



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CPA

*TRABAJO DE GRADO*

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL, EN LA PARROQUIA DE ANDRADE MARÍN, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA.

Previo a la obtención del Título de Ingeniera en

Contabilidad y Auditoría CPA

AUTORA: TITUAÑA G., Laura M.

DIRECTORA: CISNEROS V., Myriam A., Dra.

IBARRA, ABRIL DE 2015

## RESUMEN EJECUTIVO

En nuestra realidad me he dado cuenta que los servicios infantiles es una necesidad enorme para muchos padres con niños menores de 4 años, existe un solo centro de desarrollo infantil ubicado en la parroquia de Andrade Marín motivo por el cual es mi decisión de realizar mi estudio de factibilidad en dicho sector del Cantón Antonio, ante la falta de este tipo de servicios. Ante hay guarderías y centros infantiles que no son todos muy buenos y no son de gran ayuda para los padres que trabajan y no pueden dedicarse totalmente al cuidado del niño. Para poder hacer el cálculo del tamaño de la muestra se tomó en consideración el muestreo aleatorio simple a fin de calcular las posibilidades de variables aleatorias en el tiempo y el espacio; en nuestro caso se encontraron los hogares conformados por una media de niños y niñas 6 meses y 4 años de edad, distribuidos en el sector centro de la parroquia de Andrade Marín, provincia de Imbabura, con una población de 10.000 personas aproximadamente siendo un 24% de la población total del Cantón. El estudio de mercado revela que existe un alto porcentaje de demanda insatisfecha puesto que la única competencia no cuenta con los servicios infantiles básicos, ni ofrece la confianza necesaria para los padres de familia. De ahí nosotros partimos para la creación de una empresa de servicios infantiles que genera puestos de trabajo para mano de obra directa e indirecta. De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio de factibilidad se recomienda crear una empresa de servicios infantiles que ofrezca y genere una gran confianza a los padres de familia, el servicio de cuidado por horas, fiestas infantiles, y de ser necesario dependiendo de la demanda como valor agregado al servicio común el cuidado de los niños los fines de semana. La mayoría de los centros infantiles de la ciudad no cuentan con los servicios necesarios para el cuidado del infante, solo tiene una competencia directa que ofrece estudios de pre básica y atención médica no muy buena, razón por la cual se recomienda crear un centro infantil que ofrezca una gama de servicios diversificados y alternativos para los padres.

## **ABSTRACT**

In our reality we realized that children's services is enormous for many parents with children under five years need, there nurseries and children's centers are not all good and are not helpful for parents who work and cannot totally devoted to child care. To make the calculation of sample size was considered simple random sampling to estimate the chances of random variables in time and space; in our case households made up an average of two children under 4 years, distributed in the center of the parish of Andrade Marín province of Imbabura sector, with a population of 10.000 people found. The market survey reveals that a high percentage of unsatisfied demand since the competition not only has the basic children's services, or offer the confidence to parents. Hence we start to create a company of Child Services generates jobs for direct labor and indirect labor. According to the results of the feasibility study is recommended to create a company of Child Services offering and generate a lot of confidence to parents, care service for hours, parties, and if necessary depending on demand as a value added service to the common care of children on weekends. Most children city centers lack the necessary facilities for the care of the infant, just direct competition that offers studies in basic pre and not very good medical care, which is why it is recommended to create a children's center offer a range of diversified and alternative services for parents.

**AUTORÍA**

Yo, **LAURA MARINA TITUAÑA GUERRA**, portador de cédula de ciudadanía 1001477710, declaro bajo juramento que el trabajo **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL, EN LA PARROQUIA DE ANDRADE MARÍN, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA.”** es de mi autoría; y que no ha sido previamente presentado para ningún otro fin de orden académico o profesional y que los resultados de la investigación que se incluye en este documento son de mi responsabilidad.



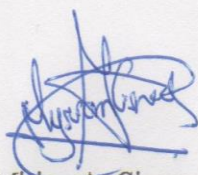
Firma

**CERTIFICADO DEL ASESOR**

En calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada, Sra. Laura Marina Tituaña Guerra, para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA en, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL, EN LA PARROQUIA DE ANDRADE MARÍN, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA.”**

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 31 días del mes de julio de 2014



Dra. Mirian A. Cisneros Vásquez Msc.

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**



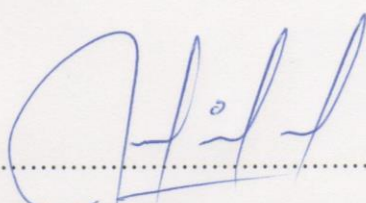


## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, **LAURA MARINA TITUAÑA GUERRA**, con cédula de identidad Nro. **100147751-0**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL, EN LA PARROQUIA DE ANDRADE MARÍN, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 22 días del mes de Abril de 2015

(Firma).....

Nombre: Laura Marina Tituaña Guerra

Cédula: 100147751-0



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	DE	100147751-0	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	TITUAÑA GUERRA LAURA MARINA	
DIRECCIÓN:		AV. RICARDO SÁNCHEZ S/N Y ROCAFUERTE	
EMAIL:		laurita_t2008@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:	062 601 918	TELÉFONO MÓVIL:	0985310571

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL EN LA PARROQUIA DE ANDRADE MARÍN, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR (ES):	TITUAÑA GUERRA LAURA MARINA
FECHA: AAAAMMDD	2015 – 04 – 22
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	ING. EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA
ASESOR /DIRECTOR:	DRA. MYRIAN ALEXANDRA CISNEROS VASQUEZ

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **LAURA MARINA TITUAÑA GUERRA**, con cédula de identidad Nro. 100147751-0, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

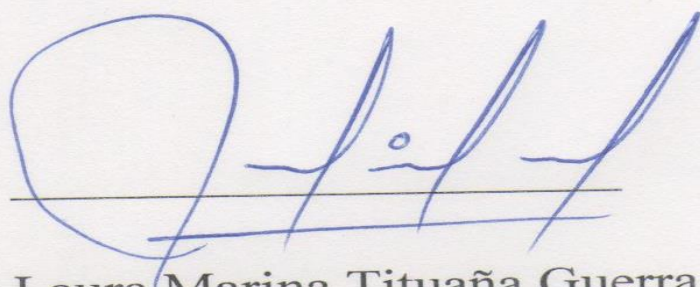
## 3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.



Ibarra, a los 22 días del mes de abril de 2015

**LA AUTORA:**

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized initial 'L' followed by 'M', 'T', and 'G' in a cursive script. The signature is written over a horizontal line.

Laura Marina Tituaña Guerra

C.C.:100147751-0

## DEDICATORIA

*“La vida se divide en cuatro partes: amor, sufrir, luchar y vencer. El que ama sufre, el que sufre lucha y el que lucha vence.”*

*Primero y antes que nada, dar gracias a Dios, por estar con nosotros en cada momento de nuestras vidas, por fortalecer nuestros corazones e iluminar nuestras mentes y por haber puesto en nuestro camino a aquellas personas que han sido un soporte, compañía durante todo el periodo de estudio, este trabajo ha requerido de esfuerzo y mucha dedicación.*

*Este trabajo fue realizado con dedicación y esfuerzo por el amor que le tenemos a la carrera que elegimos.*

## AGRADECIMIENTO

*Agradecemos a Dios por habernos regalado el don de la vida, por permitirnos tener conocimiento de él, además el darnos la oportunidad de desarrollarnos como personas, a la Universidad Técnica del Norte que nos abrió sus puertas para iniciar una nueva etapa en nuestras vidas en busca de una natural superación y a los que de alguna u otra forma participaron en nuestros crecimientos tanto espiritual, humano y profesionales.*

*A todos los maestros por impartirnos sus conocimientos que nos sirvieron como aporte fundamental para la realización del presente proyecto, que demostraron un gran profesionalismo y paciencia al impartir sus conocimientos, de manera especial a la Dra. **MIRIAM CISNEROS**, un profundo agradecimiento por sus extraordinarias orientaciones, paciencia, dedicación de su tiempo y su asesoría en este proyecto.*

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
ABSTRACT.....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICADO DEL ASESOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIAS.....	viii
DEDICATORIA.....	x
AGRADECIMIENTO.....	xi
ÍNDICE GENERAL.....	xii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xx
INTRODUCCIÓN.....	xxiii
OBJETIVOS.....	xxiv
OBJETIVO GENERAL.....	xxiv
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	xxiv
JUSTIFICACIÓN.....	xxv
ORGANIZACIÓN METODOLOGÍA.....	xxvi
MÉTODO INDUCTIVO.....	xxvi
MÉTODO DEDUCTIVO.....	xxvi
MÉTODO ANALÍTICO.....	xxvi
CAPÍTULO I.....	27
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	27
Antecedentes del diagnóstico.....	27
Ubicación geográfica.....	28
Límites.....	28
Superficie.....	29
Clima.....	29

Geomorfología .....	29
Datos socio-demográficos.....	30
Actividades económicas.....	32
Población económicamente activa PEA .....	32
Industrias manufactureras .....	33
Agricultura, ganadería.....	34
Comercio al por mayor y menor .....	34
Objetivos del diagnóstico.....	35
Objetivo general.....	35
Variables diagnósticas .....	35
Indicadores.....	36
Matriz de la relación diagnóstica .....	37
Análisis del entorno .....	37
Aliados .....	37
Oponentes .....	38
Riesgo .....	38
Oportunidades .....	38
Identificación de la oportunidad de Inversión .....	39
CAPÍTULO II.....	40
MARCO TEÓRICO.....	40
Empresa.....	40
Clasificación .....	40
Estudio de mercado.....	44
Mercado .....	44
Mercado meta.....	44
Segmento de mercado .....	45
Producto .....	45
Demanda .....	45
Demanda insatisfecha .....	45
Oferta .....	46
Precio .....	46
Comercialización .....	47
Distribución.....	47
Publicidad .....	47

Estudio técnico de ingeniería del proyecto .....	47
Tamaño del proyecto.....	48
Localización del proyecto .....	48
Ingeniería del proyecto .....	49
Estudio financiero .....	49
Capital de trabajo .....	49
Ingresos .....	50
Egresos.....	50
Costos.....	50
Estados financieros .....	53
Indicadores de evaluación financiera.....	53
Estructura organizacional.....	55
Propuesta administrativa.....	55
Objetivos de la empresa .....	56
Políticas institucionales.....	56
Estructura organizacional.....	57
Estructura funcional .....	57
Impactos.....	57
CAPÍTULO III.....	58
ESTUDIO DE MERCADO .....	58
Objetivos del estudio de mercado .....	59
Segmentación de mercado .....	59
Identificación de la población y muestra investigadas .....	60
Características .....	61
Productos o servicio sustitutos.....	62
Normativa sanitaria, técnica y comercial.....	62
La normativa técnica.....	63
Componentes de calidad .....	64
Consumidor del productor de servicios .....	64
Estructura del mercado .....	64
Investigación.....	65
Segmentación.....	65
Marco muestra o universo.....	70
Tamaño de la muestra .....	70

Metodología de la investigación de campo.....	71
Diseño del instrumento de investigación .....	71
Levantamiento y tabulación de la investigación.....	75
Encuesta dirigida a los usuarios de los centros de desarrollo infantil.....	76
Análisis de la oferta .....	86
Comportamiento histórico .....	87
Demanda actual.....	87
Proyección de la oferta.....	88
Análisis de la demanda .....	89
Factores que la afectan.....	89
Comportamiento histórico .....	89
Proyección de la demanda .....	91
Análisis de la demanda insatisfecha .....	91
Estimación de la demanda para el centro (proyección para cada servicio) .....	91
CAPÍTULO IV.....	93
ESTUDIO TÉCNICO .....	93
Localización.....	93
Macro localización.....	94
Micro localización .....	95
Factores de localización.....	96
Capacidad instalada .....	97
Marca .....	98
Requerimientos del proyecto .....	100
Flujo del proceso de servicio .....	106
Análisis ambiental.....	108
Organización del centro infantil.....	109
Constitución legal del centro infantil.....	109
Estructura organizacional del centro infantil .....	116
Organigrama estructural.....	116
Perfiles de los cargos .....	117
CAPÍTULO V.....	118
ESTUDIO FINANCIERO .....	118
Financiero .....	118
Planilla de Inversión a realizarse en el proyecto.....	118



Estudio económico.....	121
Análisis de rentabilidad.....	121
Inversiones previas a la puesta en marcha .....	121
Valor actual neto .....	121
Tasa interna de retorno.....	122
Punto de equilibrio.....	123
Periodo de recuperación del capital .....	124
Relación beneficio / costo .....	125
<b>CAPÍTULO VI.....</b>	<b>128</b>
<b>PROPUESTA ESTRATEGICA .....</b>	<b>128</b>
La empresa .....	128
Nombre o razón social .....	128
Titularidad de propiedad de la empresa .....	128
Tipo de Empresa (Sector actividad).....	129
Base filosófica.....	129
Misión .....	129
Visión.....	130
Principios y valores.....	130
La organización.....	132
Organigrama estructural.....	132
Descripción de funciones .....	133
Estrategias de comercialización .....	133
Estrategias empresariales .....	138
<b>CAPÍTULO VII .....</b>	<b>139</b>
<b>IMPACTOS DEL PROYECTO .....</b>	<b>139</b>
Impacto social .....	140
Impacto económico .....	141
Impacto ambiental.....	142
Impacto cultural-educativo .....	143
Impacto tecnológico.....	144
Impacto general del proyecto.....	145
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>146</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>146</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>149</b>

BIBLIOGRAFÍA .....	151
LINKOGRAFÍA .....	153
ANEXOS .....	154
ANEXO A Encuesta dirigida a los usuarios de los centros infantiles .....	155
ANEXOS B: Fotografías de como diseñaremos nuestro centro .....	158

## ÍNDICE DE CUADROS

1. Población de las parroquias .....	29
2. Sector urbano y rural.....	30
3. Población por etnias .....	30
4. Población por géneros.....	31
5. Servicios básicos.....	31
6. Población económicamente activa del cantón .....	32
7. Sectores económicos.....	33
8. Matriz de la relación diagnóstica .....	37
9. Clasificación de empresas según la magnitud .....	42
10. Segmentación de mercado .....	60
11. Edad de los encuestados.....	76
12. Nivel de ingresos.....	77
13. Edades de los niños .....	78
14. Cuidado de los hijos.....	79
15. Razón de la matricula.....	80
16. Pago por cuidados .....	81
17. Servicios del centro infantil .....	82
18. Horario de Atención del Centro.....	83
19. Servicios del Centro de Desarrollo Infantil .....	84
20. Recepción de publicidad .....	85
21. Proyección de la oferta.....	88
22. Salarios en El Cantón Antonio Ante.....	90
23. Estimación de la demanda por rubro de servicio .....	92
24. Inversión de los Socios .....	100
25. Cocina y limpieza .....	101
26. Muebles y enseres .....	102
27. Menaje.....	103
28. Gastos de Constitución .....	104
29. Sueldos.....	104
30. Fondos de Reserva .....	105
31. Servicios básicos.....	105
32. Perfiles .....	117

33. Inversión a realizarse en el proyecto.....	118
34. Porcentaje de depreciación .....	119
35. Proyección de salarios y cargas sociales mensuales .....	119
36. Proyección e gastos por sueldos y salarios en los 5 años .....	120
37. Proyección de ventas mensuales .....	120
38. Balance de Arranque.....	121
39. Valor actual neto .....	122
40. Punto de equilibrio .....	123
41. Período de recuperación de la inversión .....	125
42. Relación beneficio/costo .....	126
43. Descripción de funciones.....	133
44. Canal directo .....	135
45. Presupuesto para la estrategia de medios y promoción .....	137
46. Niveles de impacto.....	139
47. Indicador del impacto social .....	140
48. Indicador del impacto económico .....	141
49. Indicador del impacto ambiental.....	142
50. Impacto cultural educativo.....	143
51. Impacto tecnológico.....	144
52. Impacto general del proyecto.....	145

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Ubicación geográfica .....	28
2. Edad de los encuestados.....	76
3. Nivel de ingresos.....	77
4. Edades de los niños .....	78
5. Edades de los niños .....	79
6. Razón de la matrícula.....	80
7. Pago por cuidados .....	81
8. Servicios del centro infantil .....	82
9. Horario de Atención del Centro .....	83
10. Servicios del Centro de Desarrollo Infantil .....	84
11. Recepción de publicidad .....	85
12. Proyección de la oferta.....	88
13. Localización (Mapa en los Anexos) otorgado por el Municipio de Antonio Ante.....	93
14. Macrolocalización del Cantón Antonio Ante .....	95
15. Factores de localización .....	97
16. Logotipo del centro de desarrollo infantil.....	99
17. Proceso de servicio regular .....	107
18. Organigrama estructural de la guardería.....	117
19. Punto de equilibrio .....	124
20. Organigrama estructural.....	132

## PRESENTACIÓN

La presente investigación, denominada: Estudio de factibilidad para la creación de un centro de desarrollo infantil en la parroquia de Andrade Marín cantón Antonio Ante provincia de Imbabura, ha sido desarrollado bajo la modalidad de Proyecto, la cual consta de siete capítulos los mismos que contienen material recogido, analizado y elaborado, siguiendo una secuencia lógica y ordenada.

En el primer capítulo se desarrolló el Diagnóstico Situacional, que tuvo la finalidad de caracterizar el área de influencia del proyecto a implantarse, en aspectos tales como: antecedentes históricos, aspectos geográficos, caracterización demográfica de la parroquia, situación socio-económica, producción y comercialización. Luego de realizar el diagnóstico situacional se llegó al problema de diagnóstico

En el segundo capítulo se profundizó la investigación documental la cual se hace referencia a través de conceptos y teorías referentes a la temática del trabajo como por ejemplo la empresa, mercadotecnia, fundamentos administrativos, contables, y evaluadores financieros, los cuales ayudaran de una mejor manera para el entendimiento del tema a desarrollarse.

El capítulo tres corresponde al Estudio de mercado, previamente se establecido una muestra poblacional para realizar una investigación de campo, mediante la aplicación de encuestas dirigidas a determinar los consumidores de este tipo de servicio, lo cual permitirá identificar los requerimientos y expectativas de cada uno de ellos, estableciendo un servicio a ofertar, sus características, mechado meta, análisis y proyección de la oferta y demanda.

El cuarto capítulo corresponde al Estudio Técnico, comprende la macro y micro localización del proyecto, la ubicación de la empresa, diseño y distribución de las instalaciones, diagramas

y flujo gramas de precisó, pronóstico de ventas y el requerimiento de mano de obra, la valoración de inversiones fijas y su financiamiento.

El quinto capítulo, se registran todas las especificaciones necesarias para el funcionamiento de la empresa como son activos fijos, talento humano, inversiones, presupuesto de ingresos, costos y gastos y el respectivo análisis financiero para determinar si el proyecto es o no viable.

Además se analizará la ventaja económica que brindará el proyecto.

En tanto que, en el sexto capítulo se diseña la Estructura Organizacional que tendrá la empresa, en la que constan aspectos de planificación estratégica como la misión, visión, principios y valores, objetivos, estrategias, políticas, organigrama estructural lo cual servirá de mucha ayuda para la correcta organización de la empresa.

El séptimo capítulo se redacta los impactos que generará el proyecto en los ámbitos: social, ambiental, económico, cultural educativo, tecnológico, e impacto general del proyecto con sus respectivas conclusiones.



## INTRODUCCIÓN

La parroquia de Andrade Marín a lo largo del tiempo se ha caracterizado por ser un referente de acoger a gente trabajadora pujante en la economía del norte del país, especialmente de la provincia de Imbabura.

Nuestro país se encuentra en un medio geográfico y natural privilegiado, es eminentemente agrícola, pecuario, minero, artesanal y de gran legado cultural que garantiza una producción diversificada.

