edad los niños se encuentran en un proceso de formación de su personalidad, por lo tanto, el hogar constituye la primera institución educativa del niño. Hoy los padres de familia han dejado un poco la responsabilidad de la educación a las maestras.

⌘ Metodología:

16. ¿Cuáles son los centros de aprendizaje que manejan en el centro infantil?

Manejan rincones de trabajo, como lectura, títeres.

17. ¿Cómo miden el desarrollo de aprendizaje de los niños?

Por observación y a través de fichas. Aparte, los niños rinden pruebas.

18. ¿Qué tipo de actividades culturales realizan?

Los objetivos es que los niños tengan conciencia e identidad de ser ecuatorianos, que ame a su patria, que respete sus costumbres, en la institución desarrolla actividades o programas para celebrar las fechas cívicas.

19. ¿Realizan algún tipo de actividades fuera del centro infantil?

Sí, las maestras realizan salidas para reforzar conocimientos, y experimentar nuevas vivencias en los niños. Los niños visitan empresa, parques, zoológico.

20. ¿Qué servicios adicionales presta el centro infantil?

- Servicio médico
- Servicio odontológico
- Servicio terapéutico
- Servicio psicológico

⌘ Nutrición:

21. ¿Proporcionan ustedes el alimento o menú alimenticio para los niños?

No

⌘ Tecnología:

22. ¿Utilizan algún tipo de tecnología?

Tienen un centro de cómputo.

29. ¿Cómo eligen los padres el centro infantil?

La trayectoria del Marieta de Veintimilla, es grande, afortunadamente se ha logrado un gran prestigio dentro del cantón, por eso es la gran demanda de niños año tras año, por tal motivo, se ha decidido sectorizar a los niños, es decir, todos los niños del cantón Rumiñahui los que puedan entrar al centro.

Anexo B: Desarrollo del focus group:**Introducción:****1. ¿Defina en tres palabras que es la educación inicial?**

Amor, enseñanza, seguridad, educación, cuidado, tranquilidad buena infraestructura, limpieza, personal capacitado.

Introducción a la educación infantil (diapositiva)

Servicio educativo que se brinda a niños de 0 a 5 años de edad, con el propósito de potencializar su desarrollo integral, en un ambiente educativo y afectivo, que le permitirá al niño adquirir una cultura (habilidades, hábitos, valores), así como desarrollar su autonomía, creatividad y actitudes necesarias en su desempeño personal y social.

2. ¿Consideran importante la educación inicial en los niños? ¿Por qué?

Si se considera importante, porque les enseñan valores, van forjando todo su futuro ya que son sus primeros pasos de su vida, en donde van tomando su dirección, se firma sus talentos que tienen y mientras ellos juegan van aprendiendo.

3. ¿Quién está al cuidado de sus hijos, en la mañana y tarde?

A los hijos les cuidan los abuelitos y en otros casos las mismas madres de familia. Cuando son menores de un año.

¿Que son los centros de desarrollo infantil? Diapositiva

Son lugares fuera del hogar de los niños, donde se brinda un servicio integral que es reemplazado por el cuidado y la atención de sus familias en medio tiempo. Una atención de calidad incorpora al niño a actividades de aprendizaje educativas como parte del currículo. La Educación Infantil tiene como propósito principal cubrir las necesidades físicas, afectivas, intelectuales y sociales de los niños y niñas de 0 a 6 años mediante una pedagogía adecuada.

Reconocimiento de la necesidad:

Madres con hijos en CDI:

4. ¿Cuál fue la principal razón por la que ustedes pensaron en buscar Centros de Desarrollo infantil para sus hijos?

Las razones son la falta de tiempo debido al trabajo, también la necesidad de que los niños se relacionen y que a su vez se vayan educando.

Solteras

5. ¿Si ustedes tuvieran hijos por qué razón inscribirían a sus niños en un centro de desarrollo infantil?

La falta de tiempo debido al trabajo o estudios, que pierdan el temor, la vergüenza y sean más sociables los niños.

Madres con hijos:

6. ¿Fue fácil la decisión tomada por ustedes como padres el tener la idea de enviar a sus niños a un centro infantil?

La toma de la decisión fue fácil ya que al visitar el centro infantil, al niño le gusto el estar con las maestras y estar con niños de la misma edad.

La decisión no fue fácil ya que el dejar a los niños con personas desconocidas era un poco de temor, también el que el niño no quería asistir al centro infantil, y el buscar el centro más adecuado y seguro, también que se encuentre más cerca del trabajo.

7. ¿Tuvieron reacciones o comentarios de la familia o amigos sobre la decisión que estaban por tomar?

Sobre esta decisión no tuvo problemas estuvieron de acuerdo.

Si existen complicaciones por los abuelitos y la familia entera ya que consideraban que son muy pequeños, y que, las madres si tienen tiempo para estar con ellos ya que no trabajan.

Búsqueda de información diapositiva información:

8. ¿Cómo comenzaron la búsqueda de información de los centros infantiles?

Por medio de referencias familiares, de amigos, de vecinos, de internet, de los hermanos que ya han pasado por esa época.

Evaluación previa a la compra:

Diapositivas centro infantil diferencias

¿Qué opinan de los siguientes dibujos?



El primero es un lugar muy aburrido, sin colores, tienen muchos niños, parece ser una infraestructura no apropiada, para los niños, parece no ser muy limpia, está un poco descuidada. El segundo dibujo, es un lugar muy divertido, donde los niños van a poder jugar con tranquilidad, existen colores fuertes que inyectan vida, está muy limpio y al parecer existen pocos niños en la guardería.

9. ¿Cuál les gusta más porque?

El dibujo 2 ya que estéticamente es más bonito, tiene mayor espacio, más juegos, los colores son más vivos, y te transmite seguridad, porque tienen instrumentos y juegos adecuados para los niños.

10. ¿Qué opinan de este dibujo?

La primera fotografía es de un centro fiscal, de todos los estratos sociales y la segunda un centro más costoso, bonito y de mejor educación. Parece que la primera construcción no fue realizada para ese servicio.

11. ¿Qué fue lo primero en lo que fijaron al conocer el centro infantil?

Lo primero en que se fijaron fue en la limpieza del centro infantil, luego de aspectos como la infraestructura y decoración, y amplitud, grandes espacios verdes, que no exista muchos niños.

12. Visitaron los centros de desarrollo infantil. ¿Cuántos?

Se visitaron en un promedio de tres centros infantiles, sin embargo hubo madres que visitaron 8 centros infantiles

13. ¿Con quién visitaron los centros?

La búsqueda del centro infantil la realizaron ambos padres. Dos madres señalaron que realizaron las visitas en compañía de sus madres.

14. ¿Qué factores fueron decisivos para la adquisición del servicio?

- Cercanía del lugar

- Costo del servicio
- Transporte.
- Infraestructura
- Horarios

Diapositivas: Actividades Centros de aprendizaje: Un centro de aprendizaje es un área pequeña de actividad dedicada a un tipo específico de juego: arte, manualidades, agua, libros, etc.

15. Escoger tres centros de actividades más importantes, que determinarían la elección del centro infantil

Tabla B. 1 Resultados de centros de aprendizaje

Madre	Centro de aprendizaje 1	Centro de aprendizaje 2	Centro de aprendizaje 3
1	Enseñanza	Juegos	Lectura
2	Juegos	Computación	Teatrino
3	Enseñanza	Computación	Lectura
4	Enseñanza	Juegos	Computación
5	Enseñanza	Computación	Piscina
6	Juegos	Computación	Juegos
7	Juegos	Piscina	Huerto
8	Enseñanza	Lectura	Juegos

Fuente: Focuss Group. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Para determinar la primera posición en general acerca de los centros de aprendizaje, se realizó una ponderación y se asignó un peso de 3 puntos para el centro de aprendizaje en primer lugar, para el segundo, 2 puntos y para el tercero 1 punto. Obteniendo los siguientes resultados:

Tabla B. 2 Resultados Focus group centros de aprendizaje

Enseñanza	15	0	0	15
Juegos	9	4	2	15
Computación	0	8	1	9
Lectura	0	2	2	4
Piscina	0	2	1	3
Teatrino	0	0	1	1
Huerto	0	0	1	1
Total	24	16	8	48

Fuente: Focus Group. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Por lo tanto las áreas de aprendizaje que los padres desean encontrar en los centros infantiles es enseñanza; entendido como el lugar apropiado o aula para el desarrollo de actividades curriculares, el área de juegos en general, y la sala de computación.

16. ¿Cuántos niños sería el ideal por aula?

Número máximo sería de 10 niños, especialmente por el cuidado, bebés debería ser personalizado. Todas quedaron de acuerdo que siempre debe estar con una ayudante.

Compra:

17. ¿Quién tomo la decisión para elegir el centro infantil?

La decisión fue tomada por la madre, que en definitiva también iba a estar de acuerdo el padre.

Consumo:**18. ¿Qué es lo que más les agrada del centro infantil?**

Le gusta los avances y progresos en la educación de sus niños, les enseña a desenvolverse solos.

Los aspectos físicos, les agrada mucho el área de juegos, los baños adecuados para niños, el aula de expresión corporal, el huerto, porque tienen contacto con la naturaleza. El teatrino.

19. ¿Qué les disgusta del centro infantil?

El costo del servicio, además que piden muchos materiales didácticos. No están de acuerdo con los deberes que les envían a los niños pequeños de 5 años. Las maestras a veces por el número de niños en el aula no controlan a todos.

20. ¿Cómo interactúan ustedes con el centro infantil en el desarrollo de sus hijos?

Realizan escuelas para padres, que les enseñan a compartir, a cómo manejar a los niños, como ayudar a mejorar su educación.

21. Diapositiva completar la historia:

Hoy en día papá y mamá trabajan, los niños pequeños asisten a Centros de Desarrollo Infantil, para que los cuiden. Los padres llegan tarde a sus casas, y casi no pasan tiempo con sus hijos, YO (madre) ¿Qué actividades realizo para compartir el tiempo perdido con mi hijo?..... Yo, salgo a la piscina, o salgo de paseo, todos aprovechan el fin de semana. Realizar compras con ellos, para que se involucren en las actividades de la familia y se desenvuelvan en la toma de decisiones. Yo, en las noches juego con él a lo que más le gusta.

22. ¿Es importante el tiempo o calidad?

Las dos cosas son importantes, porque a pesar de que le de 5 minutos de calidad siempre va a ser poco.

Diapositivas: los padres de familia delegan la responsabilidad de educar a los niños a sus maestras.

No están de acuerdo, ya que los padres siempre van a ser la autoridad de sus hijos, las guarderías son un complemento. Los maestros son un apoyo y no dejarían sólo a ellos la crianza de sus hijos.

Evaluación posterior a la compra**23. Las expectativas que tiene del centro infantil fueron:**

Se aplicó un cuestionario para medir la satisfacción del cliente con respecto al servicio recibido en el centro infantil:

Formato de Cuestionario:**Cuestionario****“CENTROS INFANTILES”**

Nombre: _____

Según su experiencia califique los siguientes servicios que presta el centro infantil:

Tabla B. 3 Cuestionario calificación servicios del centro infantil

Servicio	Excelente	Muy bueno	Ni Buena ni Mala	Regular	Deficiente
Servicio de educación					
Infraestructura					
Horarios					
Alimentación					
Seguridad					
Interacción de los centros con los Padres de Familia					
Salidas pedagógicas (observaciones)					
Personal					

Fuente: Entrevistas a profundidad. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Se aplicó el cuestionario a madres que tenían sus hijos en centros infantiles, obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla B. 4 Resultados cuestionario focus group

Servicio	Excelente	Muy bueno	Ni Buena ni Mala	Regular	Deficiente
Servicio de educación	5	1			
Infraestructura		6			
Horarios	1	4	1		
Alimentación	2	1			
Seguridad	3	3			
Interacción de los centros con los Padres de Familia		3	3		
Salidas pedagógicas (observaciones)	2	4			
Personal	4	2			

Fuente: Entrevistas a profundidad. Enero 2011. Elaborado por Alejandra Bonilla G

Se encontró que la interacción con los padres es ni buena ni mala.

El servicio de educación y la seguridad son excelentes.

Se calificó al personal como excelente por el afecto entrega y amor que tienen hacia sus hijos.

24. ¿Qué diferencias encuentran ustedes con el aprendizaje y desarrollo que han tenido sus hijos con relación a otros niños?

Los niños son más abiertos, son más sociales, son independientes

25. Si no tuvieran que trabajar y tuvieran la oportunidad de pasar en la casa, ¿optarían por inscribir a sus hijos menores de 5 años en los centros de desarrollo infantil?

Todas las madres estuvieron seguras que sí, inscribirían a sus hijos en los centros de educación infantil aunque ellas pasaran en sus casas, ya que están conscientes que en la casa no pudieran enseñarles a sus hijos como lo hacen en la guardería.

26. ¿Qué les gustaría que se implemente en el centro infantil?

- Piscina
- Juegos didácticos
- Huerto
- Cámara web para vigilar y observar a los niños

Agradecimiento

Entrega de presentes a los participantes.