La importancia de crear un centro de desarrollo infantil en la parroquia radica en la necesidad de los padres de familia con hijos menores de cero a tres años no tiene un lugar apropiado para su cuidado. El mismo que les proporcionará confianza.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro de desarrollo infantil en la parroquia de Andrade Marina, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico situacional en el cual demuestre las variables que podemos encontrar en el proyecto mediante un análisis AOR
- Efectuar un marco teórico para contar con las bases bibliográficas en todos los temas analizados en la investigación.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del producto.
- Establecer un estudio técnico en cuanto a la macro y micro localización del centro de desarrollo infantil con la finalidad de poder definir la mejor estrategia de llegar a nuestros consumidores de nuestro servicio.
- Realizar un estudio económico y financiero con el fin de determinar si el proyecto es sustentable mediante indicadores financieros como la TIR y el VAN.
- Elaborar una estructura organizacional con el fin de determinar parámetros importantes dentro de la creación del centro de desarrollo infantil, mediante una estructura organizacional detallada en cuanto a visión, misión valores y principios establecidos en la organización.
- Establecer los impactos que se generarán con el desarrollo y aplicación del proyecto a implantarse, en los aspectos: social, económico, ambiental, cultural-educativo, y tecnológico.

## JUSTIFICACIÓN

Es importante mencionar que con la creación del centro de desarrollo infantil se atenderá a la población más vulnerable de la parroquia comprendida entre las edades de cero a tres años de edad.

Por esta razón el tema antes expuesto es factible llevarlo a cabo debido a que se cuenta con todos los recursos tanto humanos como técnicos permitiendo profundizar su estudio.

Cabe indicar que los principales beneficiarios serán los niños de la parroquia y sus padres ya que con la creación del centro tendrán a donde dejar a sus niños mientras ellos trabajan.

Este tema es de mucho interés en la parroquia debido a que existe un solo centro infantil del estado y no se abastece para cubrir la demanda de los menores.

El estudio es original ya que no se han realizado una investigación de este tipo en la parroquia de Andrade Marín, por lo que es factible la realización del mismo.

## **ORGANIZACIÓN METODOLOGÍA**

### **MÉTODO INDUCTIVO**

Este método se utilizará para plantear hipótesis es lo particular como son las encuestas para llegar a las afirmaciones generales, con el fin de llegar a los resultados buscando el verdadero origen de la problemática que se trata de solucionar con la creación de este proyecto.

### **MÉTODO DEDUCTIVO**

Implica partir de una síntesis para llegar al mejor análisis de los fenómenos a los cual nosotros vamos estar relacionados, es por eso que se debe utilizar desde el planteamiento del problema mediante técnicas como el fichaje, la experiencia sobre todo ayudará al desarrollo del tema. A este método se debe aplicar la técnica de encuesta con el fin de analizar las aplicaciones realizadas a los encuestados, comprobando la validez de sus respuestas y así dar la solución a los problemas encontrados.

### **MÉTODO ANALÍTICO**

A este método se utilizará la técnica del fichaje con la cual recopilamos información sobre el problema así como también del servicio en sí, para que de esta forma el proyecto que está siendo analizado sea mucho más conciso en temas de suma importancia en la investigación, analizando cada una de las partes por las que está compuesta y de esta manera explicar las causas de los problemas.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Antecedentes del diagnóstico**

Siendo la parroquia de Francisco Andrade Marín parte del Cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura.

Francisco Andrade Marín, parroquia urbana del Cantón Antonio Ante, cuna de gente trabajadora, población progresista desde la creación de la “Fábrica Textil Imbabura” en (1923), fue sin lugar a dudas, el centro manufacturero más importante en la provincia de Imbabura y el Cantón Antonio Ante por cuanto dio vida y prosperidad a nuestros pueblos incipientes.

Hoy en la actualidad la parroquia de Francisco Andrade Marín con su población de 11.000 habitantes aproximadamente (24% de la población del cantón).

La falta de Centros de Desarrollo Infantil, en la localidad me he visto en la necesidad de la creación de un nuevo centro para dar confianza a los padres y madres de familia trabajadores de la parroquia, centro que acogerá a niños/as entre las edades de cero a tres años brindándoles un cuidado especial para en desarrollo integral de todas sus habilidades en su formación.

Existiendo en la parroquia un solo Centro de Desarrollo Infantil del estado, el cual alberga a 40 niños en las edades ante mencionadas.

## 1.2. Ubicación geográfica

La parroquia de Francisco Andrade Marín como parte del Cantón Antonio Ante está ubicada casi en el centro de la Hoya del Cita, a 12 Km. Al suroeste de Ibarra provincia de Imbabura, y a 120 Km. Al norte de Quito, la capital de la República del Ecuador; es parte de la llanura situada en las faldas noroccidentales del cerro Imbabura (4560 msnm).

Límites: los límites son: al Norte Atuntaqui y Natabuela; al Sur San Roque; Al Este Natabuela y el Cerro Imbabura; y, al Oeste Atuntaqui y San Roque.

### Gráfico 1:

#### Ubicación geográfica



### 1.2.1. Límites

- a) Norte: Provincia del Carchi
- b) Sur: Provincia de Pichincha

c) Este: Provincia de Sucumbíos

d) Oeste: Provincia de Esmeraldas

### 1.2.2 Superficie

El Cantón Antonio Ante tiene una extensión de 83.10 km cuadrados. Está conformado por una franja que se extiende de este a oeste. Con una población aproximada de 43.518 habitantes según el último censo del año 2010.

### 1.2.3 Clima

Su clima es mediterráneo-templado seco o sub-andino de valles. Su temperatura oscila entre 12° y los 25° Celsius, en días calurosos. Se encuentra a una altitud de 2360 m. sobre el nivel del mar.

### 1.2.4 Geomorfología

El Cantón Antonio Ante está conformado por: Atuntaqui (parroquia Urbana y cabecera cantonal), Imbaya, San Roque, San Francisco de Natabuela, y San José de Chaltura.

#### *Cuadro 1:*

#### *Población de las parroquias*

Parroquia	Urbano	Rural	Total
Atuntaqui	21.286	2.013	23.299
Imbaya		1.279	1.279
San Francisco de Natabuela		5.651	5.651
San José de Chaltura		3.147	3.147
San Roque		101.142	10.142
<b>TOTAL</b>	<b>21.283</b>	<b>22.232</b>	<b>43.518</b>

Fuente: INEC, Censo año 2010

Elaborado por: La Autora



### 1.3 Datos socio-demográficos

La población mestiza está concentrada en su cabecera cantonal Atuntaqui, y en las zonas urbanas de las parroquias, mientras que la población indígena se encuentra ubicada en las zonas aledañas de las parroquias, exclusivamente en el sector de San Roque y Natabuela.

#### *Cuadro 2:*

##### *Sector urbano y rural*

Sector	Porcentaje %	N° de habitantes
Urbano	48.91	21.286
Rural	51.09	22.232
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>43.518</b>

Fuente: INEC, Censo año 2010

Elaborado por: Autora

En el cantón Antonio Ante, según datos estadísticos del INEC podemos observar dos sectores: Urbano con 21.286 habitantes y rural con 22.232 habitantes lo que nos da una población total del cantón de 43.518, de los cuales la mayoría se encuentra asentada en el sector rural.

#### *Cuadro 3:*

##### *Población por etnias*

Etnias	Hombre	Mujer	Total
Indígena	3.739	4.015	7.754
Afroecuatoriano/a	212	194	406
Negro/a	40	35	75
Mulato/a	174	113	287
Montubio/a	49	48	97
Mestizo/a	16.289	17.476	33.765
Blanco/a	550	557	1.107
Otro/a	16	11	27
<b>Total</b>	<b>21.039</b>	<b>22.449</b>	<b>43.518</b>

Fuente: INEC, Censo año 2010

Elaborado por: Autora

En el cantón Antonio Ante según los datos estadísticos del INEC podemos observar la mayor población es la mestiza con un total de 33765, seguida por la indígena con un total de 7754, la blanca con una población de 550, la Afroecuatoriano/a con una población de 212, etc.

**Cuadro 4:**

***Población por géneros***

Genero	Urbano	Rural	Total
Masculino	<b>10.305</b>	<b>10.764</b>	21.069
Femenino	<b>10.981</b>	<b>11.468</b>	22.449
<b>Total</b>	<b>21.286</b>	<b>22.232</b>	<b>43.518</b>

Fuente: INEC, Censo año 2010

Elaborado por: Autora

La población del cantón Antonio Ante está distribuida por géneros: el género masculino posee en total 21.069 hab., y el género femenino posee un total de 22.449 habitantes.

**Cuadro 5:**

***Servicios básicos***

Servicios	Cobertura Total
Electricidad	97,80%
Agua Potable	85,10%
Alcantarillado	79,40%
Recolección de Basura	89,20%

Fuente: INEC, Censo año 2010

Elaborado por: Autora

Los servicios básicos de electricidad y recolección de basura ocupan un porcentaje máximo de cobertura seguido por agua potable y alcantarillado siendo prioridad para la municipalidad de Antonio Ante.

## 1.4 Actividades económicas

### 1.4.1 Población económicamente activa PEA

En el cantón Antonio Ante este es el indicador que corresponde a la población que participa en la producción de bienes y servicios, integrando grupos económicos específicos que se describe en el siguiente cuadro.

#### *Cuadro 6:*

#### *Población económicamente activa del cantón*

Parroquia	Hombre	Mujer	PEA
Atuntaqui	6.011	4.853	10.864
Imbaya	373	182	555
San Francisco de Natabuela	1.507	1.029	2.536
San José de Chaltura	789	542	1.331
San roque	2.300	1.388	3.688
<b>Total</b>	<b>10.890</b>	<b>7.994</b>	<b>18.974</b>

Fuente: INEC, Censo año 2010

Elaborado por: Autora

Los sectores económicos que predominan en el Cantón Antonio Ante con un número significativo de la Población Económicamente Activa, son los que a continuación presentamos en el siguiente cuadro por sectores económica donde observamos que las Industrias Manufactureras se encuentran en primer lugar, seguido por la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, en tercer lugar encontramos al comercio al por mayor y menor, la construcción:

**Cuadro 7:****Sectores económicos**

Sector económico	N°
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	3038
Explotación de minas y canteras	26
Industrias manufactureras	5323
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	26
Distribución de agua alcantarillado y gestión de desechos	28
Construcción	1510
Comercio al por mayor y menor	2685
Transporte y almacenamiento	799
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	521
Información y comunicación	142
Actividades financieras y de seguros	124
Actividades Inmobiliarias	9
Actividades profesionales, científicas y técnicas	197
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	280
Administración pública y defensa	624
Enseñanza	744
Actividades de atención de la salud humana	412
Artes entretenimiento y recreación	46
Otras actividades de servicio	261
Actividades de los hogares como empleadores	543
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	5
No declarado	1171
Trabajador nuevo	471
<b>Total</b>	<b>19015</b>

Fuente: INEC, Censo año 2010

Elaborado por: Autora

**1.4.2 Industrias manufactureras**

En el sector urbano del cantón Antonio Ante se puede destacar que las industrias manufactureras son las más sobresalientes, por su dedicación a la confección de una variedad de prendas de vestir como: calentadores, sacos de lana, camisetas, medias deportivas, pijamas., etc. También podemos resaltar en San Roque una gran parte de su población se dedica a la confección de prendas de vestir bordadas las cuales son muy cotizadas en el exterior.

La producción del Cantón es consumida por todo el norte del país, y la parte sur de Colombia, destacándose las ferias de las industrias que se realizan en diferentes fechas a lo largo de todo un año, en sus feriados.

Para que la población del Cantón Antonio Ante se dedique a la confección, data desde la existencia de la ex - fábrica Textil Imbabura, que hoy es considerada patrimonio cultural del Ecuador, en la cual se elaborada algunas clases de telas muy útiles para la confección de distintas prendas de vestir.

### **1.4.3 Agricultura, ganadería**

La agricultura y ganadería está localizada en las zonas Imbaya, Chaltura en Natabuela entre los principales productos del sector podemos citar: maíz, morocho, trigo, cebada, habas entre otros, podemos decir que en los últimos años existen plantaciones de flores como rosas y claveles.

La mayor parte de los productos son consumidos por el mercado local.

### **1.4.4 Comercio al por mayor y menor**

Las mismas fabricas manufactureras, son las encargadas de vender al por mayor y menor sus productos, los mismos que tienen una buena aceptación por las provincias de: Imbabura, Carchi y Pichincha, existen productos que salen fuera del país como es para Colombia y por el sur llegan los sacos de lana hasta la Argentina.

## **1.5 Objetivos del diagnóstico**

### **1.5.1 Objetivo general**

Realizar un diagnóstico situacional para la creación del Centro de Desarrollo infantil en la parroquia de Andrade Marín, Cantón Antonio Ante, mediante la matriz AOOD, Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos en el proyecto.

#### **a.- Objetivos específicos**

- Establecer los antecedentes históricos del Cantón Antonio Ante y la parroquia de Andrade Marín.
- Determinar la ubicación geográfica del área a investigarse.
- Analizar los aspectos socio demográfico del área de influencia del proyecto a crear.
- Realizar un análisis del entorno con el fin de determinar aliados, oponentes oportunidades y riesgos que tendría en centro infantil.

### **1.5.2 Variables diagnósticas**

Con la finalidad de brindar un mejor entendimiento y análisis se han identificado las principales variables con sus respectivos indicadores que a continuación detallamos:

- a) Antecedentes Históricos
- b) Caracterización
- c) Aspectos geográficos
- d) Situación socio-económica

### **1.5.3 Indicadores**

#### **a.- Variable: Antecedentes históricos**

1. Datos
2. Personajes
3. Fechas

#### **b.- Variable: Aspectos geográficos**

1. Ubicación geográfica
2. Límites
3. Superficie
4. Clima

#### **c.- Variable: Caracterización geográfica**

1. Estadísticas
2. Grupos de edad
3. Género

#### **d.- Variable: Situación socio-económica**

1. Industria
2. Producción
3. Agricultura
4. Comercio

## 1.6 Matriz de la relación diagnóstica

*Cuadro 8:*

*Matriz de la relación diagnóstica*

Objetivos	VARIABLES	Indicadores	Instrumentos	Fuente de Información
<b>Establecer los antecedentes históricos de la parroquia de Andrade Marín.</b>	Antecedentes Históricos	-Datos históricos	-Textos	Secundaria
		-Personajes	- Revistas	
		-Fechas	- Monografías	
<b>Determinar la ubicación geográfica del área a investigarse</b>	-Aspectos geográficos	Ubicación geográfica	Bibliográfica	Secundaria
		Límites	Bibliográfica	
		Superficie	Bibliográfica	
		Clima	Bibliográfica	
<b>Analizar los aspectos socio demográfico del área de influencia del proyecto a crear.</b>	Caracterización demográfica	Estadísticas	Bibliográfica	Secundaria
		Grupos de edad	Bibliográfica	
		Género	Bibliográfica	
<b>Realizar un análisis del entorno con el fin de determinar aliados, oponentes oportunidades y riesgos que tendría en centro infantil.</b>	Situación socioeconómica	Industria	Bibliográfica	Secundaria
		Producción	Bibliográfica	
		Agricultura	Bibliográfica	
		Comercio	Bibliográfica	

Fuente: Formulación de objetivos, variables e indicadores

Elaborado por: Autora

## 1.7 Análisis del entorno

### 1.7.1 Aliados

- Alimentación no adecuada
- Crecimiento de la población infantil
- Falta de atención oportuna
- Muertes por falta de cuidado
- Nuevas tendencias en los hogares para el cuidado de los infantes



- Existencia de centros de cuidado infantil estatales

### **1.7.2 Oponentes**

- Resistencia por parte de los centros infantiles ya existentes para la creación de nuevos centros
- Falta de Cultura de los padres a la formación de sus hijos en el cuidado infantil
- Desconocimiento de la existencia de centros infantiles en el sector
- Los costos del cuidado infantil en los centros existentes
- Aspectos legales

### **1.7.3 Riesgo**

- Ausencia de créditos para los centros infantiles
- Tasa de interés altas
- Políticas inadecuadas para la socialización de los centros infantiles
- Carencia de un sistema de control de gestión administrativa
- Variabilidad de los costos
- Competencia desleal

### **1.7.4 Oportunidades**

- Políticas de Estado para la protección infantil
- Existencia de centros para la capacitación de centros infantiles
- Vigencia de la ley de protección a menores
- Existencia de Centros de formación académica en el cuidado infantil

### **1.8. Identificación de la oportunidad de Inversión**

En el Ecuador a pesar de existir varios con centros infantiles del estado en todas las provincias del país, para cierto grupo de habitantes es necesaria la creación de más centros infantiles personalizados para que sus hijos tengan mejor orientación en sus edades tempranas.

## CAPÍTULO II

### 2 MARCO TEÓRICO

En esta parte del estudio se analiza el estado de la investigación sobre algunos aspectos los cuales son de gran importancia dentro de la investigación a realizarse. Se han tomado citas bibliográficas con el fin a aportar de una manera más correcta el tema de estudio.

#### 2.1 Empresa

*Según Flor (2006) se define a la empresa como: “Un organismo dotado de medios materiales propios que asumiendo patrimonialmente un riesgo, hace actuar graduada y sistemáticamente aquellos medios considerados necesarios para el logro de un propósito, generalmente lucrativo, sea cualquiera el objeto o la materia a que su actividad aplique”. Pág. 58.*

Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos trabajo, tierra y capital.

##### 2.1.1 Clasificación

###### a.- Según su actividad

**García J. (2008)**, *las empresas pueden clasificarse de acuerdo a su actividad o giro. Se subdividen de la siguiente manera: Pág. 17*

**Industriales:** la actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación y/o extracción de materias primas. Se clasifican en:

- **Extractivas:** se dedican a la extracción de recursos naturales, ya sea renovable o no renovable.
- **Manufactureras:** transforman las materias primas en productos terminados y pueden ser productoras de bienes de consumo final o de producción.
- **Agropecuarias:** su función es la explotación de la agricultura y la ganadería.

**b.- Comerciales:** son intermediarios entre el productor y el consumidor, su función primordial es la compra - venta de productos terminados. Se pueden clasificar en:

- **Mayoristas:** son aquellas que efectúan ventas en gran escala a otras empresas tanto al menudeo como al detalle.
- **Menudeo:** comercializan productos tanto en grandes cantidades como por unidad ya sea para su reventa o para uso del consumidor final.
- **Minoristas o Detallistas:** ofertan productos en pequeñas cantidades al consumidor final.
- **Comisionistas:** se dedican a la venta de mercancías que los productores dan en consignación, percibiendo por esta función una ganancia o comisión.

**c.- Servicios:** brindan servicio a la comunidad y pueden tener o no, fines lucrativos. Se pueden clasificar en:

- Servicios públicos varios
- Servicios privados varios
- Transporte
- Turismo
- Instituciones financieras
- Educación
- Salubridad

- Finanzas y seguros

#### d.- Según la forma jurídica

En el Ecuador según la **Ley de Compañías en su Art. número 2** hay cinco especies de compañías que constituyen personas jurídicas: Pág. 1

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y
- La compañía de economía mixta.

#### e.- Según la magnitud

*La Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha (2010) clasifica a las empresas considerando dos de las siguientes variables: el número de empleados efectivos, el valor bruto de las ventas anuales y el valor de los activos totales. La clasificación de acuerdo a la Cámara de la pequeña Industria de Pichincha se resume en el siguiente cuadro:*

#### Cuadro 9:

##### Clasificación de empresas según la magnitud

Descripción	Número de empleados	Valor bruto de ventas anuales(USD)	Valor activos totales(USD)
<b>Micro</b>	De 1 a 9	Hasta 100 000	Menor a 100 000
<b>Pequeñas</b>	De 10 a 49	Hasta 1'000 000	De 100 001 a 750 000
<b>Medianas</b>	De 50 a 199	De 1'000 001 a 5'000 000	De 750 001 a 4'000 000
<b>Grandes</b>	De 200 en adelante	Mayor a 5'000 000	Mayor a 4'000 000

Fuente: Cámara de la pequeña Industria de Pichincha. Pequeña Empresa y Mediana Empresa.  
Elaborado por: Autora

## **- Pequeñas y medianas empresas**

A las PYMES se las define según **Paredes K. (2007) como:** *“Un conjunto de pequeñas y medianas empresas que se miden de acuerdo al volumen de ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos”*

[www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10536/2/CAPITULO%201.doc](http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/10536/2/CAPITULO%201.doc)

Se las considera como una organización económica donde se combinan los factores productivos (naturaleza, trabajo y capital) para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción.