Anexo C: Encuesta Piloto

ENCUESTA	
	
OBJETIVO: DETERMINAR EL PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA QUE SIGUEN LOS CONSUMIDORES PARA LA ELECCIÓN DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL INSTRUCCIONES: 1.- RESPONDA CON SINCERIDAD A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS QUE SE PLANTEAN A CONTINUACIÓN 2.- LOS RESULTADOS DE ESTA ENCUESTA SERAN ANALIZADOS CON ABSOLUTA RESERVA 3.- SEÑALE CON UNA "X" EN EL LUGAR QUE CORRESPONDA	
FECHA: _____	CÓDIGO: _____
1. INFORMACIÓN PERSONAL	
1.1 Género: F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>	
1.2 Edad: _____	
1.3 Estado civil: Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Viudo <input type="checkbox"/> Unión libre <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/>	
1.4 Datos Personales del Padre:	
1.4.1. Ocupación: Estudiante <input type="checkbox"/> Trabaja <input type="checkbox"/>	
* Si no trabaja pase a la pregunta 1.4.3	
1.4.2. Indique ¿Cuántas horas trabaja diariamente? _____ horas	
1.4.3. Nivel de Educación que tiene: Primaria <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> Bachiller <input type="checkbox"/> Especifique _____ Universidad <input type="checkbox"/> Post grado <input type="checkbox"/>	
1.5 Datos Personales de la madre:	
1.5.1. Ocupación Estudiante <input type="checkbox"/> Trabaja <input type="checkbox"/> Ama de casa <input type="checkbox"/>	
* Si no trabaja pase a la pregunta 1.5.3.	
1.5.2. Indique ¿Cuántas horas trabaja diariamente? _____ horas	
1.5.3. Nivel de Educación que tiene: Primaria <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> Bachiller <input type="checkbox"/> Especifique _____ Universidad <input type="checkbox"/> Post grado <input type="checkbox"/>	
1.6 Datos Familiares:	
1.6.1. Señale el sector en donde viven: San Rafael <input type="checkbox"/> Rumipamba <input type="checkbox"/> Sangolquí <input type="checkbox"/> San Pedro de Taboada <input type="checkbox"/> Cotogchoa <input type="checkbox"/>	
1.6.1. ¿La casa en la que ustedes viven es? Propia <input type="checkbox"/> Vive con familiares <input type="checkbox"/> Arrendada <input type="checkbox"/> Anticresis <input type="checkbox"/>	
1.6.2. ¿Tienen vehículo propio? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
* Si su respuesta es no pase a la pregunta 1.6.3.	
Vehículo (1) _____	Vehículo (2) _____
Marca _____	Marca _____
Modelo _____	Modelo _____
Año _____	Año _____

1.6.3. Indique, ¿Cuánto es el ingreso familiar propedio?:
\$ _____

1.6.4. ¿Tienen hijos menores de 5 años?
Si No

* Si la respuesta es no, gracias ha concluido la encuesta.

1.6.4.1. Complete el siguiente cuadro de acuerdo al número de hijos que tenga.

Nº Hijos	Primer hijo	Segundo hijo	Tercer hijo	Cuarto hijo
Edad del niño	años	años	años	años
Asiste a un Centro de Desarrollo Infantil	Si: <input type="checkbox"/> No: <input type="checkbox"/>			
¿A qué edad ingresó su hijo al Centro de Desarrollo Infantil?	años	años	años	años

2. Conocimiento del Mercado

2.1 Educación Inicial

2.1.1. Escriba la primera palabra que se le viene a la mente de los siguientes conceptos:
Centro Infantil _____
Educación Inicial _____

2.1.2. Señale qué tan importante es que los niños menores de 5 años asistan a un Centro de Desarrollo Infantil. Considerando 1 como muy importante y 5 como nada importante.

Muy Importante 1 2 3 4 Nada Importante 5

Porqué: _____

2.1.3. ¿Qué ventajas encuentra de tener a su hijo en un Centro de Desarrollo Infantil?

Cuidado mientras los padres no los pueden hacer

Estimulación Normas y reglas sociales

Sociabilización del niño Compartir con niños de su edad

Desarrollo de habilidades y destrezas Juego

Convivencia con el entorno Otra:

Especifique: _____

2.1.4. Si tuviera la oportunidad de pasar en casa. Enviaría a su hijo menor de 5 años a un Centro de Desarrollo Infantil.

Si No

Porqué: _____

2.1.5 ¿Cuál fue la principal razón por la que ustedes pensaron en buscar Centros de Desarrollo infantil para sus hijos?

Trabajo (no tenía con quién dejar a su hijo) Por que le recomendaron

Comparta con niños de su misma edad Sus amigos tenían sus hijos en Centros Infantiles

Educación Otra:

2.1.6. ¿De qué personas tuvieron reacciones negativas sobre la decisión de llevar a su hijo a un Centro infantil?

Abuelos Hermanos

Tíos Otros: Especifique: _____

Amigos

No tuvieron reacciones desfavorables de personas

2.2. Centro Infantil:			
2.2.1. Mencione tres Centros de Desarrollo Infantil que conozca			
1.-	_____		
2.-	_____		
3.-	_____		
2.2.2. ¿Cómo comenzaron la búsqueda de información de los centros infantiles?			
Referencias Familiares	<input type="checkbox"/>	Volantes	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	Periódico	<input type="checkbox"/>
Referencias amigos	<input type="checkbox"/>	Vallas	<input type="checkbox"/>
Comerciales de Televisión	<input type="checkbox"/>	Otros:	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	Especifique:	_____
2.2.3. ¿Cuántos Centros de Desarrollo infantil visitaron?			

2.2.4. ¿Con quién realizó las visitas a los centros?			
Sólo	<input type="checkbox"/>	Hermanos	<input type="checkbox"/>
Ambos padres	<input type="checkbox"/>	Amigos	<input type="checkbox"/>
Abuelos	<input type="checkbox"/>	Otros:	<input type="checkbox"/>
Niño	<input type="checkbox"/>	Especifique:	_____
2.2.5. ¿Qué atributo estaba buscando en el Centro Infantil?			
Transporte	<input type="checkbox"/>	Servicio de Alimentación	<input type="checkbox"/>
Estar cerca de la casa	<input type="checkbox"/>	Aprendizaje de otro Idioma	<input type="checkbox"/>
Estar cerca del trabajo	<input type="checkbox"/>	Computación	<input type="checkbox"/>
Que tenga personal capacitado	<input type="checkbox"/>	Natación	<input type="checkbox"/>
Horarios flexibles	<input type="checkbox"/>	Talleres	<input type="checkbox"/>
Costo del Servicio de acuerdo al presupuesto de la familia	<input type="checkbox"/>	Otros:	Especifique: _____
2.2.6. ¿Por qué eligió el Centro infantil en el que se encuentra su Hijo(s)?			
Infraestructura	<input type="checkbox"/>	Computación	<input type="checkbox"/>
Transporte	<input type="checkbox"/>	Natación	<input type="checkbox"/>
Personal Parvulario	<input type="checkbox"/>	Talleres	<input type="checkbox"/>
Áreas verdes	<input type="checkbox"/>	Número de niños por aula	<input type="checkbox"/>
Servicio de Comida	<input type="checkbox"/>	Curriculum Educativo	<input type="checkbox"/>
Juegos	<input type="checkbox"/>	Seguridad	<input type="checkbox"/>
Rincones de Juegos (lectura, cocina, hogar, construcción)	<input type="checkbox"/>	Servicio médico permanente	<input type="checkbox"/>
Decoración	<input type="checkbox"/>	Servicio Psicológico	<input type="checkbox"/>
Limpieza	<input type="checkbox"/>	Otros:	<input type="checkbox"/>
Aprendizaje de otro Idioma	<input type="checkbox"/>	Especifique:	_____
2.2.7. ¿Quién decidió la elección del Centro Infantil?			
Papá	<input type="checkbox"/>	Familiares	<input type="checkbox"/>
Mamá	<input type="checkbox"/>	Amigos	<input type="checkbox"/>
Ambos padres	<input type="checkbox"/>	Otros:	<input type="checkbox"/>
Niño (a)	<input type="checkbox"/>	Especifique:	_____
2.3 Servicio del Centro Infantil:			
2.3.1. ¿Qué servicios tiene el centro Infantil en el que se encuentra sus hijo?			
Transporte	<input type="checkbox"/>	Horarios Complementarios en la tarde	<input type="checkbox"/>
Servicio de Alimentación	<input type="checkbox"/>	Talleres en la tarde	<input type="checkbox"/>
Área de juegos	<input type="checkbox"/>	Pediatra	<input type="checkbox"/>
Sala de Expresión corporal	<input type="checkbox"/>	Servicio Psicológico	<input type="checkbox"/>
Computación	<input type="checkbox"/>	Odontólogo	<input type="checkbox"/>
Natación	<input type="checkbox"/>	Salidas Pedagógicas	<input type="checkbox"/>
		Otros:	Especifique: _____

2.3.2. ¿Cuántas horas asiste su hijo al Centro Infantil?
 _____ Horas

2.3.3. ¿Cuántos niños existen aproximadamente por aula en el Centro Infantil al que asiste su hijo?
 _____ niños

2.3.4. La infraestructura del Centro Infantil es:
 Exclusivamente diseñada para un Centro Infantil
 Una construcción adaptada para un centro infantil
 Otros:
 Especifique: _____

2.3.5. ¿Cómo interactúa el Centro de desarrollo Infantil con los padres de familia?
 Cursos
 Talleres
 Escuela para padres
 Otros:
 Especifique: _____

2.3.6. ¿Cuál es el valor que usted estaría dispuesto a pagar por el servicio del Centro Infantil?
 \$ _____

2.3.7. Según su experiencia califique los siguientes servicios que presta el centro infantil:

Servicio	Excelente	Muy bueno	Ni Buena ni Mala	Regular	Deficiente
Servicio de educación					
Infraestructura					
Alimentación					
Interacción de los centros con los Padres de Familia					
Personal					

2.3.8. ¿Qué le gustaría que se implemente en el centro infantil?
 Cámara web en las aulas Servicio de alimentación
 Pizarras Táctiles Servicio de Fiestas Infantiles
 Horarios Otros:
 Especifique: _____

2.3.9. Después que su hijo asiste al Centro Infantil. ¿Con quién se queda?
 Abuelos Empleada Doméstica
 Mamá Tíos
 Papá Hermanos mayores
 Otro:

2.3.10. ¿Desearía que se extienda el horario de atención del servicio de Centro Infantil?
 Si No

* Si contestó no fin de la encuesta

2.3.10.1. Indique. ¿Cuántas Horas le gustaría que se implementen?
 _____ Horas

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN

Anexo D: Encuesta definitiva

	
ENCUESTA	
OBJETIVO: DETERMINAR EL PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA QUE SIGUEN LAS FAMILIAS PARA LA ELECCIÓN DEL CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL	
INSTRUCCIONES: 1.- RESPONDA CON SINCERIDAD A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS QUE SE PLANTEAN A CONTINUACIÓN 2.- LOS RESULTADOS DE ESTA ENCUESTA SERÁN ANALIZADOS CON ABSOLUTA RESERVA 3.- SEÑALE CON UNA "X" EN EL LUGAR QUE CORRESPONDA	
FECHA: _____	1.1 CÓDIGO: _____
I. INFORMACIÓN PERSONAL	
1.2 Género:	F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>
1.3 Estado civil:	Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Viudo <input type="checkbox"/> Unión libre <input type="checkbox"/> Divorciado <input type="checkbox"/>
1.4 Datos Personales del PADRE:	
1.4.1. Ocupación:	1.4.2. Edad: _____
Estudiante <input type="checkbox"/>	
Trabaja en relación de dependencia <input type="checkbox"/>	
Trabaja en negocio propio <input type="checkbox"/>	
* Si no trabaja pase a la pregunta 1.4.4	
1.4.3. Indique ¿Cuántas horas trabaja diariamente?	
_____ horas	
1.4.4. Nivel de Educación que tiene:	
Primaria <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Bachiller <input type="checkbox"/>	Especifique _____
Universidad <input type="checkbox"/>	
Post grado <input type="checkbox"/>	
1.5 Datos Personales de la MADRE:	
1.5.1. Ocupación:	1.5.2. Edad: _____
Estudiante <input type="checkbox"/>	
Trabaja en relación de dependencia <input type="checkbox"/>	
Trabaja en negocio propio <input type="checkbox"/>	
Ama de casa <input type="checkbox"/>	
* Si no trabaja pase a la pregunta 1.5.4.	
1.5.3. Indique ¿Cuántas horas trabaja diariamente?	
_____ horas	
1.5.4. Nivel de Educación que tiene:	
Primaria <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>
Bachiller <input type="checkbox"/>	Especifique _____
Universidad <input type="checkbox"/>	
Post grado <input type="checkbox"/>	
1.6 Datos Familiares:	
1.6.1. Señale el sector en donde viven:	
San Rafael <input type="checkbox"/>	Rumipamba <input type="checkbox"/>
Sangolquí <input type="checkbox"/>	San Pedro de Taboada <input type="checkbox"/>
Cotogchoa <input type="checkbox"/>	Otro especifique: _____
1.6.2. ¿La casa en la que ustedes viven es?	
Propia <input type="checkbox"/>	Vive con familiares <input type="checkbox"/>
Arrendada <input type="checkbox"/>	Anticresis <input type="checkbox"/>

1.6.3. ¿Tienen vehículo propio? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> * Si su respuesta es no pase a la pregunta 1.6.5.					
1.6.4 Vehículo (1) Marca _____ Modelo _____ Año _____		Vehículo (2) Marca _____ Modelo _____ Año _____			
1.6.5. Indique, el ingreso promedio mensual de su familia. \$ _____					
1.6.6. ¿Tienen hijos menores de 6 años? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> * Si la respuesta es no, gracias ha concluido la encuesta.		1.6.6.1. ¿Cuántos ? _____			
1.6.6.2. Complete el siguiente cuadro de acuerdo al número de hijos que tenga. Sólo hijos menores de 6 años					
N° Hijos	Primer hijo	Segundo hijo	Tercer hijo	Cuarto hijo	
Edad del niño	años	años	años	años	
Asiste a un Centro de Desarrollo Infantil	Si: <input type="checkbox"/>	Si: <input type="checkbox"/>	Si: <input type="checkbox"/>	Si: <input type="checkbox"/>	
	No: <input type="checkbox"/>	No: <input type="checkbox"/>	No: <input type="checkbox"/>	No: <input type="checkbox"/>	
* Si contestó que no asiste a un centro infantil explique ¿por qué? Y Pase a la pregunta 2.2	¿Con quién se queda su hijo si no asiste al Centro Infantil?:				