## **- Microempresa**

*El Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad, (2006) define como Microempresa a: “Una organización económica de hecho, administrada por una o más personas que aplican autogestión, con un máximo de 10 empleados y un capital de trabajo que puede ser menor a \$20.000 (veinte mil dólares), sin contar edificios y terrenos.” Pág. 7*

Se considera una microempresa aquella que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios\*.

## **- Las guarderías**

Las guarderías tienen su origen en Europa en el siglo XIX como respuesta al incremento de trabajo de las mujeres en la industria. El primer nombre conocido por su actividad es este campo fue del filántropo Francés Jean Baptiste Fermín Marbeau, quien en 1846 fundó el

Crèche (del francés cuna), con el objeto de cuidar los niños. En muy poco tiempo las guarderías aparecieron en numerosas partes de Francia y en otros países europeos.

## 2.2 Estudio de mercado

### 2.2.1 Mercado

**Córdova M. (2006):** *“Mercado es el área en el cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y por lo tanto, la cantidad de la transacciones que se vayan a realizar”*. Pág. 47.

Es un lugar donde se encuentran vendedores y compradores de productos los cuales tienen un valor para la transacción económica, el mercado está manejado por la oferta y la demanda para la determinación del valor económico de las mercancías y servicios, cuando existe mucha oferta de los productos o servicios y poca demanda el precio baja y cuando existe poca oferta y mayor demanda los precios tienden a la alza.

### 2.2.2. Mercado meta

**Kotler, Philip y Armstrong, Gary (2007:1)** consideran: *un mercado meta "consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir"*.

**Stanton, Etzel Y Walker (2007:2)**, definen: *el mercado meta como "el segmento de mercado al que una empresa dirige su programa de marketing"*.

Puedo concluir que: Es el mercado objetivo o target hace referencia al destinatario ideal de un producto o servicio. El mercado meta, por lo tanto, es el sector de la población al que está dirigido un bien.

### 2.2.3 Segmento de mercado

*Kotler, Philip y Armstrong, Gary (2007:1) define: como "un grupo de consumidores que responden de forma similar a un conjunto determinado de esfuerzos de marketing".*

*Stanton, Etzel Y Walker (2007:2), definen un segmento de mercado como "un grupo de clientes con diferentes deseos, preferencias de compra o estilo de uso de productos".*

Por lo tanto resumo que: Segmentar el mercado significa dividir al mercado por grupos, por gustos, por edades, por sexo, por tamaño, por ingresos, entre otros.

### 2.2.4 Producto

*Montaño F. (2005) como: "Un bien o servicio con determinadas características o aspectos, servicios, calidad e imagen, que se coloca en el mercado por un valor de intercambio denominado precio, por el cual se espera que el consumidor pueda obtener el beneficio o satisfacción deseado". Pág. 28. El producto es el punto central de la oferta que realiza toda empresa en su mercado meta para satisfacer sus necesidades y deseos, con la finalidad de lograr los objetivos que persigue.*

### 2.2.5 Demanda

*Córdoba M. (2006) como: "El elemento más importante y complejo del mercado, está integrado por necesidades sentidas, poder adquisitivo, posibilidad de compra, tiempo de consumo y condiciones ambientales de consumo". Pág. 163. La demanda es la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos en condiciones de adquirir, en función de los diferentes niveles de precios posibles, en determinado periodo de tiempo.*

### 2.2.6 Demanda insatisfecha

*Mendive, Daniel Eber explica: "En este caso, los productos o servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios. Aquí, los especialistas deberán lograr*



*el desarrollo de un nuevo producto o mejorar uno ya existente para colmar la brecha; cuando traten de satisfacer una demanda insatisfecha tendrán que distinguir entre una brecha en el nivel de satisfacción y un vacío en el tipo de satisfacción. La brecha en la clase de satisfacciones, se presenta cuando los destinatarios pueden obtener satisfacción, solo por medio de un producto mejorado o un nuevo producto que corrija las deficiencias de los existentes; el vacío en el nivel de satisfacción tiene que ver con una situación donde los productos de que se dispone no pueden brindar el nivel, grado o satisfacción deseados”.*

De acuerdo a la cita: Se llama demanda Insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta.

### **2.2.7 Oferta**

*Jácome W. (2005): “La oferta está constituida por el conjunto de proveedores que existen en el mercado y constituye la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio, objeto del proyecto, si se trata de un nuevo producto o servicio es importante identificar cuáles son los posibles sustitutos para poder comparar con la demanda”. Pág. 76. La oferta son los bienes y servicios disponibles en el mercado por parte de los productores en un tiempo y precio determinados.*

### **2.2.8 Precio**

**Baca G. (2010)** como: *“La expresión monetaria que los productores están dispuestos a vender, y por ende los consumidores a comprar los bienes o servicios”. Pág. 53 El precio es el valor expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en un mercado.*

### **2.2.9 Comercialización**

*Baca G (2010): “Es la forma que le permite al productor ubicar el producto a sus consumidores basados en el tiempo y lugar”. Pág. 57 la comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de un determinado producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean.*

### **2.2.10 Distribución**

*Mesa J. (2011) la distribución es: “El medio por el cual el producto pasará del productor al consumidor final, relación en la que pueden aparecer intermediarios”. Pág. 176. La distribución es el conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarias para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el consumidor.*

### **2.2.11 Publicidad**

*Miranda J. (2006): “Es cualquier forma pagada de presentación y promoción impersonal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado”. Pág. 57. Por lo tanto la publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos o servicios, con la finalidad de atraer a posibles compradores.*

## **2.3 Estudio técnico de ingeniería del proyecto**

*LÓPEZ, P. Elvira, y CANO, Adolfo explican: “En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionar. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la*

*demanda. Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo”.*

En resumen este estudio se trata de desarrollar el conjunto de procedimientos de forma consistente, las personas, las alternativas que llevarán a la ejecución del proyecto para la satisfacción del medio en que se desarrolla.

### **2.3.1 Tamaño del proyecto**

*Córdoba M. (2006) Como: “La capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento, lo cual puede ser de un día, mes o año dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando”. Pág. 211. Es decir el tamaño del proyecto determina la capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un periodo de operación normal.*

### **2.3.2 Localización del proyecto**

*Baca G. (2010): “Localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo”. Pág. 107. Mediante este aspecto se identifica y analiza las características del entorno que favorezcan en forma positiva a la implantación del proyecto, para lograr la máxima utilidad al mínimo costo.*

## **1 Macrolocalización**

*Jácome W. (2005) se refiere a: “Determinar el lugar geográfico más adecuado para la implantación del proyecto. Determina en forma clara la región, provincia cantón; es importante establecer las coordenadas geográficas con el fin de mejorar la precisión del proyecto con lo cual se tiene una localización confiable”. Pág. 133. La macrolocalización en términos generales consiste en determinar la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, es decir establecer la provincia cantón y la ciudad.*

## 2 Microlocalización

*Jácome W. (2005) consiste en: “Determinar las condiciones específicas o particulares que permiten fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto, para lo cual se adiciona la siguiente información: el nombre de la parroquia, calles longitudinales y transversales, dirección domiciliaria, croquis de ubicación”. Pág. 133. La microlocalización consiste en elegir con exactitud el punto preciso, dentro de la macro zona en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.*

### 2.3.3 Ingeniería del proyecto

*Córdoba (2006): “Es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permiten determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto”. Pág. 240*

La ingeniería tiene como responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un producto, cuya disposición de la planta conlleva a la adopción de una determinación tecnológica y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidas.

## 2.4 Estudio financiero

### 2.4.1 Capital de trabajo

*Sinisterra G. – Polanco I. – Henao H. (2011) es: “Diferencia entre activo corriente y el pasivo corriente. Representa los fondos disponibles de la empresa para realizar sus operaciones normales”. Pág. 121. El capital de trabajo es la capacidad de una empresa para desarrollar sus actividades de manera normal en el corto plazo.*

### 2.4.2 Ingresos

**Baca G. (2010)** define como: *“La cantidad d dinero que se percibe con regularidad por la venta de productos o prestación de servicios”*. Pág. 134. *Por lo que los ingresos de una empresa es todo valor obtenido por la venta de un producto o servicio que la misma ofrece en la sociedad.*

### 2.4.3 Egresos

**Meza J. (2011)** son: *“Salidas de dinero efectuadas como pago a diferentes instancias, que son esenciales para desarrollar las actividades de la organización”*. Pág. 29. *Un egreso es un desembolso de dinero que ser por materia prima, mano de obra, costos indirectos, desembolsos administrativos, costo de ventas, entre otros.*

### 2.4.4 Costos

**Sinisterra G. – Polanco I. – Henao H. (2011)** son: *“Erogaciones y cargos asociados con la compra y producción de bienes y servicios, de los cuales la empresa obtiene sus ingresos”*. Pág. 121.

Los elementos que conforman el costo de producción son:

- Materia prima directa
- Mano de obra directa
- Costos indirectos de fabricación

#### 1 Materia prima directa

**Bravo M. – Ubidia C. (2009)** la materia prima directa es: *“El material o materiales sobre los cuales se realiza la transformación, se identifican plenamente con el producto elaborado”*. Pág. 19

El elemento principal del producto, ya sea que se encuentre en estado natural o sobre quienes hayan operado algún tipo de transformación previa; y gracias a los beneficios del costo de conversión de elabora, produce, fabrica un producto o prestar un servicio.

## **2 Mano de obra directa**

*Sarmiento R. (2010) la mano de obra directa es: “La fuerza de trabajo o el trabajo humano incorporado en el producto, es decir el que elaboran los trabajadores en el proceso de producción; sea su trabajo manual o tecnificado en las máquinas que están transformando en productos terminados, además el valor por pago de salarios se puede fácilmente determinar en dicho producto”. Pág. 13.*

El esfuerzo físico e intelectual del hombre que interviene en la elaboración de un producto o la prestación de un servicio, es decir utiliza sus habilidades, destrezas, experiencia y conocimientos para transformar la materia prima en un producto terminado o semielaborado.

## **3 Costos indirectos**

*Bravo M. – Ubidia C. (2009) manifiesta que: “Constituye el tercer elemento del costo de producción, se caracteriza por cuanto el conjunto de costos no se identifica plenamente con el producto, no son fácilmente medibles ni cuantificables, por lo que requieren ser calculados de acuerdo con una base de distribución específica”. Pág. 91*

Costos necesarios para la producción que no intervienen directamente en la elaboración de un producto los cuales no son fácilmente medibles, asignables ni cuantificables.

## **4 Gastos administrativos**

**Warren C. (2005):** “Son desembolsos que están relacionados con las actividades de gestión y cumplimiento del giro del negocio”. Pág. 45.

Los gastos administrativos son los pagos que no tiene relación directa con la producción pero son comunes a diversas actividades administrativas de la empresa. En esta categoría están comprendidos aquellos gastos que no tienen relación directa con el movimiento de las ventas, sino que más bien se hacen como parte de la operación total del negocio, y se conocen con el nombre de gastos de administración o generales.

## **5 Gastos financieros**

**Chiliquina M. (2007):** *“Gastos incurridos por la empresa en la obtención de recursos financieros y que están representados por los intereses y primas sobre pagarés, bonos, etc. Emitidos por la empresa”*. Pág. 9.

Los gastos financieros incurridos por la empresa en la obtención de recursos financieros y que están representados por los intereses y comisiones tanto de préstamos como de créditos recibidos por la empresa.

## **6 Gasto de Ventas**

**Warren C. (2005)** son: *“Desembolsos que están relacionados con las actividades de comercialización de los productos”*. Pág. 45.

Los gastos de ventas son aquellos que se relacionan directamente con el movimiento de las ventas o, dicho de otra manera, aquellos que tienden a variar, aumentar o disminuir, en la misma forma que las ventas. Por ejemplo los fletes en ventas, comisiones a vendedores, propagandas, gastos de despacho, remuneraciones de vendedores, transporte en ventas, entre otros.

## 7 Depreciaciones

**Baca G. (2010)** es: *“El valor que descuenta al activo fijo, ya que con el uso y paso del tiempo estos bienes valen menos”*. Pág. 144.

La depreciación es la pérdida de valor contable que sufren los activos fijos por el uso a que se les somete y su función productora de renta. En la medida en que avance el tiempo de servicio, decrece el valor contable de dichos bienes.

### 2.4.5 Estados financieros

**Sinisterra G. – Polanco L. – Henao H. (2011)**: *“Son los informes preparados periódicamente, cuya responsabilidad recae en los administradores del ente económico; tienen como objetivo suministrar información financiera aquellos usuarios interesados en conocer los resultados operacionales y la situación económica de la organización”*. Pág. 95.

Los estados financieros con propósito de información general es suministrar información acerca de la situación financiera, del rendimiento financieros, y de los flujos de efectivo de la organización u entidad, que sea útil y evidente a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar decisiones económicas de la empresa.

### 2.4.6 Indicadores de evaluación financiera

#### 1 Valor neto actual (VAN)

**Córdoba M. (2006)** es: *“La suma actualizada al presente de todos los beneficios, costos e inversiones del proyecto, es decir, los flujos netos de cada período”*. Pág. 364.

El valor actual neto de una inversión es la diferencia entre su valor de mercado y su costo. La regla del VAN afirma que se debe emprender un proyecto si su VAN es positivo.



## **2 Tasa Interna de Retorno (TIR)**

**Córdoba M. (2006)** dice: *“Refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil”*. Pág. 370.

Se puede concluir que se llama tasa interna de retorno o de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año tras año se reinvierte su totalidad, es decir, se invierte y reinvierte en las aspiraciones de la empresa.

La tasa interna de retorno es aquella tasa de descuento que hace que el VAN estimado de una inversión sea igual a cero. La regla del TIR afirma que se debe emprender un proyecto cuando su TIR es superior al rendimiento requerido.

## **3 Punto de equilibrio**

**Baca G (2010)** es: *“El nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables”*. Pág. 148.

El punto de equilibrio es un instrumento para el análisis y decisiones de distintas situaciones de la empresa, entre ellas: volumen de producción y ventas necesarias para no perder ni ganar, planeamiento de resultados, fijación de precios, niveles de costos fijos y variables, entre otros.

## **4 Relación costo beneficio**

**Sapag N. (2007)** La relación costo beneficio dice: *“Comparar el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión”*. Pág. 257.

El análisis de costo-beneficio es una herramienta de toma de decisiones para desarrollar sistemáticamente información útil acerca de los efectos deseables e indispensables del proyecto.

## **5 Tiempo de recuperación de la inversión**

**Córdoba M.** (2006) es: *“El número esperado de períodos que se requieren para que se recupere la inversión original”*. Pág. 362.

El período de recuperación es el plazo de deberá transcurrir hasta que la suma de los flujos de efectivo de una inversión sea igual a su inversión.

## **2.5 Estructura organizacional**

### **2.5.1 Propuesta administrativa**

#### **1 Misión**

**Marcic D. – Daft R. (2010)** como: *“La razón de existir la organización. La misión describe los valores, las aspiraciones y la razón de ser de la organización, una misión bien definida es la base para el desarrollo de todos los planes y metas subsecuentes”*. Pág. 149

Por lo tanto la misión de una organización describe su principal razón de existir, es identificar la función que cumple en la sociedad y además su carácter y filosofía básica.

#### **2 Visión**

**Arthur A. - Thompson J. – Strickland J. (2008)** se define como: *“La herramienta administrativa, valiosa para registrar el compromiso del personal con las acciones que harán que la compañía avance en dirección deseada”*. Pág. 25.

La visión como su nombre lo indica es una mirada al futuro de la empresa con lo cual expresamos hacia dónde quiere llegar, para construir la visión definimos los logros que se pretende obtener a partir del funcionamiento de la organización.

### **3 Valores**

Son un conjunto de principios, creencias, reglas que regulan la gestión de la organización. Constituyen la filosofía institucional y el soporte de la cultura organizacional, cuyo objetivo básico de la definición de valores corporativos es el de tener un marco de referencia que inspire y regule la vida de la organización.

#### **2.5.2 Objetivos de la empresa**

**Arthur A., Thompson J., Strickland J., (2008)** los objetivos son: *“Metas de desempeño de una organización, es decir son los resultados y productos que la administración desea lograr”*. Pág. 29

Establecer los objetivos empresariales es esencial para lograr el éxito de una empresa, éstos permiten establecer un curso a seguir.

#### **2.5.3 Políticas institucionales**

**Gil M. y Giner F. (2007)** como: *“Los fines generales cuantitativos, además se considera una forma de conducta o un enunciado general que guía la toma de decisiones y que dirigen a éstas hacia los objetivos”*. Pág. 207.

Por lo tanto las políticas institucionales son decisiones corporativas mediante las cuales se defiende los criterios y se establecen los marcos de actuación que orientan la gestión de todos los niveles de la empresa en los aspectos específicos

#### 2.5.4 Estructura organizacional

**Enrique B. y Krieger M. (2011)** la estructura organizacional de una empresa es: *“Está constituida por el sistema formal de tareas, y por la forma de delegar autoridad, coordinar las acciones y utilizar los recursos para lograr las metas de la organización”*. Pág. 298.

La intención de una estructura organizacional es establecer un sistema normas que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma inmejorable y que se alcancen las metas fijadas en la planificación de la entidad.

#### 2.5.5 Estructura funcional

**Daft R y Marcic D. (2010)** la estructura funcional es: *“Agrupamiento de posiciones en departamentos con base en la similitud de habilidades, expertise, actividades laborales y uso de recursos. Una estructura funcional se puede pensar como una departamentalización de recursos organizacionales debido a que cada tipo de actividad (contabilidad, recursos humanos) representan recursos específicos para el desempeño de las tareas de la organización”*. Pág. 285.

La estructura funcional se observa con claridad las relaciones jerárquicas, igualmente se representa el conocimiento y la experiencia en las áreas funcionales.

### 2.6 Impactos

**Jácome, Walter (2005:171) explica:** *“Los impactos son posibles consecuencias que pueden presentarse cuando se implanta un proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defectos que tiene el proyecto”*

En resumen los impactos son las consecuencias o bondades futuras que pueden presentarse al realizar un proyecto.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado establece el comportamiento de los posibles consumidores en lo referente a la cantidad permisible de servicio llamada oferta y la cantidad de personas que demandarán el bien del proyecto en estudio

Determinada la cantidad demandada, definiendo estrategias efectivas de precio, características del servicio e inclusive abordando los problemas de presentación del servicio en el mercado.

#### **3.1 Antecedentes**

##### **3.1.1 Finalidad del estudio de mercado**

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un servicio dentro del mercado.

Con la preparación de un proyecto se trata de que el riesgo de determinada inversión sea un riesgo calculado. Se parte del hecho indiscutible de que cualquier inversión entraña un riesgo. Con el estudio no se pretende eliminar este riesgo implícito, pero si cuantificar cuán grande o pequeño es el riesgo y hasta cierto punto tratar de minimizarlo.

El estudio de mercado pretende demostrar la viabilidad de invertir en la producción de servicios del centro de desarrollo infantil, cuantificando el riesgo que puede tener. Antes de

enfocar el estudio de mercado debemos entender que mercado es el conjunto de operaciones de compra y venta de un bien o producción limitado, en el tiempo y en el espacio.

Con este estudio se intenta recabar la información necesaria para demostrar si es rentable la creación del centro de desarrollo infantil.

### **3.1.2 Objetivos del estudio de mercado**

- Recolectar información mediante un estudio de campo
- Analizar y proyectar la oferta y determinar la demanda insatisfecha
- Analizar la competencia existe con el fin de determinar las fortalezas para competir en el mercado
- Segmentar el mercado meta del proyecto
- Efectuar un análisis de precios y su proyección a futuro.