El Centro Infantil es:	Público: <input type="checkbox"/>	Público: <input type="checkbox"/>	Público: <input type="checkbox"/>	Público: <input type="checkbox"/>	
	Privado: <input type="checkbox"/>	Privado: <input type="checkbox"/>	Privado: <input type="checkbox"/>	Privado: <input type="checkbox"/>	
¿A qué edad ingresó su hijo al Centro de Desarrollo Infantil?	años	años	años	años	
2. Conocimiento del Mercado					
2.1 Educación Inicial					
2.1.1. Señale qué tan importante es que los niños menores de 5 años asistan a un Centro Infantil. Considerando 5 como muy importante y 1 como nada importante.					
Muy Importante	5	4	3	2	Nada Importante 1
¿Por qué?: _____					
2.1.2. Señale (1) la principal ventaja que encuentra, el que su niño asista a un Centro Infantil					
Cuidado mientras los padres no los pueden hacer	<input type="checkbox"/>	Aprender normas y reglas sociales <input type="checkbox"/>			
Estimulación Temprana	<input type="checkbox"/>	Compartir con niños de su edad <input type="checkbox"/>			
Sociabilización del niño	<input type="checkbox"/>	Juego <input type="checkbox"/>			
Desarrollo de habilidades y destrezas	<input type="checkbox"/>	Otra: Especifique: _____			
Convivencia con el entorno	<input type="checkbox"/>				
2.1.3. Si tuviera la oportunidad de pasar en casa y cuidar de su hijo. Enviaría a su hijo menor de 5 años a un Centro Infantil.					
	Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>			
¿Por qué?: _____					

2.1.4. Escoja solamente 1 ¿Cuál fue la principal razón por la que ustedes pensaron en buscar Centros de Desarrollo infantil para su hijo?			
Trabajo (no tenía con quién dejar a su hijo)	<input type="checkbox"/>	Recomendación profesional	<input type="checkbox"/>
Comparta con niños de su misma edad	<input type="checkbox"/>	Sus amigos tenían sus hijos en Centros Infantiles	<input type="checkbox"/>
Educación	<input type="checkbox"/>	Recomendación familiar	<input type="checkbox"/>
Por Insistencia de Familiares	<input type="checkbox"/>	Otra:	
Por experiencias con otros hijos	<input type="checkbox"/>	Especifique: _____	
Por recomendación de amigos	<input type="checkbox"/>		
2.1.5. ¿Se enfrentaron a algún tipo de temor cuando decidieron llevar a su hijo(s) al Centro Infantil?			
Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
* Si su respuesta es no pase a la pregunta 2.1.7			
2.1.6. ¿Qué tipo de temores tuvieron?			
Pensaban que estaba muy pequeño	<input type="checkbox"/>	Temor a que no se adapte	<input type="checkbox"/>
Temor a dejarlos con personas extrañas	<input type="checkbox"/>	Temor al trato que recibiría	<input type="checkbox"/>
Temor a que pueda enfermarse	<input type="checkbox"/>	Otra. Especifique: _____	
2.1.7. ¿De qué personas tuvieron reacciones negativas sobre la decisión de llevar a su hijo a un Centro infantil?			
Abuelos	<input type="checkbox"/>	Hermanos	<input type="checkbox"/>
Amigos	<input type="checkbox"/>	Tíos	<input type="checkbox"/>
		No tuvieron reacciones negativas de personas	<input type="checkbox"/>
		Otra. Especifique: _____	
2.2. Centro Infantil:			
2.2.1. Mencione en orden de importancia tres Centros de Desarrollo Infantil que conozca o en los que inscribiría a su hijo			
1.- _____		¿Por qué?	_____
2.- _____		¿Por qué?	_____
3.- _____		¿Por qué?	_____
2.2.2. ¿Qué fuentes utilizó/ utilizaría para la búsqueda de información de los centros infantiles?			
Referencias Familiares	<input type="checkbox"/>	Volantes	<input type="checkbox"/>
Internet	<input type="checkbox"/>	Periódico	<input type="checkbox"/>
Referencias amigos	<input type="checkbox"/>	Vallas	<input type="checkbox"/>
Comerciales de Televisión	<input type="checkbox"/>	Otros:	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>	Especifique: _____	
2.2.3. ¿Cuántos Centros de Desarrollo infantil visitaron/ visitaría?			
2.2.4. ¿Quién decidió/decidiría la elección del Centro Infantil?			
Papá	<input type="checkbox"/>	Familiares	<input type="checkbox"/>
Mamá	<input type="checkbox"/>	Ambos padres	<input type="checkbox"/>
Niño (a)	<input type="checkbox"/>	Otros:	<input type="checkbox"/>
		Especifique: _____	
2.2.5 En orden de Importancia escoja (3) de los siguientes servicios que estaba buscando (o que buscaría) y que le ayudaron (o le ayudaría) a elegir el Centro infantil para su hijo? Colocando 3 al más importante, 2 al importante y 1 al menos importante			
Transporte	<input type="checkbox"/>	Servicio de Alimentación	<input type="checkbox"/>
Personal capacitado	<input type="checkbox"/>	Aprendizaje de otro Idioma	<input type="checkbox"/>
Horarios flexibles	<input type="checkbox"/>	Computación	<input type="checkbox"/>
Infraestructura	<input type="checkbox"/>	Natación	<input type="checkbox"/>
Áreas verdes	<input type="checkbox"/>	Talleres	<input type="checkbox"/>
Estimulación Temprana	<input type="checkbox"/>	Centro de Juegos	<input type="checkbox"/>
Servicio médico permanente	<input type="checkbox"/>	Le recomendaron y le gustó	<input type="checkbox"/>
Servicio Psicológico	<input type="checkbox"/>	Su familia tiene a sus hijos ahí	<input type="checkbox"/>
Estar cerca de la casa	<input type="checkbox"/>	Costo del Servicio	<input type="checkbox"/>
Estar cerca del trabajo	<input type="checkbox"/>	Otros: Especifique: _____	
Número de niños por aula	<input type="checkbox"/>		
2.2.6 Escoja en orden de importancia 3 aspectos que usted observa (u observaría) dentro del centro infantil, tomando como 3 al más importante, 2 al importante y 1 al menos importante			
Limpieza	<input type="checkbox"/>	Juegos y material didáctico	<input type="checkbox"/>
Decoración	<input type="checkbox"/>	Muebles	<input type="checkbox"/>
Baños adecuados para los niños	<input type="checkbox"/>	Trato del personal	<input type="checkbox"/>
Espacio físico	<input type="checkbox"/>	Ventilación	<input type="checkbox"/>
El número de niños por aula	<input type="checkbox"/>	Aulas para cada edad	<input type="checkbox"/>
Enchufes y tomacorrientes	<input type="checkbox"/>	Horarios flexibles	<input type="checkbox"/>