### **3.2 Segmentación de mercado y mercado meta**

Segmentar mercados es dividirlo en varias partes de acuerdo a las diferentes variables. La segmentación en la actualidad cobra importancias debido a que las empresas deben centrarse en un mercado objetivo, y para escogerlos se debe primeramente segmentar de manera clara con el fin de que nosotros al momento de implantarse el proyecto, sea más fácil acoplar nuevas estrategias para nuestro desarrollo.

#### **3.2.1. Segmentación de mercado**

La segmentación de mercado está dirigida a satisfacer las necesidades de los consumidores finales a nivel del Cantón Antonio Ante parroquia de Andrade Marín.

A continuación se detalla las siguientes variables específicas a donde va dirigido el proyecto.

**Cuadro 10****Segmentación de mercado**

SEGMENTACIÓN DE MERCADO	
VARIABLES	DIVISIONES TÍPICAS
Geográficas:	
Regiones	Sierra
Tamaño de la ciudad	Antonio Ante
Sector donde vive	Urbano
Demográficas:	
Sexo	Familias
Edad	De 20 a 40
Socio - Económicas:	
Clase Social	Media
Ocupación	Trabajadores/as,
Educación	Secundaria y Superior
Psicográficas:	
Estilo de vida	Conservadores
Valores Culturales	Promuevan una cultura educativa excelente
Comportamiento:	
Actitud frente al servicio	Fuertemente leales y temporalmente leales
Nivel de lealtad	Usuarios frecuentes y temporales

Elaborado por: Autora

**3.2.2 Mercado meta**

La creación de un centro de desarrollo infantil en la parroquia de Andrade Marín, está dirigido especialmente a los padres de familia con hijos de cero a tres años de edad, los cuales son nuestro mercado para brindarles a sus hijos el mejor servicio especializado en la formación temprana.

**3.3. Identificación de la población y muestra investigadas**

El proyecto comprende diferentes áreas y diversos temas que tienen que ser tratados de manera independiente, pero todos y cada uno de ellos en algún momento dentro de su desarrollo, se convertirán en un gran rompecabezas, que culmina el proceso de planeación.

La investigación de mercados es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual utilizaremos para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado.

En base a eso ofreceremos un servicio de acuerdo a las necesidades de los padres de familia, con calidad y seguridad para niños, identificaremos la oportunidad y los problemas que existen en nuestro medio.

### **3.3.1. Características**

Dar seguridad a los padres para que nos dejen al cuidado de los bebés, y generar confianza.

Motivación para llamar la atención de las personas hacia el Centro de Desarrollo Infantil.

Otra de las características que tendríamos es que el Centro de Desarrollo Infantil estaría dotado de baños adecuados para el aseo de los infantes en el horario escolar y de cunas para los niños lactantes. La instalación tendría un patio interior y un amplio jardín, además de una cocina para la realización de actividades creativas con los niños y para la preparación de la comida de los lactantes.

La frecuencia de pago en el centro será el primero del mes, dejando un plazo máximo de diez días para realizarlo, exceptuando aquellos padres que mediante una justificación previa nos permitan saber que el cobro de su salario se realiza en otro determinado momento del mes.



### **3.3.2. Productos o servicio sustitutos**

- Guarderías públicas de esta ciudad: son muy pocas, y en su mayoría no tienen la infraestructura adecuada, son de mala calidad, y los servicios son pésimos.
- Niñeras: algunos padres de familia optan por contratar niñeras, pero no todas están preparadas para el cuidado de niños, son inexpertas en el tema.
- Abuelas: al momento de no encontrar una persona de confianza, los padres de familia dejan a sus niños con las abuelas, por de la familia y por qué el cuidado será con cariño.
- Tías: al igual son de confianza, y tienen la capacidad como para cuidar un bebe, pero no en todos los casos reciben un buen trato.
- Vecinos: al no tener un familiar cerca, los padres optan por dejar a sus hijos con los vecinas no es la mejor opción pero debido a las necesidades lo tienen que hacer.
- Nuevos productos dirigidos hacia esta población: en la actualidad existen centros infantiles donde pueden dejar a sus hijos, pero es debido a la falta de desconfianza que se ha generado no lo hacen, solo uno es bueno pero el precio que se paga es elevado, y no disponen como para pagar este servicio.

### **3.3.3. Normativa sanitaria, técnica y comercial**

Para el correcto y legal funcionamiento de un Centro de Educación Infantil se debe implementar y tomar en cuenta ciertas exigencias del Ministerio de Salud, así tenemos:

- Medidas de audiencia
- Selección de medios
- Medidas de la eficacia publicitaria y promociona
- Permiso de sanidad.
- Permiso cuerpo de bomberos.

- Intendencia de policía.
- Obtener la autorización respectiva del Ministerio de Inclusión Económica y Social, previo a su funcionamiento.
- Solicitud escrita del propietario adjuntando copia de cedula de ciudadanía y certificado de votación dirigida al Director Provincial del Ministerio de Inclusión Económica y Social.
- Escritura pública de propiedad o contrato de arrendamiento del local en donde va a funcionar el Centro de Desarrollo Infantil, registrado este último, en juzgado de Inquilinato y/o Juzgado de los Civil.
- Plano del local en el que se determine la distribución del espacio físico, haciendo constar el área en metros cuadrados.
- Plan de trabajo en base a los lineamientos y estándares mínimos establecidos por el MIES.
- Manual de Procedimiento Interno del Centro de Desarrollo Infantil, elaborado en base a los lineamientos del Ministerio, el mismo que será aprobado en el proceso.
- Nómina de personal que laborará en el Centro de Desarrollo Infantil, adjuntando el curriculum vitae con firma de responsabilidad que será documentadamente respaldado y verificado.
- Presupuesto
- Inventario de mobiliario y material didáctico.

### **3.4 La normativa técnica**

La presente norma técnica, de obligatorio cumplimiento, tiene el propósito normalizar y estandarizar la presentación de los servicios para el desarrollo integral de niños y niñas de 1 mes y medio meses de edad hasta los 36 meses, en las modalidades de atención de carácter público y privado.

Según esta normativa dictada por el ministerio de Inclusión Económica y Social tengo que cumplir con los Componentes de calidad y sus respectivos Estándares, en un número de 49. A continuación enumerare algunos de ellos:

### **3.4.1 Componentes de calidad**

- Participación familiar, comunidad y redes sociales
- Procesos socio – educativo
- Salud preventiva, alimentación y nutrición
- Talento humano
- Infraestructura, ambientes educativos y protectores
- Administración y gestión.

### **3.5 Consumidor del productor de servicios**

- Niños y niñas de hogares del sector urbano del Cantón Antonio Ante.
- Madres solteras que laboran por horas o a tiempo completo.
- Madres adolescentes.
- Padres con necesidades de laborar.
- Padres solteros con hijos.
- Jóvenes solteros con trabajo.
- Personas mayores con altos puestos de trabajo.
- Persona que tengan ingresos medios, con disponibilidad de pagar este servicio.

### **3.6. Estructura del mercado**

Para obtener resultados confiables sobre el potencial de este proyecto y sobre todo su factibilidad, es necesario consultar diferentes fuentes de información.

El centro de desarrollo infantil tendrá determinadas características que hará que los consumidores se sientan atraídos. Entre ellos destacara el horario de la tarde para celebraciones y para aquellos niños que los padres están trabajando y no pueden ser atendidos por otros familiares siendo este servicio adicional de gran desahogo para los padres.

Nuestro segmento estaría dirigido a niños y niñas de cero a 3 años, con un nivel socioeconómico medio ya que la cuota mensual no será muy alta sino que está a un nivel asequible a la mayor parte de los consumidores.

### **3.8 Investigación**

La parte de nuestra investigación es la segmentación del mercado de consumidores y selección del mercado meta, la división del mercado de consumidores finales dará origen a subdivisiones que siguen siendo amplias y diversas.

Identificaremos algunas características dentro de cada segmento y tendremos los más específicos.

#### **3.8.1. Segmentación**

Para segmentar los mercados de consumidores hay que tener en cuenta que una segmentación útil se obtiene al incluir y considerar varias características, una de las características principales que se escoja debe ser la que ofrezca la división más clara y definida del mercado.

Conforme se vaya desarrollando vamos generando un orden de la eficacia con que discriminan entre segmentos, al igual se debe conocer las interrelaciones entre las características, sobre todo en lo demográfico. Como la edad de las madres de familia y el ingreso suelen estar relacionados entre sí.

Una vez que tengamos segmentado el mercado total del producto encontraremos las posibilidades de escoger uno o más segmentos como mercados metas, tendríamos:

Los mercados debes ser compatibles con las metas e imagen de la organización.

Nuestra organización ha de buscar mercados que generen un volumen suficiente de ventas a un nivel normal para que se reporten utilidades.

Buscar un mercado donde haya menos competencia, la ventaja es que no existe competencia con gran ventaja que nos permita arrebatarlos clientes a la empresa ya establecida.

El mercado de los consumidores puede ser dividido en segmentos pequeños valiéndonos de las características:

- Geográficas
- Demográficas
- Psicológicas
- Comportamiento de compra

### **1. Segmentación geográfica**

Nos dirigimos específicamente al sector urbano de la ciudad, ya que es donde más centrada se encuentra la población.

Las características geográficas son medibles y accesibles, con condiciones necesarias para una buena segmentación.

Distribución regional de la población: constituye un factor importante porque las personas que viven en una región tienden a tener los mismos valores, actitudes y preferencias de estilo.

La distribución urbana, suburbana y rural: es importante debido a que muchas empresas segmentan su mercado por el tamaño de las ciudades o por la concentración de la población. Como algunas empresas ubican sus tiendas en áreas con una gran población, para cerciorarse de contar con una base suficientemente amplia de clientes, en cambio otras abren sucursales en áreas poco pobladas para tener la menor competencia posible.

- En base a la segmentación geográfica, se utilizara una distribución urbana, suburbana y rural, escogeremos solamente el segmento por el tamaño de la parroquia de Andrade Marín y sus alrededores en base a los datos más actualizados, según el censo realizado en el año 2010 por el INEC es de 10.000 habitantes aproximadamente. (datos obtenidos en ANDRADE MARÍN su Historia y su Gente, volumen II, Dr. Tito Villegas).
- Segmentación demográfica: es el segmento más común de los mercados la estadística que describe a una población, entre estas características demográficas más conocidas son: la edad, el sexo, etapa del ciclo de vida familiar, la distribución del ingreso y clase social.

**EDAD.-** es un ciclo de necesidad que va cambiando a lo largo de la vida, la distribución de la población por edad es un criterio útil para segmentar el mercado de muchos productos.

El mercado de los niños.- (de 0 a 3 años), influyen en los gastos de algunas maneras, inciden en las compras que vayan a efectuar sus padres, tanto los padres como los abuelos invierten mucho dinero en este grupo, al igual que también compran bienes y servicios para su uso personal.

Las madres adolescentes.- son un mercado grande que a su corta edad ya cuentan con hijos, sería un grupo constituido entre las edades de 15 a 18 años.

El segmento de padres y madres solteras comprendidas entre los 19 a 30 años de edad.- esta constituidos por los jóvenes y adultos.

El segmento de padres comprendido entre los 35 a 45 años.- es un mercado muy grande y lucrativo.

Nuestro mercado relativamente estará dirigido para niños de 0 a 3 años de edad, debido a que están en la edad de un cuidado especial del cual se le ofrecerá un desarrollo efectivo e intelectual.

Las madres adolescentes debido a que no recibieron una buena educación sexual o alguna información de prevención, se vieron involucradas por esta etapa de madres solteras, tienen la necesidad de trabajar y sostener a sus hijos.

Los padres entre 19 a 30 años, debido a la situación que enfrentamos ambos tienen la necesidad de sostener el hogar, se ven muy relacionados en esta situación.

Los padres de entre 35 a 45 años de edad es grupo muy atractivo por su mayor nivel de ingresos, debido al puesto de sus trabajos es probable que consideren este mercado muy bueno por la tranquilidad tanto de ellos como de sus niños en esta ciudad.

## **Género**

Vamos dirigidos al género de forma general, ya que en su mayoría son padres de familia, y en algunos casos son madres solteras, en otros padres solteros, o en su mayoría que tienen un hogar donde ambos trabajan.

Y no disponen de tiempo completo para lograr el cuidado de sus hijos, para lo cual se escogió una segmentación de mercado que por su género ha sido una opción lógica.

En base a esta segmentación demográfica por sexo, ambos escogeremos tanto hombres como mujeres son grupos a los cuales el Centro Infantil deseara captar.

## **Ciclo de vida familiar**

Uno de los principales factores que explican las diferencias de los hábitos de consumo entre dos personas de la misma edad y sexo es el hecho de que se hallan en distintas etapas del ciclo de vida. Se ha identificado algunas etapas del ciclo. Para la segmentación demográfica por ciclo de vida familiar, se ha escogido los siguientes grupos:

- Etapa de soltero: personas jóvenes, solteras con hijos
- Jóvenes casados: matrimonios con hijos.
- Nido lleno I: jóvenes casados con hijos
- Padres solteros: personas jóvenes o de edad madura con hijos

Hemos considerado este grupo de personas que se sentirían seguras del cuidado de sus hijos, contribuyendo al desarrollo físico, efectivo, social e intelectual de los niños.

## **Ingreso**

La gente no constituye por sí misma un mercado, es indispensable que tengan dinero para gastar. La distribución del ingreso constituye uno de los criterios más comunes para segmentar los mercados de consumidores.

Las familias que tienen un ingreso medio y alto destinan un porcentaje más alto de sus gastos totales a bienes de primera necesidad como: alimentación, educación, vestimenta, entre otros. En la mayoría de los casos los gastos totales son dedicados a la educación de sus hijos seguido por la alimentación, vivienda etc.



### 3.8.2. Marco muestra o universo

La investigación de mercados va de acuerdo al diseño del mercado objetivo, vinculado específicamente a consumidores, clientes y públicos con dicho mercado de acuerdo a la información, la cual nos sirve para identificar, refinar y evaluar las medidas de mercadotecnia.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se ha tomado en consideración el muestreo aleatorio simple a fin de calcular las probabilidades de variables aleatorias en el tiempo y en el espacio, siendo apropiado este fenómeno cuando la probabilidad de que un evento ocurra en un intervalo de tiempo, en nuestro caso se ha utilizado la población total de niños y niñas de la parroquia de Andrade Marín del Cantón Antonio Ante, la cual está estimada en 10.000 personas.

### 3.8.3. Tamaño de la muestra

Fórmula de

cálculo

$$n = \frac{z^2 d^2 N}{(e)^2 (N - 1) + z^2 d^2}$$

En donde:

**n = Tamaño de la muestra**

	?	?
Z = Nivel de confianza	95%	1,96
d2 = varianza	0,5	0,25
N = Población universo	10.000	10.000
e = Margen de error	0,09	0,09
	<b>n=</b>	117

Una vez aplicada la formula antes descrita, el tamaño de la muestra de la población del Cantón Antonio ante fue de 117 personas a las que vamos a encuestar.

### **3.8.4. Metodología de la investigación de campo**

Hemos tomado en cuenta algunas definiciones donde hemos podido determinar la investigación de mercados en el proceso median el cual se recoge información sobre las necesidades, preferencias y expectativas de los consumidores de un producto para la toma de decisiones a fin de identificar los problemas y oportunidades que existen en el mercado.

Para la guía en parte se ha realizado cuestionarios donde cada incluye una entrevista semi estructurada con amigos, y con personas que intervienen de manera directamente con el proyecto y al mismo tiempo pertenecen al mismo universo.

Se han manifestado de la misma manera con las personas como les ha parecido las preguntas. Luego hacemos un análisis de los datos obtenidos para verificar que el plan vaya de acuerdo a las necesidades de las personas y recolectar los datos importantes, es aquí donde ingresa la etapa piloto nos servirá mucho para probar tanto los instrumentos de recolección como de análisis.

### **3.8.5. Diseño del instrumento de investigación**

Para la investigación de campo que se ha realizado hemos apoyado en informaciones que provienen por ejemplo, entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones. Como hemos desarrollar este tipo de investigación junto a la investigación de carácter documental.

#### **PASOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO REALIZADA:**

1. Planteamiento del problema.
2. Etapa exploratoria.
  - Lecturas
  - Visitas al terreno.

- Conversaciones con colegas.
- Entrevistas a personas que conocen el problema por experiencia personal o debido a sus estudios.
- 3. Delimitaciones operativas del problema, unidades de análisis, variables, indicadores, muestra.
- 4. Construcción de los instrumentos de recolección de datos.
- 5. Redacción de un plan tentativo de procesamiento y análisis de los datos.
- 6. Probar el cuestionario o la guía de entrevistas semi estructurada, con las personas involucradas en el tema del universo al cual se hará la investigación. Luego haremos un análisis de los datos obtenidos para verificar los datos importantes, aquí llega a intervenir la etapa piloto sirve para probar tanto los instrumentos de recolección como de análisis.
- 7. Recolección de datos.
- 8. Codificación, entrada de datos en computadora, procesamiento y análisis.
- 9. Redacción final, agregaremos cuadros, fotografías, mapas.

Los métodos utilizados para la investigación serán dos:

- Investigación cualitativa: esta investigación busca respuestas en profundidad y abiertas, no simples afirmaciones o negaciones. El investigador trata que los entrevistados expresen sus ideas relativas a un tema.
- Investigación cuantitativa: busca respuestas estructurales que pueden resumirse en cifras como porcentajes, promedios y otro tipo de estadísticas.

La clase de medios que se ha utilizados para obtener los datos e información ha sido por medio de investigación descriptiva, en la cual consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades,

objetos, procesos y personas. Se trata de recoger los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

**Etapa:**

1. Examinan las características del problema escogido.
2. Lo definen y formulan sus hipótesis.
3. Enuncian los supuestos en que se basan las hipótesis y los procesos adoptados.
4. Eligen los temas y las fuentes apropiados.
5. Seleccionan o elaboran técnicas para la recolección de datos.
6. Establecen, a fin de clasificar los datos, categorías precisas que se adecuen al propósito del estudio y permitan poner de manifiesto las semejanzas, diferencias y relaciones significativas.
7. Verifican la validez de las técnicas empleadas para la recolección de datos.
8. Realizan observaciones objetivas y exactas.
9. Describen, analizan e interpretan los datos obtenidos, en términos claros y precisos.

**Recolección de datos:**

Para la recolección de la información existen varios métodos para realizar la investigación de mercados, determinaremos algunos campos de información, podemos tener utilidad inmediata para recoger información para proyectos.

**Datos secundarios y estandarizados**

Se recopila información que está disponible en las instituciones, prensa escrita e internet que realizan estudios sobre la producción, ventas y comercialización de los servicios o productos que produce una determinada zona.

## Métodos

Se han utilizado varios métodos para la recolección de la información en el presente estudio de mercado son los siguientes:

**Método cuantitativo:** tiene como objeto presentar información en cifras y datos para lo cual utilizamos los siguientes parámetros:

- Encuestados
- Encuestas
- Diseño de la muestra
- Trabajo de campo
- Tabulación
- Análisis e interpretación de resultados

**Método cualitativo:** la forma cualitativa no es traducible matemáticamente a cifras y datos concretos que se expliquen por si mismos se detallan interacciones y comportamientos que son observables, en base a la siguiente interpretación:

- Información del consumidor
- Diseño de encuestas, formas de recolección de datos de información
- Análisis
- Informes

Para la investigación de mercado de este estudio de mercado se elaborara encuestas, a través de las cuales se recogerá respuestas fijas a las preguntas, para simplificar su estudio, se realizara el análisis estadístico computarizado, que es la técnica con que se suele hacer este tipo de investigaciones. Los métodos de encuestas que se aplicara son las entrevistas personales.

Para una mejor facilidad de aplicar son las entrevistas personales. Para una mejor facilidad de aplicar la encuesta y procesar la información a los encuestados se lo ha dividido en dos grupos: consumidores y prestadores del servicio.

### **Diseño de la encuesta**

### **Aplicación de las encuestas**

El estudio a realizarse se ubica en la parroquia de Andrade Marín Cantón Antonio Ante. La selección de la muestra se realizó en función del número de habitantes existentes en la misma.