* Si su hijo asiste al centro infantil continúe con la encuesta, de lo contrario Gracias finalizó la encuesta					
2.3 Servicio del Centro Infantil:					
2.3.1. ¿En qué horario asiste su hijo al Centro Infantil?					
Desde _____ horas		Hasta _____ horas			
2.3.2. ¿Cuántos niños existen aproximadamente por aula en el Centro Infantil al que asiste su hijo?					
_____ niños					
2.3.4. ¿Cómo interactúa el Centro de desarrollo Infantil con los padres de familia?					
Cursos	<input type="checkbox"/>	Escuela para padres	<input type="checkbox"/>		
Talleres	<input type="checkbox"/>	Otros:	Especifique:	_____	
2.3.4. Conoce si la infraestructura del Centro Infantil fue:					
Exclusivamente diseñada para un Centro Infantil		<input type="checkbox"/>	No sabe		<input type="checkbox"/>
Una construcción adaptada para un centro infantil		<input type="checkbox"/>			
2.3.7. ¿Cuál es el valor que usted estaría dispuesto a pagar por el servicio del Centro Infantil?					
\$ _____					
2.3.8. Según su experiencia califique los siguientes servicios que presta el centro infantil					
Servicio	Excelente	Muy bueno	Ni Buena ni Mala	Regular	Deficiente
Servicio de educación					
Infraestructura					
Alimentación					
Interacción de los centros con los Padres de Familia					
Personal					
2.3.9. ¿Qué le gustaría que se implemente en el centro infantil?					
Cámara web en las aulas	<input type="checkbox"/>	Servicio de alimentación	<input type="checkbox"/>		
Pizarras Táctiles	<input type="checkbox"/>	Servicio de Fiestas Infantiles	<input type="checkbox"/>		
Horarios flexibles	<input type="checkbox"/>	Otros:	<input type="checkbox"/>		
		Especifique:	_____		
2.3.10 Después que su hijo asiste al Centro Infantil. ¿Con quién se queda?					
Abuelos	<input type="checkbox"/>	Empleada Doméstica	<input type="checkbox"/>		
Mamá	<input type="checkbox"/>	Tíos	<input type="checkbox"/>		
Papá	<input type="checkbox"/>	Hermanos mayores	<input type="checkbox"/>		
		Otro:	_____		
2.3.11 ¿Desearía que se extienda el horario de atención del servicio de Centro Infantil?					
Si		<input type="checkbox"/>	No		<input type="checkbox"/>
* Si contestó no fin de la encuesta					
2.3.11.1. Indique. ¿Cuántas Horas le gustaría que se implementen? Y ¿En qué horario?					
_____ Horas		Desde: _____		Hasta: _____	
GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN					

Anexo E: Marca de vehículos**1. Marca del vehículo:****Tabla E Marca de vehículo**

Marca de vehículo		
	Frecuencia	Porcentaje
Chevrolet	105	47,95%
Kia	23	10,50%
Volkswagen	14	6,39%
Nissan	13	5,94%
Hyundai	8	3,65%
Mazda	8	3,65%
Renault	8	3,65%
Toyota	8	3,65%
Suzuki	6	2,74%
Fiat	5	2,28%
Lada	4	1,83%
Peugeot	4	1,83%
Honda	3	1,37%
Citroen	2	0,91%
Ford	2	0,91%
Mitsubishi	2	0,91%
Chrysler	1	0,46%
Cinascar	1	0,46%
Daewoo	1	0,46%
Mercedes	1	0,46%
Total	219	100,00%

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

◆ Todas las marcas de vehículos que se encuentran con otro color fueron agrupadas como otras marcas por representar porcentajes bajos.

Anexo F: Modelo de los vehículos**Tabla F Modelo de vehículo**

Modelo vehículo			Modelo vehículo		
	Frecuencia	Porcentaje		Frecuencia	Porcentaje
Aveo	22	10,05%	Yaris	2	0,91%
Grand Vitara	18	8,22%	Zafira	2	0,91%
Corsa	17	7,76%	308	1	0,46%
Spark	14	6,39%	Allegro	1	0,46%
Sentra	8	3,65%	Astra	1	0,46%
Vitara	8	3,65%	B2200	1	0,46%
Rio	7	3,20%	Captiva	1	0,46%
Gol	6	2,74%	Caravan	1	0,46%
Optra	6	2,74%	Cavalier	1	0,46%
Carens	5	2,28%	Cerato	1	0,46%
Dmax	5	2,28%	Chery	1	0,46%
Golf	4	1,83%	CRV	1	0,46%
Forsa 2	4	1,83%	Escarabajo	1	0,46%
Niva	4	1,83%	Esteen	1	0,46%
206	3	1,37%	Explorer	1	0,46%
Clio	3	1,37%	Hilux	1	0,46%
Corolla	3	1,37%	Jimmy	1	0,46%
Luv	3	1,37%	Kompresor	1	0,46%
Mazda 3	3	1,37%	Logan	1	0,46%
Megane	3	1,37%	Mazda 6	1	0,46%
Palio	3	1,37%	Mille	1	0,46%
Polo	3	1,37%	Nubira	1	0,46%
Santa Fe	3	1,37%	Pathfinder	1	0,46%
Sportage	3	1,37%	Pregio	1	0,46%
X-trail	3	1,37%	Rodeo	1	0,46%
323	2	0,91%	San Remo	1	0,46%
Accent	2	0,91%	Sandero	1	0,46%
Alto	2	0,91%	Scape	1	0,46%
C3	2	0,91%	Sorento	1	0,46%
Carnival	2	0,91%	Terracan	1	0,46%
Civic	2	0,91%	Tiida	1	0,46%
Forsa 1	2	0,91%	Trail Blazer	1	0,46%
Montero	2	0,91%	Uno	1	0,46%
Picanto	2	0,91%	Weekend	1	0,46%
Prado	2	0,91%			
Tucson	2	0,91%			
			Total:	219	100,00%

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011. Elaborado por: Alejandra Bonilla G.

Anexo G: Año del vehículo**Tabla G Año del vehículo**

Año del vehículo		
	Frecuencia	Porcentaje
1964	1	0,46%
1989	2	0,91%
1991	2	0,91%
1992	1	0,46%
1993	2	0,91%
1994	1	0,46%
1995	3	1,37%
1996	3	1,37%
1998	6	2,74%
1999	5	2,28%
2000	9	4,11%
2001	14	6,39%
2002	27	12,33%
2003	14	6,39%
2004	14	6,39%
2005	19	8,68%
2006	19	8,68%
2007	12	5,48%
2008	25	11,42%
2009	21	9,59%
2010	16	7,31%
2011	3	1,37%
Total	219	100,00%

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Anexo H: ¿Por qué no asiste al centro infantil?**Tabla H ¿Por qué no asiste al centro infantil?**

¿Por qué no asiste a un Centro Infantil?		
	Frecuencia	Porcentaje
Muy pequeño	52	32,91%
Cuidado de familiares	18	11,39%
Cuidado madre es mejor	17	10,76%
Presupuesto familiar	14	8,86%
No tiene edad para ingreso	7	4,43%
Temor de los padres	7	4,43%
No consideran necesario	6	3,80%
No se adaptó	5	3,16%
Cuidados especiales	4	2,53%
Distancia del Centro	4	2,53%
Personal no capacitado	4	2,53%
Compartir tiempo niño	3	1,90%
No le toca todavía	3	1,90%
Alimentación	2	1,27%
Desconfianza personal	2	1,27%
Muchos niños	2	1,27%
Se enferman	2	1,27%
Centro no cumple expectativas	1	0,63%
Cuidado amistades	1	0,63%
Descuido de la maestras	1	0,63%
Descuido limpieza centro	1	0,63%
No es obligatorio	1	0,63%
Transporte	1	0,63%
Total	158	100,00%

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

- Considerados como otros.