### **3.9. Levantamiento y tabulación de la investigación**

Presentación y análisis de los resultados. Análisis de las encuestas:

### 3.9.1. Encuesta dirigida a los usuarios de los centros de desarrollo infantil.

#### Pregunta Nro. 1 ¿Edad de los encuestados?

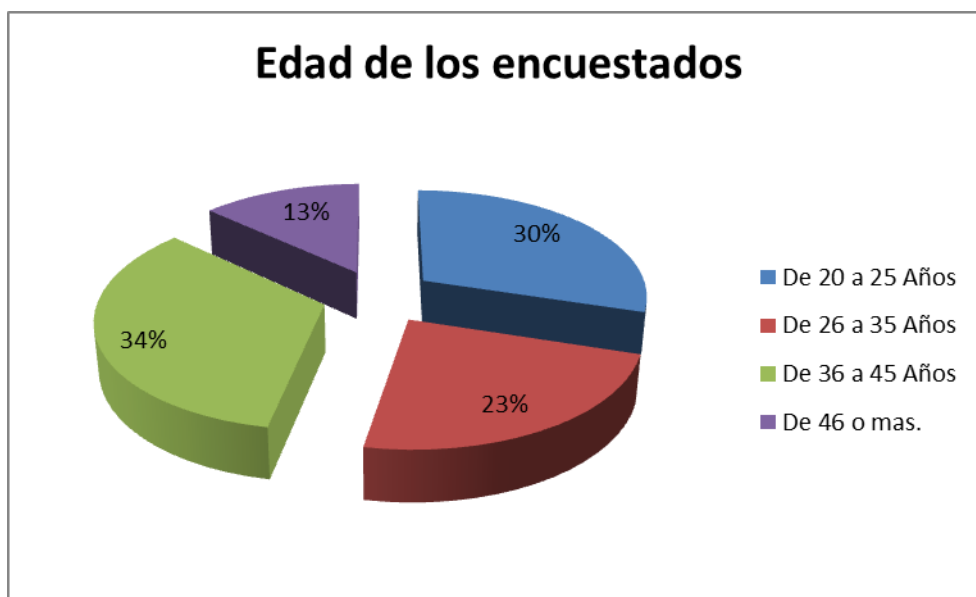
##### Cuadro 11:

##### Edad de los encuestados

	TOTAL PARCIAL
De 20 a 25 Años	45
De 26 a 35 Años	52
De 36 a 45 Años	20
De 46 o más.	0
TOTAL:	117

##### Gráfico 2:

##### Edad de los encuestados



En el cuadro se puede observar que la mayoría de los encuestados oscilan entre 26 y 35 años de edad, en el cual se refleja claramente que son personas en la mejor época de tener descendencia, seguidos por las edades de 20 a 25 años de edad en menor porcentaje, para terminar en las edades de 36 a 45 años, ya que mayores de 45 años no arrojaron ningún encuestado.

## Pregunta Nro. 2 ¿Cuál es el nivel de Ingresos?

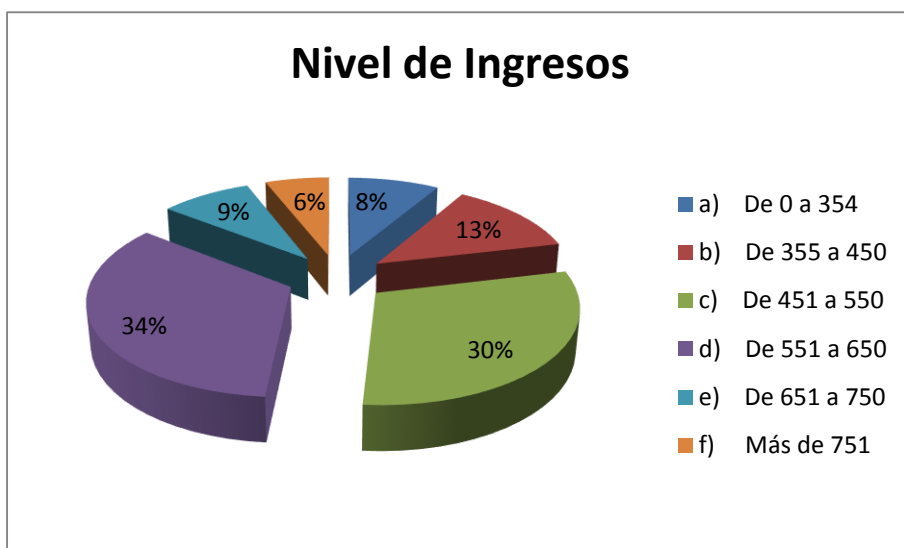
*Cuadro 12:*

### *Nivel de ingresos*

	TOTAL PARCIAL
a) De 0 a 354	10
b) De 355 a 450	15
c) De 451 a 550	35
d) De 551 a 650	40
e) De 651 a 750	10
f) Más de 751	7
TOTAL:	117

*Gráfico 3:*

### *Nivel de ingresos*



El nivel de ingresos mayor en la Parroquia de Andrade Marín, está entre 551 a 650 dólares, seguido por 451 a 550, tomando en cuenta que los ingresos la mayoría son en familia esto es el padre y la madre, ya que existen muy pocos hogares disfuncionales o con falta de algun miembro de la familia,



**PREGUNTA Nro. 3 ¿Número de niños por las edades de 0 a 4 años?**

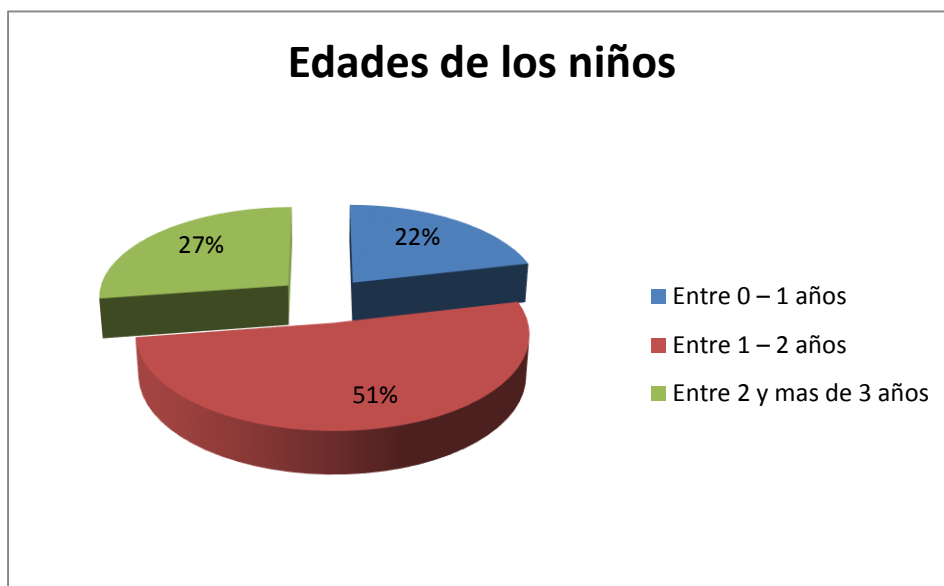
**Cuadro 13:**

**Edades de los niños**

	TOTAL PARCIAL
Entre 0 – 1 años	25
Entre 1 – 2 años	60
Entre 2 y más de 3 años	32
TOTAL:	117

**Gráfico 4:**

**Edades de los niños**



La mayoría de las personas encuestadas nos ha respondido que sus hijos están entre las edades de 1 a 2 años, seguidos por las edades de 2 y más años, para terminar por un porcentaje menor de los niños de 0 a 1 año de edades.

**Pregunta Nro. 4 ¿Quién cuida a sus hijos cuando Ud. está trabajando?**

**Cuadro 14:**

**Cuidado de los hijos**

	TOTAL PARCIAL
<b>Un Familiar</b>	80
<b>Los Abuelos</b>	51
<b>Una Niñera</b>	19
<b>TOTAL:</b>	150

**Gráfico 5:**

**Edades de los niños**



La mayoría de los encuestados nos respondieron que sus hijos son cuidados por un familiar sean estos tíos, primos, mientras que un 35% son cuidados por los abuelitos, el porcentaje más bajo con un 17% de los encuestados pagan quien los cuide, motivo por el cual estaban de acuerdo en la creación de un Centro de Desarrollo infantil en el sector.

**Pregunta Nro. 5 ¿Matricularía a su niño/a en el Centro de Desarrollo infantil con cuidados especializados, cerca del sector donde vive?**

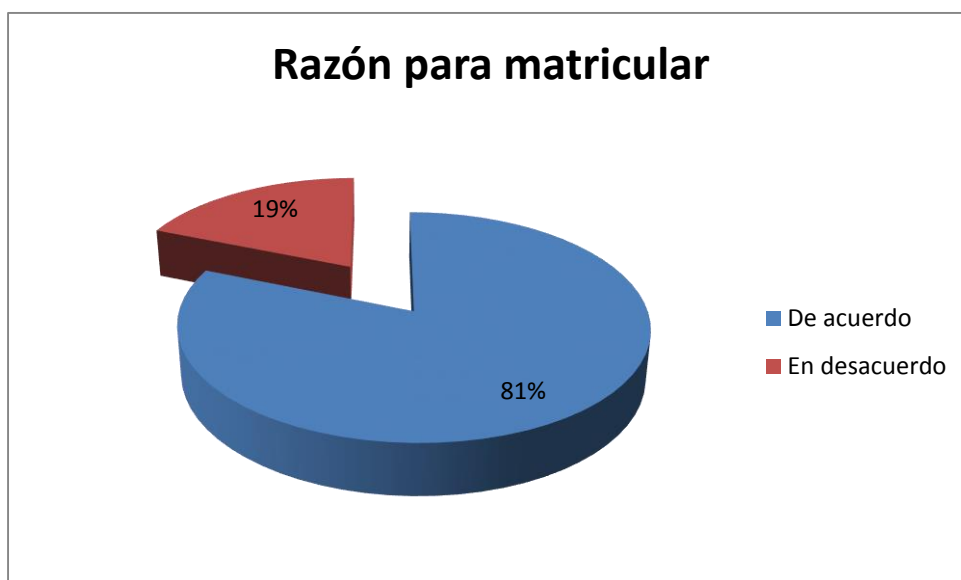
**Cuadro 15:**

**Razón de la matrícula**

	TOTAL PARCIAL
<b>De acuerdo</b>	95
<b>En desacuerdo</b>	22
<b>TOTAL:</b>	117

**Gráfico 6:**

**Razón de la matrícula**



De acuerdo me contestaron la mayoría de los encuestados, muy pocos estaban en desacuerdo, ya que para ellos tenía facilidades en los cuidados a los menores. O que a su vez estaban de acuerdo con el cuidado de algún familiar.

**Pregunta Nro. 6 ¿Cuánto pagaría Ud. por los cuidados de su hijo mensualmente?**

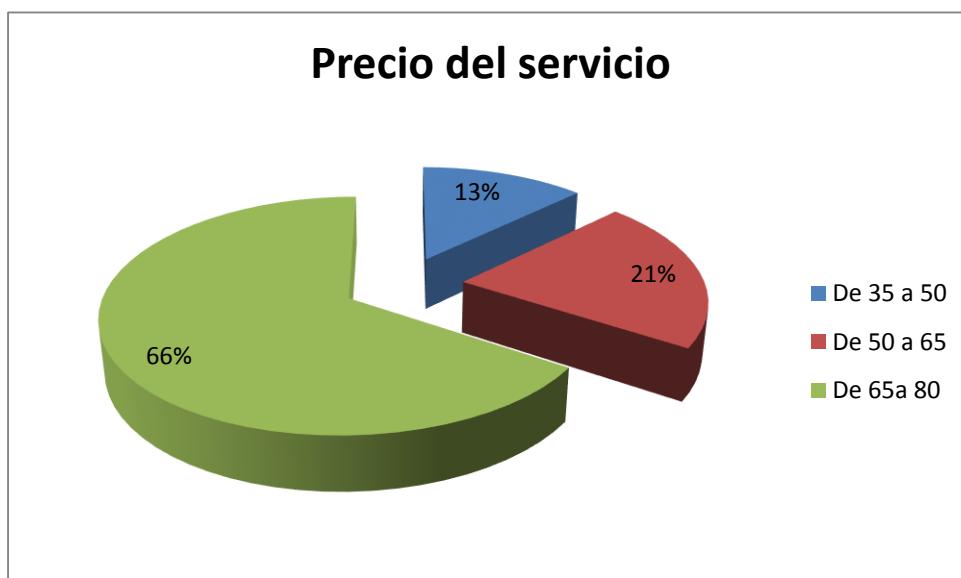
**Cuadro 16:**

**Pago por cuidados**

	TOTAL PARCIAL
De 35 a 50	15
De 50 a 65	25
De 65a 80	77
TOTAL:	117

**Gráfico 7:**

**Pago por cuidados**



Al tabular esta pregunta podemos darnos cuenta que la mayoría de nuestros encuestados están dispuestos a pagar hasta 80 dólares mensuales por el cuidado de sus hijos en el Centro de Desarrollo infantil.

**Pregunta Nro. 7 ¿Qué servicios son los que más tomaría en cuenta al momento de inscribir a su hijo/a en un centro de desarrollo infantil? Puede elegir más de una respuesta.**

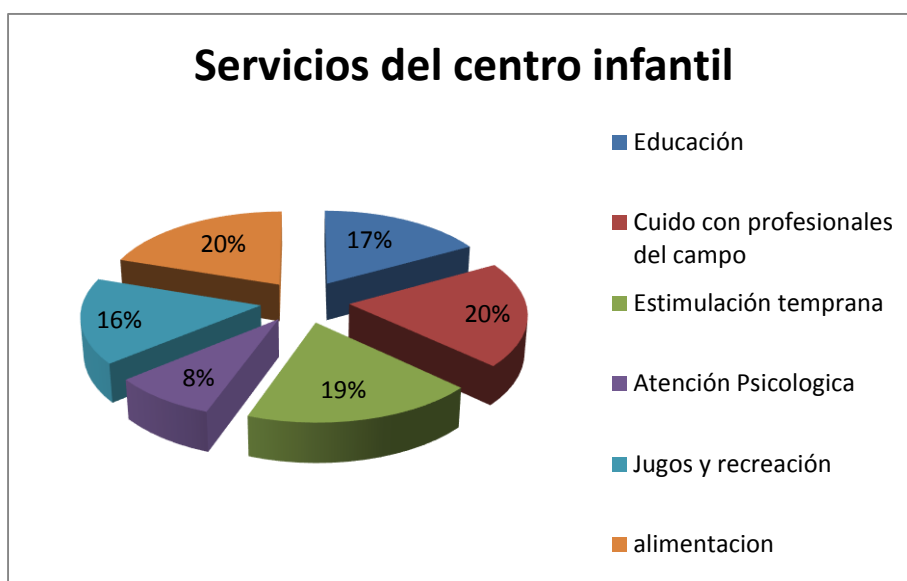
*Cuadro 17:*

*Servicios del centro infantil*

	TOTAL PARCIAL
<b>Educación</b>	100
<b>Cuido con profesionales del campo</b>	117
<b>Estimulación temprana</b>	110
<b>Atención Psicológica</b>	50
<b>Jugos y recreación</b>	95
<b>alimentación</b>	117
<b>TOTAL:</b>	<b>589</b>

*Gráfico 8:*

*Servicios del centro infantil*



Los servicios que va a prestar el Centro de Desarrollo infantil están de acuerdo con los requerimientos de los padres de familia de la localidad, con un bajo porcentaje en la atención psicológica debido a muchos factores que ellos desconocen, razón por la cual creen que es malo.

**Pregunta Nro. 8 ¿Qué horario escogería para la atención del centro infantil?**

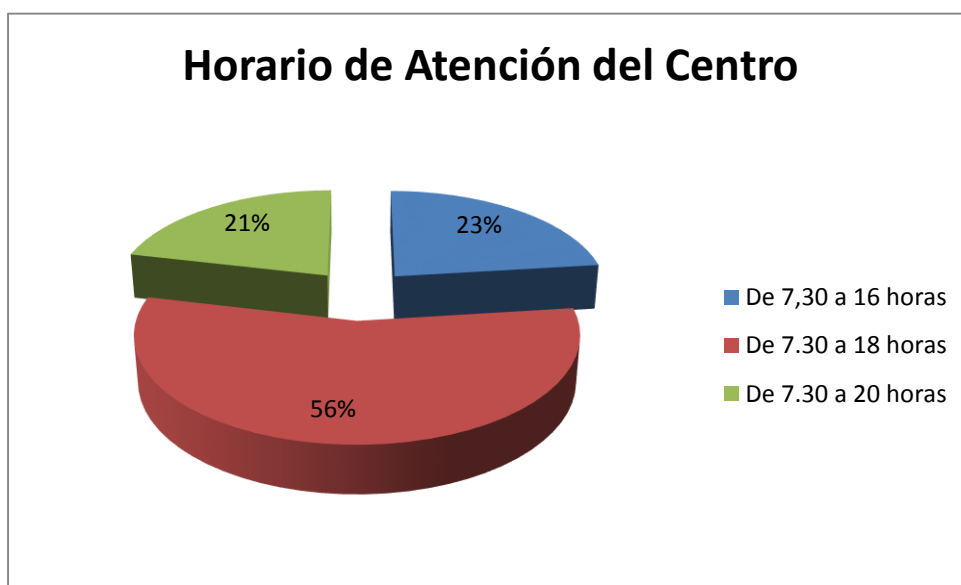
*Cuadro 18:*

*Horario de Atención del Centro*

	TOTAL PARCIAL
De 7,30 a 16 horas	27
De 7.30 a 18 horas	65
De 7.30 a 20 horas	25
TOTAL:	117

*Gráfico 9:*

*Horario de Atención del Centro*



La mayoría de los padres de familia encuestados el horario que más les interesa es el de 7.30 a 18 horas, todo esto se ve reflejado por asistir a sus trabajos, seguidos por el horario de 7,30 a 4 de la tarde, para terminar con un horario de 7.30 a las 20, la predilección de estos horarios razón más para la creación del Centro Infantil.

**Pregunta Nro. 9 ¿Qué servicios cree que debería tener el Centro Infantil?**

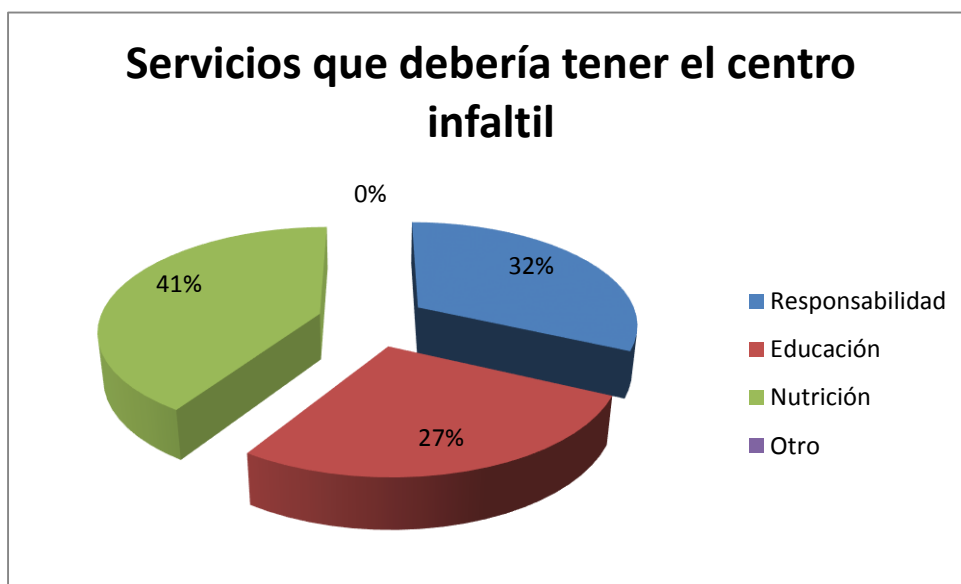
**Cuadro 19:**

**Servicios del Centro de Desarrollo Infantil**

	TOTAL PARCIAL
<b>Responsabilidad</b>	117
<b>Educación</b>	100
<b>Nutrición</b>	117
<b>Otro</b>	0
<b>TOTAL:</b>	334

**Gráfico 10:**

**Servicios del Centro de Desarrollo Infantil**



La responsabilidad y la nutrición es lo que más les interesa a los padres de familia en el cuidado de sus hijos para poder dejarles con mucha confianza en el centro infantil, seguido por la educación ya que son tan pequeños puesto que en la actualidad ya existe el primer año de educación inicial que van los niños que ya han cumplido 3 años de edad.