Anexo I: Razones para la calificación de la importancia de enviar al centro**Infantil****Tabla I Importancia de enviar al centro infantil**

¿Por qué calificaron?		
	Frecuencia	Porcentaje
Adquieran conocimientos	55	26,70%
Estimulación temprana	45	21,84%
Cuidado	27	13,11%
Comparta con niños de su edad	23	11,17%
Socialización	19	9,22%
Jueguen y aprendan	7	3,40%
No es obligatorio	7	3,40%
Muy pequeños	6	2,91%
Sean independientes	6	2,91%
Enseñanza profesionales	2	0,97%
Es lo mismo escuela	2	0,97%
Prepara escuela	2	0,97%
Adquiera experiencias	1	0,49%
Costo	1	0,49%
Enseñanza valores	1	0,49%
Motricidad	1	0,49%
Referencias Hermanos	1	0,49%
Total	206	100,00%

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G



Se agruparon como otros.

Anexo J: Razones por las que sí enviaría al niño al centro desarrollo infantil, aunque tuviera la oportunidad de pasar en casa.

Tabla J Razones por la que sí enviaría al niño al centro infantil

¿Por qué sí enviaría al niño al centro infantil?		
	Frecuencia	Porcentaje
Aprendizaje	41	38,32%
Comparta con niños misma edad	18	16,82%
Desarrollo de habilidades y destrezas	16	14,95%
Estimulación temprana	12	11,21%
Cuidado	5	4,67%
Socialización	4	3,74%
Necesario	3	2,80%
Complementar su educación	1	0,93%
Conviva entorno	2	1,87%
Independencia	2	1,87%
No paciencia	1	0,93%
Pierda timidez	1	0,93%
Prepara escuela	1	0,93%
Total	107	100,00%

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Anexo K: Centros infantiles:**Tabla K Centros infantiles**

Centro infantil que conozca					
Centro infantil	Frecuencia	%	Centro infantil	Frecuencia	%
Gotitas de Amor	48	8,84%	Angelitos Traviesos	3	0,55%
Mi Pequeño Dalcroze	32	5,89%	Gotitas de Miel	3	0,55%
Escaleritas	23	4,24%	Gutemberg	3	0,55%
Plaza Sésamo	23	4,24%	Pequeños Revoltosos	3	0,55%
Kids Valley	21	3,87%	APCH	2	0,37%
Pequeños Parvulitos	21	3,87%	Carita de Ángel	2	0,37%
Carita Feliz	20	3,68%	Creciendo Juntos	2	0,37%
Marietta de Veintimilla	20	3,68%	Development Kids	2	0,37%
Mi Aldea Feliz	20	3,68%	Educuar	2	0,37%
Pequeños Querubines	20	3,68%	Mi Pequeño Travieso	2	0,37%
Tía Silvia	18	3,31%	Ositos Cariñosos	2	0,37%
Ardillitas del Valle	17	3,13%	Ágape	1	0,18%
Gustavo Adolfo Bécquer	15	2,76%	Antares	1	0,18%
Mi Segundo Hogar	14	2,58%	Barney y sus amigos	1	0,18%
Refugio del Sol	14	2,58%	Casita de Chocolate	1	0,18%
Inicios	13	2,39%	CEI	1	0,18%
Mis Momentos Felices	13	2,39%	Copitos de Nieve	1	0,18%
La Pájara Pinta	12	2,21%	Creciendo Felices	1	0,18%
Carmen Gaibor González	11	2,03%	George Mason Center	1	0,18%
Happy World	9	1,66%	Giordano Bruno	1	0,18%
Liceo del Valle	9	1,66%	Gotitas de Esperanza	1	0,18%
Liceo Naval	9	1,66%	Gotitas del Saber	1	0,18%
Mi Pequeño Cooperito	9	1,66%	Jorge Icaza	1	0,18%
Municipal Selva Alegre	9	1,66%	Las Estrellitas Del Mañana	1	0,18%
Caminando Juntos	8	1,47%	Lindos Momentos	1	0,18%
Casita de Juegos	8	1,47%	Montevello	1	0,18%
Emdi	8	1,47%	Mundo Infantil	1	0,18%
Mis Primeras Nociones	8	1,47%	Mundo Mágico	1	0,18%
Londres	6	1,10%	Olivos	1	0,18%
Miguel de Cervantes	6	1,10%	Pekitos	1	0,18%
No Conoce	6	1,10%	Pintando Sonrisas	1	0,18%
San José	6	1,10%	Rincón de Amor	1	0,18%
Little Angels	5	0,92%	SEK	1	0,18%
Arco Iris del Saber	4	0,74%	Sonrisitas	1	0,18%
Iván Pavlov	4	0,74%	Tesoritos	1	0,18%
María Auxiliadora	4	0,74%	Total	543	100,00 %

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

Anexo L: ¿Por qué conocen o desearían inscribir a los niños en esos centros infantiles?

Tabla L ¿Por qué conocen esos servicios?

	Frecuencia	Porcentaje
Referencias familiares	136	25,33%
Recomendaron	108	20,11%
Cercanía	50	9,31%
Costo	34	6,33%
Infraestructura	30	5,59%
Educación	28	5,21%
Referencias Amigos	24	4,47%
Idiomas	20	3,72%
Prestigio	16	2,98%
Buen centro	11	2,05%
Gustó	11	2,05%
Personal	11	2,05%
Publicidad	9	1,68%
Conoce	8	1,49%
Espacio Físico	7	1,30%
Áreas verdes	5	0,93%
Centro Infantil público	5	0,93%
Decoración	3	0,56%
Excelente	3	0,56%
Granja	3	0,56%
Ambiente	2	0,37%
Experiencia	2	0,37%
Limpieza	2	0,37%
Visitó	2	0,37%
Capacidad	1	0,19%
Estimulación temprana	1	0,19%
Hay pocos niños	1	0,19%
Huerto	1	0,19%
Juegos	1	0,19%
Normas	1	0,19%
Talleres	1	0,19%
Total:	537	100,00%

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

● Agrupados como otros

Anexo M: Servicios del centro infantil que buscan a la hora de elegir el mismo.**Tabla M Servicios del centro infantil**

Servicios		
		Porcentaje
Personal capacitado	656	21,93%
Transporte	526	17,58%
Áreas verdes	368	12,30%
Infraestructura	279	9,32%
Estimulación Temprano	249	8,32%
Cerca de la casa	167	5,58%
Horarios flexibles	119	3,98%
Servicio Médico	113	3,78%
Aprendizaje de otro Idioma	95	3,18%
Computación	66	2,21%
Servicio Psicológico	61	2,04%
Centro de Juegos	53	1,77%
Talleres	49	1,64%
Servicio de Alimentación	40	1,34%
Costo de Servicio	31	1,04%
Número de niños por aula	29	0,97%
Cerca del Trabajo	28	0,94%
Natación	24	0,80%
Recomendaron y le gustó	23	0,77%
Su familia tiene a sus hijos ahí	11	0,37%
Filosofía	5	0,17%
Total:	2992	100%