**Pregunta Nro. 10 ¿Por qué medios desearía recibir la información y promociones del Centro de Desarrollo Infantil?**

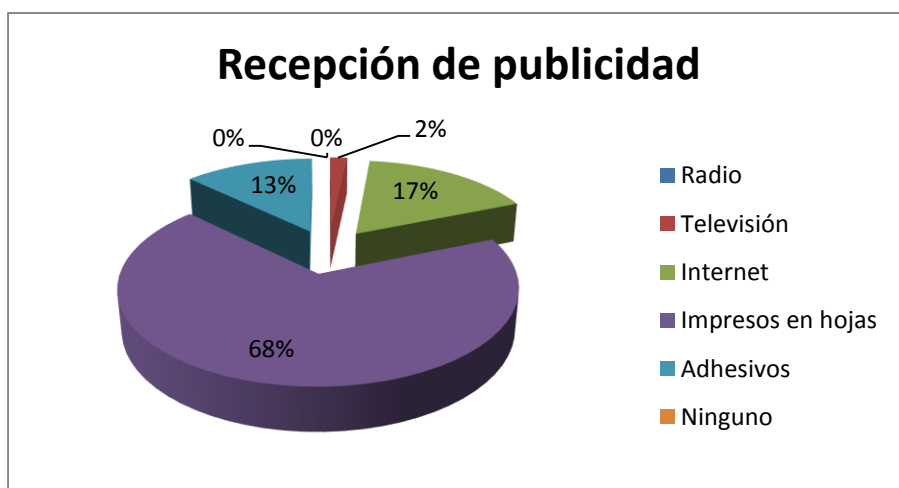
**Cuadro 20:**

**Recepción de publicidad**

	TOTAL PARCIAL
<b>Radio</b>	0
<b>Televisión</b>	2
<b>Internet</b>	20
<b>Impresos en hojas</b>	80
<b>Adhesivos</b>	15
<b>Ninguno</b>	0
<b>TOTAL:</b>	117

**Gráfico 11:**

**Recepción de publicidad**



A todas las personas entrevistadas les gustaría informarse sobre el centro infantil nuevo que se creara en la parroquia de Andrade Marín del Cantón Antonio Ante por todos los medios de comunicación posibles, mientras más visuales a la gente le llaman mucho la atención, la necesidad ingresa por la vista, todas estas informaciones serian aptas para darnos a conocer y crear una necesidad en la población.



### **Aplicación de las entrevistas**

Para la investigación que se realizó se ha determinado la aplicación de las entrevistas de forma general a padres de familia, administradores, propietarios de casa de huéspedes de los niños huérfanos, todo esto con el fin de determinar la demanda existente por este tipo de servicios en la parroquia de Andrade Marín del Cantón Antonio Ante.

La relación oferta – demanda favorece la apertura de nuevos centros, la demanda de los servicios de los centros de educación infantil es menos a la oferta actual de plazas, existen muy pocos centros en la parroquia. De hecho son muy pocas las guarderías o escuelas infantiles en su mayoría se sitúan fuera de la ciudad.

Al preguntar sobre la información de los centros infantiles o guarderías si los padres de familia utilizaban, en su mayoría fueron negativas, ya que las respuestas adicionalmente contestaban que no han encontrado una guardería donde les de confianza, seguridad para dejar a sus hijos allí.

Debido a la gran demanda inexistente de centros infantiles, lograremos un proyecto basado a las necesidades de los padres de familia, donde constara con todas las características que se necesita, focalizándonos de manera innovadora, con instalaciones modernas, con servicio de calidad para el infante.

### **3.10. Análisis de la oferta**

La oferta se define como la cantidad de servicios que los prestatarios están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas, en un determinado momento.

Para poder determinar la oferta existente en el Cantón Antonio Ante, se identificó el número de Centro Infantiles ubicado en la zona y posteriormente se determinó su evolución histórica durante los últimos 5 años.

Existen varios centros infantiles en la ciudad de los cuales se identificaron los más importantes que son 18 guarderías del estado con un mínimo de 40 niños. Cada una de ellas tiene un beneficio económico muy diferente, a continuación describiremos cada una de ellas.

En la parroquia de Andrade marina existe solo un centro de Desarrollo Infantil del Estado.

### **3.10.1. Comportamiento histórico**

En el área de los centros infantiles no existían datos históricos exactos, ya que en la mayoría no existen competencias entre sí, ya que corresponden al estado, debido a que solo se ha recogido solo datos específicos considerados para poder tener una variable que muestre su comportamiento de años anteriores.

### **3.10.2. Demanda actual**

Las diferentes ofertas que se definen por la cantidad de servicios que los prestatarios están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones dadas, en un determinado momento.

Para la determinación de la oferta existente en la parroquia de Andrade Marín del Cantón Antonio Ante, en toda la parte del centro se identificó solo 18 guarderías regentadas por el gobierno con una demanda de 40 niños cada una, pero estas están dispersas entre ellas, por otra parte se ha localizado varias de ellas pero a las afueras de la ciudad, lo cual no genera un resultado competitivo.

## OFERTA

Para poder determinar cuál sería la oferta histórica durante los últimos 4 años, se obtuvieron las tasas de crecimiento demográfico correspondientes a dichos periodos.

### 3.10.3. Proyección de la oferta

Se logró obtener el crecimiento de la población para la proyección de los siguientes 3 años, relacionado en base a los centros infantiles que existen actualmente con niños menores de 3 años.

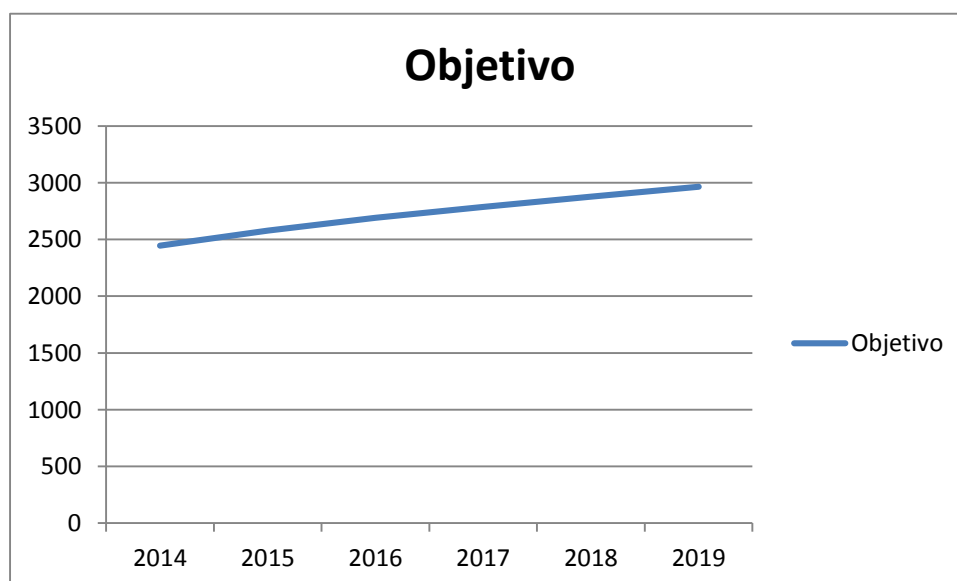
*Cuadro 21:*

*Proyección de la oferta*

AÑO	Objetivo
2014	2445
2015	2578
2016	2692
2017	2786
2018	2876
2019	2966

*Gráfico 12:*

*Proyección de la oferta*



### **3.11. Análisis de la demanda**

#### **3.11.1. Factores que la afectan**

Al observar los resultados anteriores en cuanto a la demanda insatisfecha de la inexistencia de las guarderías, ha hecho que nos motive para iniciar operaciones con la totalidad de su capacidad instalada.

Se ha realizado cálculos de crecimiento para los resultados de la demanda insatisfecha proyectada se ha obtenido tasas de crecimiento en años anteriores, que ha hecho crecer la desconfianza de los padres hacia las guarderías o ahora como son centro infantiles.

#### **3.11.2. Comportamiento histórico**

Conforme ha ido transcurriendo el tiempo se ha ido incrementando suficiente información acerca de la frecuencia en la demanda y por existir datos históricos se procedió a realizar un análisis de fuentes primarias de la población y las características que posee cada una de ellas.

Se obtuvo la información de los datos en cuanto a los ingresos de ganancias de cada persona que labora, en la parroquia de Andrade Marín del Cantón Antonio Ante, donde nuestro segmento irá dirigido para el 45% de hogares que padre y madre laboran o tienen un trabajo.

**Cuadro 22:****Salarios en El Cantón Antonio Ante**

INGRESOS	
SUELDOS	%
<b>354 - 400</b>	45%
<b>401 - 500</b>	20%
<b>601 - 700</b>	10%
<b>800 - 900</b>	8%
<b>901 - 1000</b>	6%
<b>1001 - 1100</b>	4%
<b>1101 - 1200</b>	3%
<b>1201 - 1300</b>	2%
<b>1301 - 1400</b>	1%
<b>1401 - 1500</b>	1.5%
<b>1501 - 1600</b>	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: autora

Los datos que se ha utilizado son a partir del año 2015 en adelante tomando en cuenta el ingreso dictado por el gobierno según la inflación anual.

De los datos obtenidos del INEC para el año 2015 se logró obtener el resultado del total de la población de la parroquia de Andrade Marín tanto urbano como rural, de niños de 0 a 4 años de edad, en un promedio de ingresos es de \$354 a \$400 mensuales por padre de familia.

En base a la información obtenida del censo se tomó los datos de la población total de la parroquia de Andrade Marín del Cantón Antonio Ante y el sector urbano y rural, se hizo el cálculo para los porcentajes de cada área, dividiendo el total para cada área, donde se obtiene el resultado del porcentaje, luego se utiliza el total de población urbano para el porcentaje obtenido, dará como resultado la población de niños de 0 a 3 años.

Todo el resultado anterior se calculara al porcentaje del 45% de ingresos que la mayoría de las personas de la parroquia ganan, de todos esos cálculos obtendremos el valor de 2445 el cual será nuestros niños objetivos.

De la información obtenida de las encuestas tenemos que el 81% están dispuestos a experimentar un centro diferente del actual, lo cual se hizo el cálculo de 2445 para el porcentaje de aceptación y su respuesta fue del 1980 niños que ingresarían al centro.

### **Demanda actual**

Los resultados obtenidos fueron en base a los datos obtenidos de los cuadros anteriores, el cual si registra una demanda que obtendremos para nuestro centro infantil.

#### **3.11.3. Proyección de la demanda**

Se logró obtener en base a los resultados anteriores del cálculo realizado para cada año, se lo obtuvo de la población de los niños de la población urbana, al cual va dirigido nuestro mercado, en los valores obtenidos se realizó la proyección para los años en curso.

### **Proyección demanda actual**

#### **3.12. Análisis de la demanda insatisfecha**

De acuerdo al levantamiento de la información de las encuestas y con los resultados obtenidos de la demanda insatisfecha es creciente, hecho que motiva a la guardería a iniciar operaciones con la totalidad de su capacidad instalada.

##### **3.12.1. Estimación de la demanda para el centro (proyección para cada servicio)**

Durante los datos obtenidos durante la realización de la encuesta y entrevista se logró definir el nivel y la tendencia que los clientes potenciales tendrían respecto a cada uno de los

servicios ofertados por la guardería. Estos porcentajes han sido considerados para racionalizar la demanda potencial con la cual contaría la guardería por cada tipo de servicio.

En cuanto al precio fijado para las pensiones, estos han sido fijados en base a precios de mercado promedio que emplean los competidores cuyas características de servicio son similares a las de la guardería.

En el siguiente cuadro se establecen los porcentajes y las cantidades que corresponden a dichos porcentajes.

**# De niños estimados para el cálculo = 50**

**Cuadro 23:**

**Estimación de la demanda por rubro de servicio**

VOLUMEN ESTIMADO DE INGRESOS POR MES				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL	
<b>Ingreso por Matriculas</b>	50,00	120,00	6000,00	120 en horario completo paga una sola vez al año
<b>Pensión horario completo</b>	50,00	80,00	40000,00	80 pago pensión mensual
<b>Cuidado por horas</b>	350,00	5,00	1750,00	5 la hora
<b>Fiestas Infantiles</b>	8,00	8,00	960,00	8 por niño, serán 15 por fiesta
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>			<b>48710,00</b>	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: autora

Los valores que se cobraran por tipo de servicio se encuentran expresados en términos anuales tomándose en cuenta las siguientes características:

- 120 dólares en horario completo que se paga una vez al año.
- 80 dólares pago pensión mensual en horario de tiempo completo.
- 5 dólares pago de cuidado por hora
- 8 dólares pago para cada niño que tenga una fiesta infantil, se ha realizado un aproximado de 10 niños por cada fiesta

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

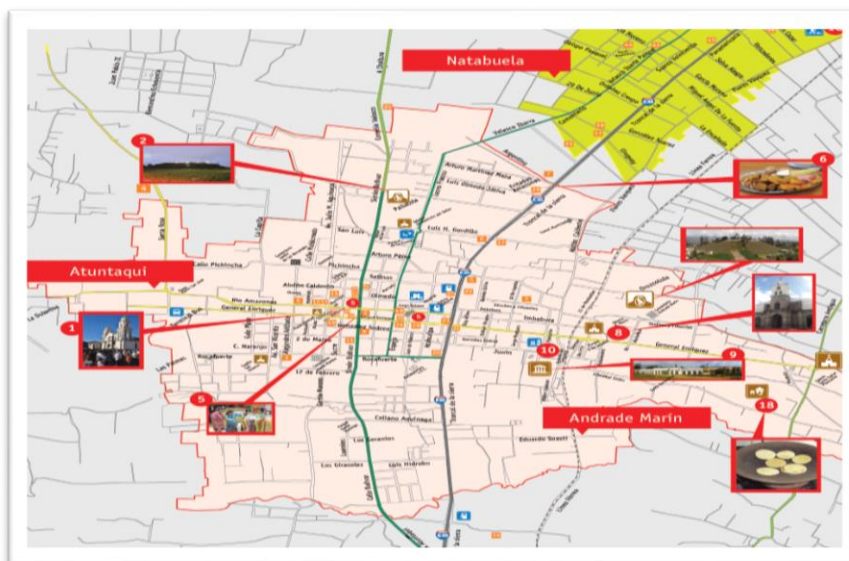
#### 4.1. Localización

Con la localización centrada del proyecto contribuiremos para lograr una mayor tasa de rentabilidad sobre el capital invertido. El objetivo de nuestro proyecto es llegar a determinar el sitio de los problemas en cuanto al funcionamiento de las guarderías utilizando para el efecto los resultados que se han obtenido de acuerdo a la investigación que se realizó, en cuanto a la parte económica de precios y costos en funcionamiento de los mismos y los servicios que prestan.

Lograremos un apropiado estudio de localización, los análisis se lo realizara desde el punto de vista de la macro y micro localización.

**Gráfico 13:**

**Localización (Mapa en los Anexos) otorgado por el Municipio de Antonio Ante**





#### **4.1.1. Macro localización**

Tendremos como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes. En cuanto a la localización del proyecto se tomara en cuenta algunos aspectos:

La insatisfacción de los padres de familia e inseguridad que les produce en las guarderías de la ciudad, el lugar adecuado para localizar el proyecto, la justificación de la selección con la relación a los siguientes factores globales:

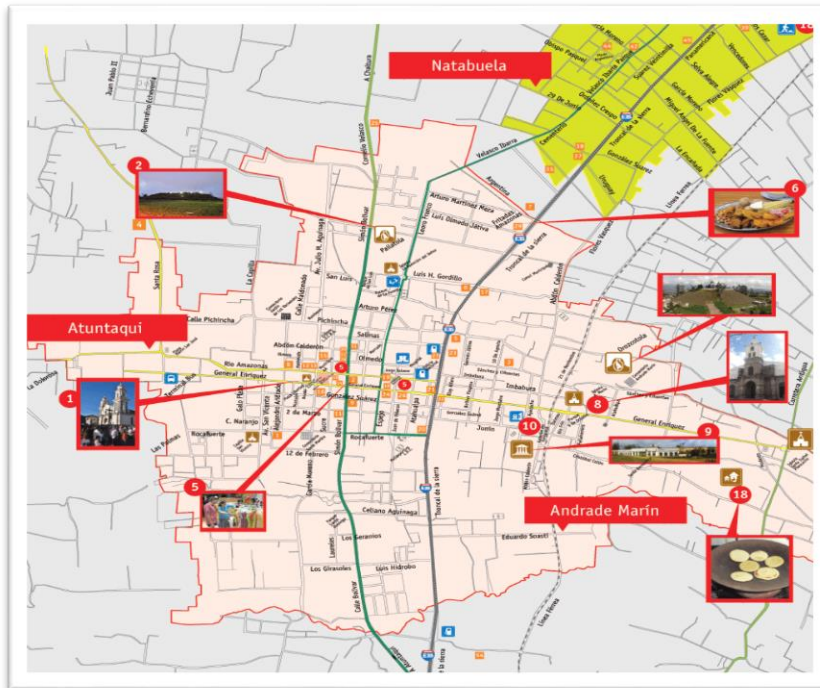
- Exigencias o requerimientos de los padres de familia
- -Medios y costos
- Disponibilidad y costo de mano de obra
- Fuentes de abastecimientos de materias primas
- Servicios básicos (energía eléctrica, combustible, agua)
- Cercanía del mercado
- Comunicaciones
- Condiciones de vida leyes y reglamentos
- Factores ambientales
- Actitud de la comunidad
- Condiciones sociales y culturales

Tomando en cuenta los factores globales el proyecto será ubicado en el Cantón Antonio

Ante.

### Gráfico 14:

#### Macrolocalización del Cantón Antonio Ante



#### 4.1.2. Micro localización

En la micro localización conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, busca seleccionar el emplazamiento óptimo del proyecto, básicamente se describe las características y los costos de la infraestructura, medioambiente, leyes y reglamentos imperantes en el emplazamiento, dirección del emplazamiento, dirección del emplazamiento.

Veremos la localización urbana, o suburbana o rural, verificaremos las condiciones de las vías urbanas, para todo esto se deberá tener en cuenta los costos de inversión en el pago de la construcción del centro, el lote de terreno es de nuestra propiedad, impuestos, auxilio de la policía, recolección de basura y mantenimiento por alcúotas por concepto de seguridad. Tomando en consideración estos factores de influencia al proyecto puede puntualizar la micro localización se utilizara el método de ponderación para localizar una empresa.

### **4.1.3. Factores de localización**

Determinaremos los factores para la localización que son: acceso a mercados, acceso a materias primas, mano de obra calificada, mano de obra no calificada, costo de mano de obra calificada, costo de obra no calificada, costo de transporte, disponibilidad de transporte, agua, energía eléctrica, apoyo legal, servicios médicos, servicios de seguridad, educación, actitud de la comunidad, restricción ambientales.

La cantidad demandada proyectada a futuro es quizás el factor condicionante más importante del tamaño, aunque este no necesariamente deberá definirse en función de un crecimiento esperado del mercado, ya que el nivel óptimo de operación no siempre será el que se maximice las ventas. El tamaño podría irse adecuando a mayores requerimientos de operación para enfrentar un mercado creciente.