Fuente: Estudio de mercado. Enero 2011

Elaborado por Alejandra Bonilla G

7. BIBLIOGRAFÍA:

- Aake, D., & Joachimsthaler, E. (2005). *Liderazgo de Marca*. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Alegre, J. R. (2002). *Equipamiento y materiales en educación infantil*. Madrid: Editorial Morata.
- Álvarez S. Mercedes. (2010). *El Ordenador Gigante en Educación Infantil*. Chile: Centro Educativo EEI Miguel Hernández.
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Ecuador .
- Asociación Mundial de Educadores Infantiles. (2005). *La Educación de la Primera Infancia, Reto del Siglo XXI*. Mexico: Editorial Trilla .
- Banco Central del Ecuador. (2010). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 7 de Noviembre de 2010, de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Bassedas, E. (2003). *Aprender y enseñar en Educación Infantil* . Madrid: Graó.
- Berenson, M. L., & Levine, D. M. (2006). *Estadística para la Administración y la Economía*. Mexico: Pearson Educación.
- Cadena, D. (s.f.). *Slideshare*. Recuperado el 11 de 11 de 2010, de <http://www.slideshare.net/dannycadena/danny-4507492>
- Campos, A. A. (2005). *Mapas conceptuales, Mapas conceptuales y otras formas de representación del conocimiento*. Bogotá: Editorial Magisterio.
- Cangurcam. (2011). *Cangurcam*. Recuperado el 03 de 01 de 2011, de <http://www.cangurcam.com>
- Chiavenato, I. (2000). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México, D.F: Mc. Graw Hill.
- Ciencia popular . (2010). *Ciencia popular hologramas*. Recuperado el 16 de Noviembre de 2010, de http://www.cienciapopular.com/n/Tecnologia/El_Holograma/El_Holograma.php
- Corporación Líderes. (01 de Enero de 2003). *Corporación Líderes*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2010, de <http://www.elearninglideres.com/>
- De la Mora, J. (2000). *Teorías del Aprendizaje*. México: Cempro.
- Diario de Madrid El mundo. (Junio de 2010). *El mundo*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2010, de <http://www.elmundo.es/elmundo/2010/11/03/ciencia/1288791337.html>
- Diez, E., Martín, F., & Períanez, M. R. (2001). *Administración y Dirección* (Cuarta edición ed.). Madrid: Mc Graw Hil.
- Douglas Hoffman, K., & Bateson, J. (2002). *Fundamentos de Marketing de Servicios* (Segunda edición ed.). Mexico: Thomson.

- Educación 2.0. (23 de 06 de 2010). *Educación 2.0*: . Recuperado el 10 de 11 de 2010, de <http://educacion2.com/3899/smart-table-una-nueva-mesa-interactiva-para-infantil-y-primaria/>
- E-Learning For Kids. (2003). *E-Learning For Kids*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2010, de http://www.e-learningforkids.org/es/es_aboutus.html
- En positivo. (4 de Abril de 2010). *Buenas noticias e ideas que mejoran nuestro mundo*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2010, de <http://www.enpositivo.com/inventan-el-libro-electronico-para-ninos>
- Instituto de la Niñez y la Familia (INFA). (2009). *Resolución Administrativa N° 35-DG-INFA-2009*. Quito: Ministerio de Inclusión Económica y Social.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (INEC). (2006). *Análisis de la población Económicamente activa (PEA) Ecuador*. Quito: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (. I. (2009). *Ecuador: Proyecciones de Población 2010*. Quito: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC.
- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing, Conceptos esenciales* (edición del milenio ed.). Mexico, España: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2005). *Marketing Versión para latinoamérica*. Pearson Educación.
- López Pinto, B. (2001). *La Esencia del Marketing* (Primera edición ed.). Barcelona: Ediciones UPC.
- Lovelock, C., Reynoso, J., & D'andrea, G. (2004). *Administración de Servicios*. Mexico: Pearson Educación.
- Malhotra, N. k. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta edición ed.). México: Pearson Educación.
- Maslow, H. (1999). *Motivación y personalidad*. Madrid: Diaz de Santos .
- MCcartney, K. (2010). *Investigaciones Actuales sobre Efectos de los Jardines Infantiles*. Recuperado el 12 de 10 de 2010, de www.encyclopedia-infantes.com/documents/McCartneyESPxp.pdf
- MIES, M. d. (2009). *Revoluciones MIES estrategias 2009-2012*. Quito.
- Ministerio de Educación. (2007). *Currículum institucional para la educación inicial*. Quito: Ministerio de Educación.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social . (2008). *Decreto Ejecutivo 1170*. Quito: Presidencia de la República del Ecuador.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2003). *Acuerdo Ministerial 1771*. Quito: Ministerio de Inclusión Económica y Social.
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2009). *Acuerdo Ministerial N° 1389*. Quito: Presidencia de la República del Ecuador.

- Morrison, G. S. (2005). *Educación Inicial* (Novena edición ed.). Madrid: Pearson Educación.
- Pete, r. P., & Jerry, O. (2005). *Comportamiento del Consumidor y Estrategia de Marketin* (séptima Edición ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Porter, M. (2002). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Compañía Editorial Continental.
- Pruissen, C. M. (2002). *Cómo iniciar y administrar un jardín infantil*. Bogotá, Colombia: Editorial Norma S.A.
- Red.es . (2006). *Red.es 2006*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2010, de http://dim.pangea.org/docs/Redes_InformePizarrasInteractivas_250506.pdf
- Rivera, J., & De Garcillán, M. (2007). *Dirección de marketing, Fundamentos y aplicaciones*. Madrid: ESIC Editorial.
- Rivera, J., & Rolando, A. (2000). *Conducta del consumidor*. Madrid: Esic editorial.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. I. (2005). *Comportamiento del Consumidor* (Octava edición ed.). Mexico, Neucalpan de Juárez, mexico: Pearson Educacion.
- Secretaria de Estado de Educación. (2008). *Lineamiento Políticos y Organizativos del Nivel Inicial*,. Santo Domingo, República Dominicana: Ministerio de Educación.
- SENPLADES, S. N. (2009). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013: Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural* (Primera edición ed.). Quito: SENPLADES.
- Solomon, M. R. (2008). *Comportamiento del Consumidor* (Séptima edición ed.). Mexico, Mexico: Pearson Educación.
- Uch - RRHH el portal de estudiantes de RRHH. (1 de Agosto de 2008). *El comportamiento del consumidor: Universidad Champagnat*. (U. Champagnat, Productor) Recuperado el 14 de Octubre de 2010, de <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/41/cdcuch.htm#mas-autor>
- UNESCO-OIE. (2006). *Datos Mundiales de Educación ; Sistema Educativo de Honduras*. Honduras: UNESCO-OIE.