En base a la información proporcionada por datos anteriores, hemos determinado que el lugar más conveniente para localizar el presente proyecto es en el centro del Cantón Antonio Ante, se tiene a disposición el lote de terreno que es de nuestra propiedad, podremos hacer una construcción acorde a las necesidades de un centro infantil, tenemos acceso a varios factores dentro de la ubicación correspondiente.

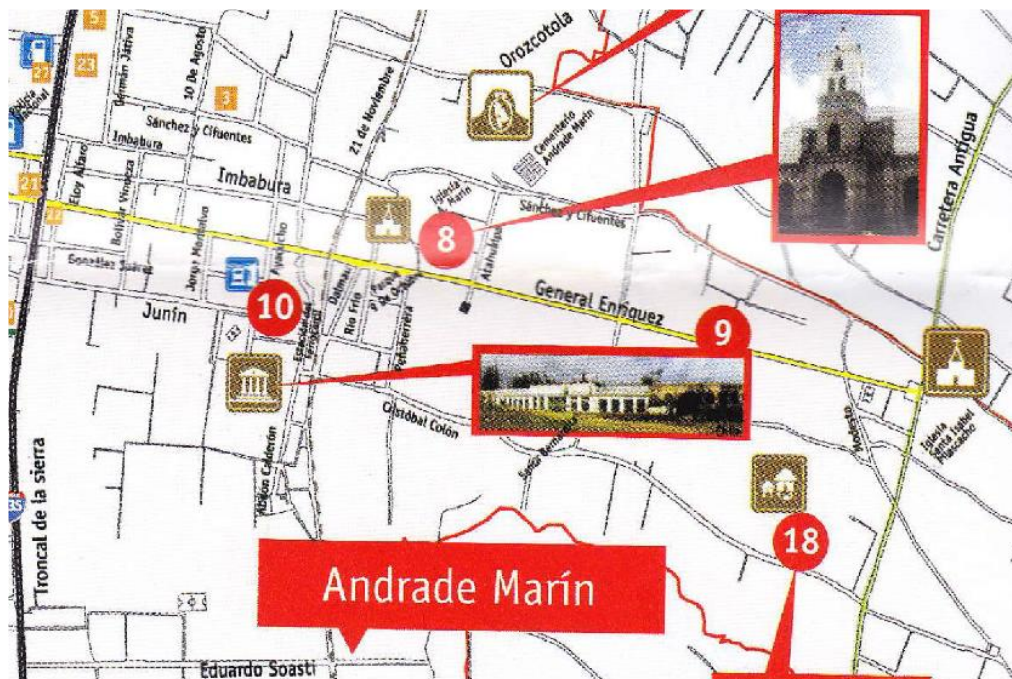
Uno de los factores principales es el acceso al centro infantil está ubicado cerca del centro de salud de la parroquia, de la iglesia, de la estación de ferrocarril, de la Ex Fábrica Textil Imbabura, donde las personas nos pueda reconocer, y a su vez si es necesario lleguen a utilizar nuestro servicio.

#### **1. El mercado**

Se ilustrara el sector escogido para el Centro Infantil, como se pudo observar en gráficos anteriores, la ubicación las calles: General Enríquez S/N.

## Gráfico 15

### Factores de localización



#### 4.2. Capacidad instalada

El terreno tiene 1040 m<sup>2</sup>, en cuyo espacio se podría llegar a construir en base a las reglas municipales: atrás, al frente y a los lados se debe dejar 3 metros de diferencia, y desde el portal 2,50m<sup>2</sup>, en planta baja y hasta 3 pisos de alto, proyecto estructural, proyecto arquitectónico y estudio de suelo.

Sin embargo para las necesidades del proyecto se construirá de 800m<sup>2</sup> en planta baja, donde podremos a disposición 3 aulas 3 dormitorios, 8 baños, un patio con una área grande de recreación, guardianía y estacionamiento para unos 5 vehículos.

Nuestro espacio será suficiente como para poder brindar servicio de cuidado infantil, alimentación, atención médica, atención psicológica, salón de juegos, juegos recreativos, poder realizar celebraciones al aire libre hasta para 50 niños.

El horario de atención será de 7:00 a 18:00 de lunes a viernes, si en caso de ser necesario se podría laborar los sábados, pero dependería mucho de la necesidad de los padres de familia, el costo surge de los resultados de las encuestas que serán de \$80 mensual con una inscripción de \$120 al año.

Aparte de esto se dará un servicio de atención por horas, que conforme se ha confirmado el valor de \$3 la hora, igual que el buen cuidado y buen servicio que todo infante requiere.

Será con el tiempo que nos daremos cuenta dependiendo de la necesidad que podamos construir un segundo piso, pero eso se lo verificara con el transcurso del funcionamiento el centro.

#### **4.3. Marca**

Es un logotipo o signo por medio de la cual vamos a identificar los servicios del Centro Infantil y diferenciarnos de la competencia.

El nombre y logotipo del Centro Infantil "GAVIANNY CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL" es el siguiente:

**Gráfico 16:****Logotipo del centro de desarrollo infantil**

Fuente: diseño propio  
Elaborado por: autora

El nombre escogido del centro pretende que logre ser atractivo y llamativo desde el punto de vista visual y como una referencia tipográfica sugerente.

La palabra *peque* busca despertar el primer incentivo de los padres de familia haciendo alusión al objetivo de conseguir un desarrollo integral de sus hijos, mientras que el colash de colores se utiliza para sustentar gráficamente la diversidad de actividades que se realizan tanto para niños como para niñas.

Un slogan o refrán buscamos conseguir que el cliente relacione calidad y seguridad, factores determinantes a la hora de elegir un buen lugar para dejar a sus hijos y que servirán para estimular la memoria fotográfica de los futuros clientes.

**Slogan: “El lugar adecuado donde dejar a sus hijos con seguridad y confianza”.**

#### 4.4 Requerimientos del proyecto

##### A) INVERSIÓN DE SOCIOS

###### *Cuadro 24:*

###### *Inversión de los Socios*

INVERSIÓN DE SOCIOS				
NÚMERO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD DE ACCIONES	V. ACCIÓN	V. TOTAL
1	SOCIO A	60	700,00	42.000,00
2	SOCIO B	20	700,00	14.000,00
3	SOCIO C	20	700,00	14.000,00
<b>TOTAL</b>		100		70.000,00

Fuente:

Elaborado por: autora

##### B) MAQUINARIA Y EQUIPO

Son aquellos aparatos mecánicos o electrónicos que resultan básicos tanto para la atención al infante, para el trabajo de oficina como para la operatividad y prestación de servicios de la guardería.

Se requiere del siguiente equipamiento:

###### *Cuadro N° 24*

###### *Maquinaria y Equipos*

CUADRO DE DETALLE DE EQUIPOS			
Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total
1	Tv. Led Sony	924	924
1	Mini Comp. Sony	1.230,00	1.230,00
1	Computadora Inter Core	1.815,00	1.815,00
2	Teléfonos	80,00	160,00
1	Mesa Pediátrica	350,00	350,00
<b>TOTAL</b>		<b>4.399,00</b>	<b>4479,00</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: autora

### C) COCINA Y LIMPIEZA

Corresponde a los implementos necesarios para la elaboración diaria del menú infantil acorde al cronograma establecido por la Gerencia.

**Cuadro 25:**

#### *Cocina y limpieza*

COCINA Y LIMPIEZA			
Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total
1	Microondas Indurama	154,00	154,00
1	Olla Arrocera Oster	86,00	86,00
1	Refrigera. Indurama	940,00	940,00
1	Batidora Oster	43,00	43,00
1	Cocina Praga Inducc.	1099,00	1099,00
1	Licuada Oster	115,00	115,00
1	Juego de Utensilios de cocina (ollas...etc.)	250,00	250,00
1	Mesa de trabajo madera	150,00	150,00
1	Estantería Metálica	200,00	200,00
	Otros	50,00	50,00
<b>TOTAL</b>		<b>3087,00</b>	<b>3087,00</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: autora

### D) EQUIPOS DE OFICINA

**Cuadro 26: Equipo de oficina**

EQUIPOS DE OFICINA			
Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total
1	Portátil HP uso Gerencia	800,00	800,00
1	Escritorio	150,00	150,00
1	Sillón para Gerencia	170,00	170,00
1	Mesa para reuniones con sillas	345,00	345,00
1	Archivador	180,00	180,00
<b>TOTAL</b>		<b>1645,00</b>	<b>1645,00</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: autora



**E) MUEBLEES Y ENSERES**

Muebles necesarios para la ambientación de las aulas durante el periodo de estadía de los infantes.

**Cuadro 27:****Muebles y enseres**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
5	Camas de 1 Plaza	110,00	550,00
6	Cunas para bebes	100,00	600,00
5	Colchones de 1 plaza	75,00	375,00
5	Almohadas para niños	5,00	25,00
5	Almohadas para bebes	3,00	15,00
1	Mueble para Tv.	85,00	85,00
1	Caja de bloques lógicos	20,00	20,00
1	Inserción Múltiple	15,00	15,00
5	Payasos de trapo	5,00	25,00
5	Cajas de Legos	15,00	75,00
5	Alcancías de figuras	2,00	10,00
10	Rompecabezas 2 años	5,00	50,00
10	Rompecabezas 3 años	5,00	50,00
10	Tablas de pre escritura	10,00	100,00
3	Revisteros Simples	30,00	90,00
3	Percheros para Parvularias	40,00	120,00
20	Sillas plásticas pequeñas	5,00	100,00
1	Teatrito para niños	90,00	90,00
1	Rincón de cocina 3 años	80,00	80,00
1	Rincón de sala 3 años	80,00	80,00
1	Rincón de dormitorio 3 años	70,00	70,00
1	Rincón de tienda 3 años	90,00	90,00
1	Rincón de carpintería 3 años	90,00	90,00
1	Planchador niñas 3 años	10,00	10,00
1	Juego de Columpio	220,00	220,00
5	Caballos brincadores	45,00	225,00
1	Túnel de gateo	60,00	60,00
1	Colchoneta	120,00	120,00
1	Piscina de bolas de espuma	245,00	245,00
80	Pelotas de lona	2,00	160,00
	Materiales didácticos en general	260,00	260,00
<b>Total</b>		<b>1992,00</b>	<b>4105,00</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: autora

## F) MENAJE

Corresponde a lencería y blancos que se emplearan en el centro infantil y sus múltiples servicios.

### Cuadro 28:

#### Menaje

MENAJE			
Cantidad	Descripción	V. Unitario	V. Total
10	Juegos de sabanas 1 plaza	13,00	130,00
10	Juegos de sabanas para cuna	8,00	80,00
6	Cobijas para cunas	5,00	30,00
12	Toallas medianas	9,00	108,00
2	Juegos de vajilla	45,00	90,00
3	Juegos de cubiertos 12 personas	35,00	105,00
20	Vasos para niños con diseños	2,00	40,00
20	Platos con diseños	3,00	60,00
<b>TOTAL</b>		<b>120,00</b>	<b>643,00</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: autora

## G) CONSTITUCIÓN Y ESTUDIOS DE PREFACTIBILIDAD

Corresponde a un gasto de tipo legal para la constitución jurídica de la guardería, incluyendo los desembolsos económicos en la tramitología necesaria para el registro legal de la compañía. Nota no son gastos reales, puede que cambie de acuerdo al tiempo de trámite.

**Cuadro 29:****Gastos de Constitución**

<b>CONSTITUCIO Y ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD</b>		
	<b>Columna1</b>	<b>Columna2</b>
<b>Descripción</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Gastos de constitución como CIA LTDA.	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
Gastos incurridos durante la puesta en marcha del Centro	\$ 150,00	\$ 150,00
Impuestos Municipales y Registros	\$ 200,00	\$ 200,00
Publicación en la prensa	\$ 120,00	\$ 120,00
Honorarios del Abogado	\$ 100,00	\$ 100,00
Imprevistos	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.070,00</b>	<b>\$ 2.070,00</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: autora

**H) SUELDOS**

Corresponde a las remuneraciones mensuales que vía rol de pagos se cancela al personal contratado por tiempo indefinido y los honorarios profesionales al personal contratado temporalmente.

**Cuadro 30:****Sueldos**

<b>TALENTO HUMANO CONTRATADO</b>								
<b>PERSONAL</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>REMUNERACIÓN MENSUAL</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>REMUNERACIÓN ANUAL</b>	<b>13° SUELDO</b>	<b>14° SUELDO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>APORTE PATRONAL AL IESS</b>
<b>Coordinador o Director</b>	1	500,00	500,00	6.000,00	500,00	354,00	250,00	729,00
<b>Educador/ra</b>	5	354,00	1.770,00	21.240,00	354,00	354,00	177,00	2.503,90
<b>COCINA</b>	2	340,00	680,00	8.160,00	340,00	354,00	340,00	991,44
<b>LIMPIEZA</b>	1	340,00	340,00	4.080,00	340,00	354,00	170,00	495,72
<b>CUIDADOR</b>	1	340,00	340,00	4.080,00	340,00	354,00	170,00	495,72
<b>TOTAL REMUNERACIONES</b>		<b>1.874,00</b>	<b>3.630,00</b>	<b>43.560,00</b>	<b>1.874,00</b>	<b>1.770,00</b>	<b>1.107,00</b>	<b>5.215,78</b>

**Cuadro 31:****Fondos de Reserva**

FONDOS DE RESERVA								
PERSONAL	CANTIDAD	SUELDO PROMEDIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL DE FONDOS DE RESERVA
<b>Coordinador o Director</b>	1	500,00	-	500,00	500,00	500,00	500,00	2.000,00
<b>Educador/ra</b>	1	354,00	-	354,00	354,00	354,00	354,00	1.416,00
<b>COCINA</b>	1	340,00	-	340,00	340,00	340,00	340,00	1.402,00
<b>LIMPIEZA</b>	1	340,00	-	340,00	340,00	340,00	340,00	1.360,00
<b>CUIDADOR</b>	1	340,00	-	340,00	340,00	340,00	340,00	1.360,00
<b>TOTAL REMUNERACIONES</b>		<b>1.874,00</b>	<b>-</b>	<b>1.874,00</b>	<b>1.874,00</b>	<b>1.874,00</b>	<b>1.874,00</b>	<b>9.370,00</b>

**I) SERVICIOS BASICOS**

Corresponde a los servicios básicos de agua, luz, teléfono e internet que se emplean diariamente como parte normal de la operación del servicio del Centro Infantil.

**Cuadro 32:****Servicios básicos**

SERVICIOS BÁSICOS		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	TOTAL ANUAL
AGUA	35,00	420,00
ELECTRICIDAD	20,00	240,00
TELÉFONO	16,00	192,00
INTERNET	22,00	264,00
<b>TOTAL</b>	<b>93,00</b>	<b>1.116,00</b>

**j) INSUMOS**

Corresponde a la provisión semanal de insumos alimenticios, y por otro lado a los materiales de higiene, mantenimiento y limpieza empleados por las áreas respectivas.

- Insumos alimenticios
- Materiales de higiene
- Materiales de limpieza

- Mantenimiento de las instalaciones

#### **k) SEGUROS**

Corresponde al pago de la prima de seguro contra todo riesgo contratado por la Guardería para salvaguardar la integridad de los activos productivos adquiridos por la compañía en caso de desastre, robo o incendio.

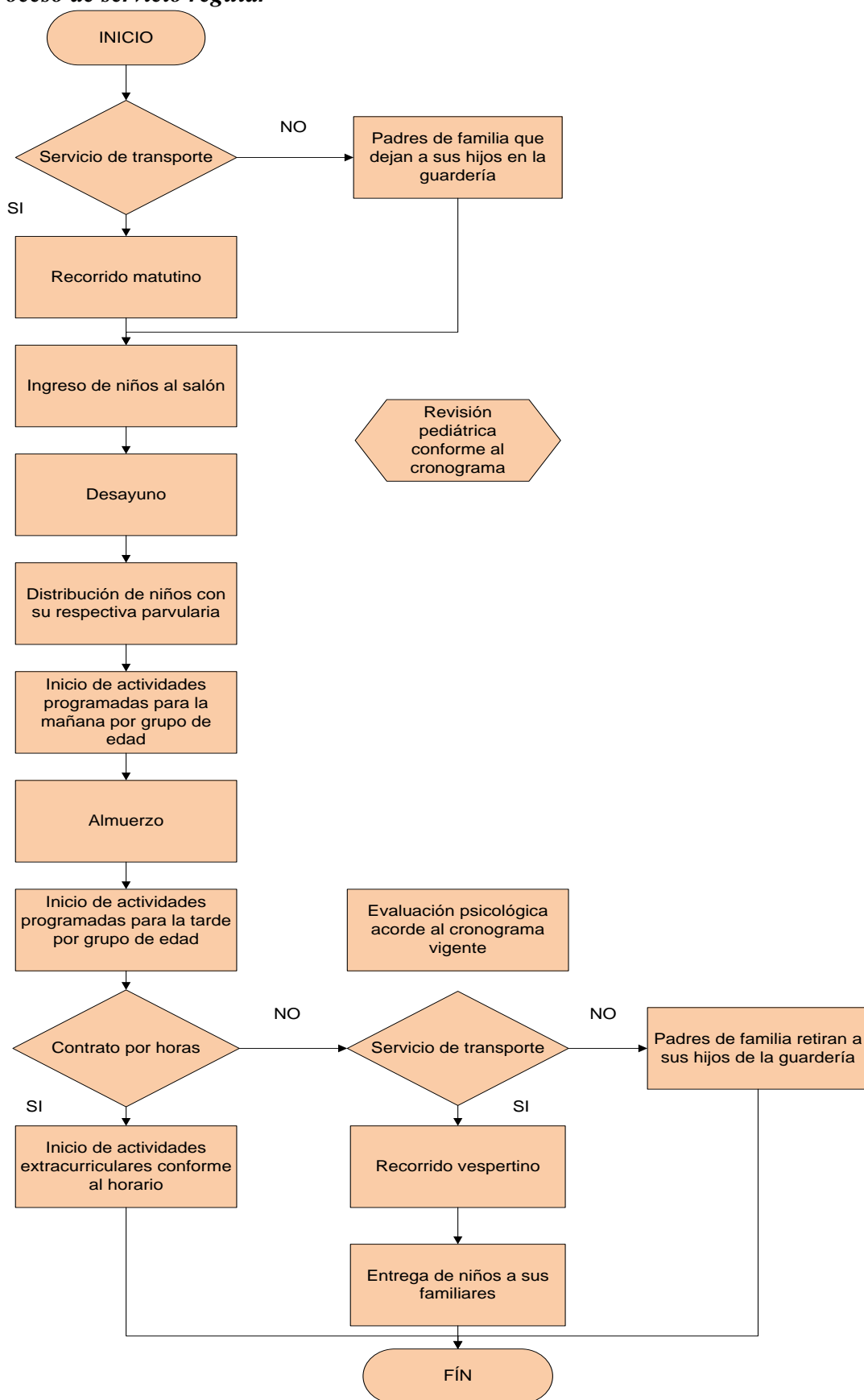
- Prima de la aseguradora: 1 a 2 % sobre el valor del activo

#### **4.5 Flujo del proceso de servicio**

El flujo del proceso muestra la consecuencia cronológica de todas las operaciones a realizarse.

Gráfico 17:

## Proceso de servicio regular



#### **4.6. Análisis ambiental**

Nuestro proyecto por naturaleza no tiene incidencia en el medio ambiente, es decir no es actor de contaminación. Pero son políticas que implementara nuestro Centro Infantil, el área de limpieza y mantenimiento se encargara de reciclar los desechos orgánicos y basura, clasificándola acorde a la respectiva normativa de clasificación de desechos para iniciar un proceso de reciclaje de papel y cartón conjuntamente con la empresa Reciclar de la ciudad, colaboraremos para el apoyo de este servicio.

Desde el punto de vista de sanidad ambiental, el lugar es apropiado para ubicar el Centro Infantil, en vista de que se encuentra a lado de un hospital y este por normas y reglas del estado permanecen limpias, la contaminación es muy poco comparada con las grandes ciudades.

Se pueden determinar el nivel o grado de conservación de la pureza de los elementos y factores del medio ambiente, de los recursos naturales, de la diversidad biológica, de los procesos ecológicos y demás condiciones que nos permitan el desarrollo y bienestar individual y colectivo de los seres humanos y demás seres vivos.

Por medio de un continuo y permanente proceso dirigido a la adquisición de valores, actitudes, capacidades y compromiso ético, a fin de desarrollar en la ciudadanía la conciencia y motivación para participar en la conservación del ambiente.

Para todo este desarrollo es muy importante la aportación del municipio en su gestión de logro para una calidad ambiental, que permite alcanzar un ambiente sano, seguro y ecológicamente equilibrado, que promueva en su jurisdicción la conservación o recuperación de los recursos naturales de su diversidad biológica y además elementos del ambiente, así como una mejor calidad de vida, según los términos establecidos en esta ordenanza.

## **4.7. Organización del centro infantil**

### **4.7.1. Constitución legal del centro infantil**

Nuestra empresa debe establecer una serie de leyes y cumplimientos, existen muchos reglamentos y normas de tipo técnico-jurídico de carácter interno y nacional para su implementación y funcionamiento.

La primera actividad a cumplir es la constitución legal de nuestra empresa, para lo cual se insertara la constitución de una empresa de servicios infantiles denominada "CENTRO INFANTIL GAVIANNY", cuyos accionistas y capital que se invertirá será un negocio familiar, como cabeza principal será la señora Laura Marina Tituaña Guerra de estado civil casada, domiciliado en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, mayor de edad legalmente capaz de contratar y obligarse, quien ejercerá sus actos por sus propios derechos y por los de representación, manifestando su voluntad de constituir la referida empresa.

La guardería será una microempresa de responsabilidad limitada, ya que el interés es que el negocio no sea administrado por otras personas que no sean parte de la familia.

La compañía de responsabilidad limitada es aquella que se forma con un mínimo de tres socios y un máximo de quince socios, quienes responden por las obligaciones contraídas solo hasta el monto de sus aportaciones individuales, cuyo capital se encuentra dividido en cuotas, no pudiendo constituirse ni aumentarse mediante suscripción pública, ni sus participaciones negociarse libremente, opera bajo una razón social o denominación objetiva a la que se le añade las palabras Compañía Limitada "Cía. Ltda.". Las principales características de este tipo de compañías son:



- Las participaciones no son libremente negociables, pues tienen un carácter cerrado. En caso de producirse la venta de dichas participaciones se necesita del consentimiento previo y unánime del resto de socios.
- El capital mínimo para constituirse es de \$ 70.000 al momento de constituirse la compañía el capital debe estar íntegramente suscrito y pagado al menos el 50% de cada participación si es en dinero, si es en especie debe ser pagado todo.

#### **a) Capacidad**

Las personas para asociarse deben ser legalmente capaces, es decir, deben poder contraer obligaciones por sí mismos.

#### **b) Domicilio**

Todo negocio tiene un único domicilio principal dentro del país y varios domicilios especiales donde funcionen agencias o sucursales. Para el caso de nuestro Centro Infantil será el sector Centro, en las calles General Enríquez S/N

#### **C) Objetivo Lícito**

Toda compañía se crea en el afán de llevar a cabo una actividad comercial o productividad que está enmarcada dentro de la ley. Para el caso de la guardería se define como la prestación de servicios de cuidado infantil dentro del territorio nacional, específicamente en el Cantón Antonio Ante.

#### **d) Aspectos Legales**

Para la apertura del establecimiento de cuidado infantil es necesario cumplir con ciertos requisitos necesarios los cuales se detallan a continuación:

## **Solicitud de Registro**

- Copia certificada de la escritura de la Constitución, aumento de Capital o Reforma de Estatutos, si se trata de personas jurídicas.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la oficina del Registro Mercantil, tratándose de personas jurídicas.
- Copia del Registro Único de contribuyentes (RUC)
- Fotocopia de la cedula de identidad, según sea la persona natural o ecuatoriana o extranjera.
- Copia de la papeleta de votación
- Fotocopia del contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario con la autorización de utilizar el nombre comercial.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de encontrarse registrada la razón social.
- Fotocopia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, sea el caso.
- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia)

### **e) Requisitos para obtener el R.U.C.**

RUC es el Registro Único de Contribuyente. Están obligadas a tener el RUC las personas que se dedican a tener actividad económica, profesionales, ejecutivos, artesanos.

Los requisitos para sacar el RUC son:

- Personas naturales: fotocopia de la cedula, cedula original, dirección del local, documento del agua, luz, papeleta de votación.
- Personas extranjeras: pasaporte y demás documentos de las personas naturales.
- En el caso de artesanos: fotocopia certificada de calificación artesanal.

- Para empresas: copia del estatuto de persona jurídica y la certificación de la Superintendencia de Compañías, fotocopia del nombramiento del gerente general, fotocopia de la cedula, certificado de votación, documento de agua o luz.

#### **f) PATENTE MUNICIPALES**

El impuesto de patentes municipales se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial y opere en la parroquia de Andrade Marín del Cantón Antonio Ante. La obtención de la patente se lo podrá realizar a partir del 2 de enero de cada año en la administración zonal respectiva.

#### **g) OBTENCION DE LA PATENTE**

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez:

- Presentar formulario de la declaración del RUC (001) original y copia, Ministerio de Finanzas y formulario de inscripción que se adquiere en Recaudaciones.
- Presentar la planilla de mejoras emitidas por el departamento de Salud Pública o Control Sanitario, para las actividades comerciales que requiere el permiso de funcionamiento.
- Copias de la cedula de identidad y papeleta de votación actualizada.
- Copia de la carta de pago de impuesto predial.

¿Cuánto demora el trámite?

Este factor también varía dependiendo de las municipalidades, pero se maneja un plazo de cinco días hábiles. Las patentes de alcoholes demoran entre 30 y 45 días.

## **h) CONTROL Y SANCION DE PERMISOS SANITARIOS**

Para la inspección de los locales lo realizan 6 inspectores por un periodo de 15 días, controlarán el cumplimiento de los permisos sanitarios en restaurantes, abarrotes, micro mercados, abastos bares, cafeterías, confiterías, consignaciones de frutas, huevos, papas, legumbres, pollos, gaseosas, frigoríficos, fuentes de soda, heladerías, pescaderías, picanterías, tercenos, talleres, entre otros.

El objetivo más que multar es que se cumplan las condiciones sanitarias y se presente el permiso, por esta razón como parte del control los inspectores entregan un instructivo de requisitos y capacitaran a los involucrados en la forma de llenar la solicitud del permiso.

Como dispone el Art. II 392 de la Ordenanza de Certificados de Salud y Permisos Sanitarios, publicada en el Registro Oficial del 16 de septiembre del 2004, los comisariatos municipales sancionaran según la gravedad de la falta, con multas que van entre 12, 75 a 150 dólares, según el giro, la categoría, clausuras por 60 días y definitivas.

Para calificar un local se cuenta con una planilla, que permite establecer un puntaje de calificación, en base al estado de pisos, paredes, iluminación, ventilación, baños, abastecimiento de agua, eliminación de aguas servidas, recipiente de basura, mobiliario en buen estado, protecciones contra la contaminación, refrigeración, el buen estado de las maquinas, equipos, utensilios, lavabos, etc. Faculta el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario.

## **i) OBTENCION DEL PERMISO**

Para la obtención del permiso se debe presentar en la Administración zonal respectiva lo siguiente:

- Certificado de uso de suelo
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de control sanitario.
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original)
- Certificados de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada, o certificado de exención del propietario.
- Presentar documentación original y copias.
- El trámite demora quince días laborables.
- El plazo máximo para obtener el permiso de funcionamiento es el 30 de junio de cada año.  
A partir de julio se obtiene, con el pago de la multa respectiva.
- Todo documento deberá ser original o copia certificada

#### **j) PERMISO DE INTENDENCIA DE POLICIA**

La intendencia de Policía se encargara de verificar que todos los documentos estén en regla de acuerdo al tipo de negocio, para lo cual es necesario contar previamente con el permiso sanitario y con el permiso de bomberos.

#### **k) PERMISO DE BOMBEROS**

Los permisos que debe cumplir son los siguientes:

- Extintor de incendios
- Salida de emergencias
- Baños para hombres y mujeres
- Dispensador de papel

- Secador de manos
- Dispensador de jabón

#### **1) PERMISO DE FUNCIONAMIENTO**

El representante legal de la unidad de atención, previa a su operación, solicita a la Dirección Distrital del MIES, el permiso de funcionamiento.

La Dirección Distrital del MIES otorga el permiso de funcionamiento, sustentado en el informe técnico, y procede al registro de la unidad de atención con la información requerida en el sistema respectivo.

#### **PROCEDIMIENTO**

- Los interesados deben presentar la solicitud adjuntando los requisitos detallados anteriormente, Subsecretarías Regionales o Direcciones Provinciales según corresponda.
- La Unidad Técnica de Desarrollo Infantil realiza el análisis de la documentación presentada y entrega a interesados el informe con las observaciones del caso.
- Una vez cumplidas las observaciones se realiza la inspección de las instalaciones.
- Elaboración de informe Técnico.
- Acuerdo Ministerial de autorización en caso de conformidad.

#### **TIEMPO DE TRÁMITE:**

- Aproximadamente 30 días, si se cumple con todos los requisitos.

NOTA: Trámite interno sin costo

#### **4.7.2. Estructura organizacional del centro infantil**

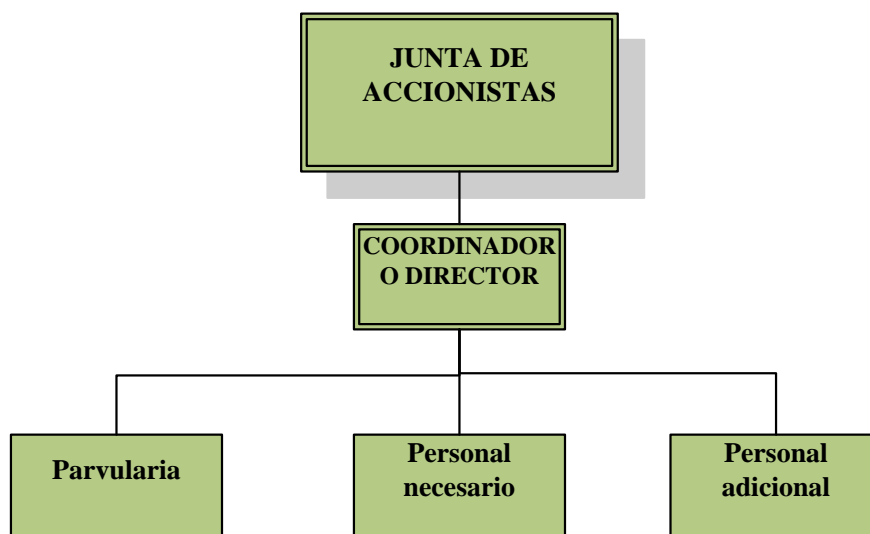
Toda estructura organizacional se representa a través de un organigrama, por lo tanto, este constituye en la columna vertebral de toda empresa, la misma que tendrá una actividad informativa que le permite alcanzar diversos propósitos, entre ellos:

- Para los niveles jerárquicos, facilita el campo de acción y su relación con las demás dependencias.
- Para los funcionarios, les permite conocer su posición relativa dentro de la organización
- Para los especialistas administrativos, les permite conocer la estructura actual y sus problemas
- Para el público, les permite tener una visión de conjunto del Centro Infantil

Para el diseño de la estructura organizacional propuesta para el Centro Infantil se debe tomar en cuenta la siguiente organización.

#### **4.7.3. Organigrama estructural**

Formaremos un cuadro donde cada uno corresponderá a la autoridad máxima en la empresa, que alrededor se encuentre el resto que constituye el nivel de organización, y se les liga con líneas, que representan los canales de autoridad y la responsabilidad.

**Gráfico 18:****Organigrama estructural de la guardería**

Fuente:

Elaborado por: autora

**4.7.4. Perfiles de los cargos**

Los cargos más relevantes en el Centro de Desarrollo Infantil según la normativa del MIES.

**Cuadro 33:****Perfiles**

PERFILES DE LOS CARGOS			
PERFILES DE LOS CARGOS	FORMACIÓN	EXPERIENCIA	HABILIDADES
COORDINADOR/RA O DIRECTOR/RA	Profesional de tercer nivel en educación Inicial o áreas afines.	Un año como director/ra, o Jefe de programas o actividades similares	Capacidad de liderazgo, trabajo en equipo, toma de decisiones, competencias administrativas, enfoque de derechos, creatividad y resolución de conflictos.
EDUCADOR/RA	Profesional de nivel tecnológico en educación inicial o áreas afines.	Un año como educador/ra de niños	Capacidad de liderazgo, trabajo en equipo, orientación al logro, creatividad y resolución de problemas

Fuente:

Elaborado por: autora



## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.1. Financiero

##### 5.1.1 Planilla de Inversión a realizarse en el proyecto

*Cuadro 34*

*Inversión a realizarse en el proyecto*

INVERSIÓN	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Maquinaria y Equipos		<b>4479,00</b>
<b>Maquinaria y Equipos</b>	4479,00	
Equipo de Oficina		<b>1645,00</b>
<b>Equipo de Oficina</b>	1645,00	
Cocina y Limpieza		<b>3087,00</b>
<b>Cocina y limpieza</b>	3087,00	
Muebles y Enseres		<b>3845,00</b>
<b>Muebles y Enseres</b>	3845,00	
Menaje		<b>643,00</b>
<b>Menaje de casa</b>	643,00	
Gastos de Constitución		<b>830,00</b>
<b>Gastos de Constitución</b>	830,00	
Gastos Operativos		<b>2400,00</b>
<b>Agua, luz, cable...etc.</b>	93,00	<b>1.116,00</b>
Promoción y propaganda	2100,00	<b>2.100,00</b>
Capital Operativo		<b>70000,00</b>
<b>Accionista A</b>	42000,00	
<b>Accionista B</b>	14000,00	
<b>Accionista C</b>	14000,00	
<b>TOTAL</b>		<b>86929,00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: autora

El estudio de las inversiones del proyecto tiene como objetivo analizar la información previamente establecida en el estudio de mercado y técnico para definir la cuantía de las

inversiones a fin de ser incorporada como un antecedente más en la proyección del flujo de caja que posibilite su posterior evaluación.

### 5.1.2 Depreciaciones

*Cuadro 35*

#### *Porcentaje de depreciación*

DEPRECIACIÓN	TIEMPO	%	DESGASTE DE ACTIVOS EN 5 AÑOS
<b>Equipo de Computación</b>	3 años	33%	100%
<b>Mobiliario y equipo de oficina</b>	10 años	10%	50%
<b>Valor de rescate del proyecto</b>	5 años	10%	
Promedio de desgaste de activos en 5 años			

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: autora

### 5.1.3 Salarios

*Cuadro 36*

#### *Proyección de salarios y cargas sociales mensuales*

TALENTO HUMANO CONTRATADO								
PERSONAL	CANTIDAD	REMUNERACIÓN MENSUAL	VALOR TOTAL	REMUNERACIÓN ANUAL	13° SUELDO	14° SUELDO	VACACIONES	APORTE PATRONAL AL IESS
<b>Coordinador o Director</b>	1	500	500	6000	500	354	250	729
<b>Educador/ra</b>	1	354	354	4248	354	354	177	500,78
<b>COCINA</b>	1	340	340	4080	340	354	170	495,72
<b>LIMPIEZA</b>	1	340	340	4080	340	354	170	495,72
<b>CUIDADOR</b>	1	340	340	4080	340	354	170	495,72
<b>TOTAL REMUNERACIONES</b>		<b>1874</b>	<b>1874</b>	<b>22488</b>	<b>1874</b>	<b>1770</b>	<b>937</b>	<b>2716,9</b>

### Proyección e gastos por sueldos y salarios en los 5 años

Todos los salarios y cargas sociales para los cinco años se realizan conforme con los incrementos salariales de los últimos años. En este proyecto se calcula con un incremento del 4% anual de acuerdo a la inflación presente en el país.

#### Cuadro 37

##### Proyección e gastos por sueldos y salarios en los 5 años

TRABAJADORES	AÑOS DE DURACION DEL PROYECTO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>TALENTO HUMANO</b>	22488,00	23387,52	24323,02	25295,94	26307,78
<b>APORTES AL IESS</b>	2776,90	2887,98	3003,50	3123,63	3248,58
<b>TOTAL</b>	<b>25264,90</b>	<b>26275,50</b>	<b>27326,52</b>	<b>28419,58</b>	<b>29556,36</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: autora

Este valor es solo por un mes de ingresos.

#### Cuadro 38

##### Proyección de ventas mensuales

VOLUMEN ESTIMADO DE INGRESOS POR MES				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL	
<b>Ingreso por Matriculas</b>	50,00	120,00	6.000,00	120 en horario completo paga una sola vez al año
<b>Pensión horario completo</b>	50,00	80,00	40.000,00	80 pago pensión mensual
<b>Cuidado por horas</b>	350,00	5,00	1.750,00	5 la hora
<b>Fiestas Infantiles</b>	8,00	8,00	960,00	8 por niño, serán 15 por fiesta
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>			<b>48.710,00</b>	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: autora

El valor de ingresos está calculado por el primer mes de la inversión.

## 5.2 Estudio económico

### 5.2.1 Análisis de rentabilidad

*Cuadro 39*

#### *Balance de Arranque*

BALANCE DE ARRANQUE		
PATRIMONIO	VALOR ACCIONES	TOTAL
CAPITAL		<b>70.000,00</b>
ACCIONISTA A	42.000,00	
ACCIONISTA B	14.000,00	
ACCIONISTA C	14.000,00	
TOTAL DE PATRIMONIO		<b>70.000,00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: autora

### 5.2.2. Inversiones previas a la puesta en marcha

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto, pueden agruparse en tres tipos, activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo.

## 5.3. Valor actual neto

El valor actual neto de un proyecto, puede ser definido como la sumatoria de los valores actualizados (a una tasa atractiva mínima de rendimiento), a una tasa adecuada o pertinente para el inversionista, del flujo neto de fondos.

**Cuadro 40****Valor actual neto**

FLUJO DE CAJA						
AÑO		1	2	3	4	5
TOTAL INGRESOS		83.767,00	113.580,00	133.800,00	154.200,00	222.000,00
TOTAL EGRESOS		67.749,15	84.972,59	86.032,20	106.256,11	108.466,80
SALDOS	-61.783,93	16.017,85	28.607,41	47.767,80	47.943,89	113.533,20
VAN de ingresos	\$ 368.462,05					
VAN de egresos incluido						
Inversión	\$ 308.673,24					
TIR	50%					
VAN	\$ 253.870,15					
TMAR	22%					
	TASA ACTIVA+INFLACION + RIESGO PAIS					
	9%      3%      10%					
	22%					

El valor actual neto calculado asciende a \$253.870,15, valor positivo y mayor que cero, por lo tanto respalda la rentabilidad del proyecto.

**5.4. Tasa interna de retorno**

Es aquella tasa de interés que iguala el valor actualizado del flujo de ingresos con el valor actualizado del flujo de costo, o es aquella tasa de interés que hace que el valor presente del proyecto sea igual a cero, midiendo la rentabilidad del dinero que se mantendría dentro del proyecto.

Esta tasa puede ser mayor o igual o menor al costo de oportunidad. Un proyecto es conveniente cuando el TIR es mayor que la tasa de oportunidad.

La tasa interna de retorno obtenida de los ingresos es del 50% valor superior a la tasa de descuento, por lo tanto respalda la rentabilidad del proyecto.

## 5.5. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y variables. Es necesario mencionar que no es una técnica para evaluar las rentabilidades de la inversión, ya que en el análisis no se considera la inversión fija, que da origen a los beneficios calculados.

Punto de equilibrio

- **Punto de equilibrio para el Año 1**

### *Cuadro 41*

#### *Punto de equilibrio*

COSTO FIJO	MENSUAL	ANUAL
Sueldos	4.802,19	59.989,98
depreciaciones	112,48	1.349,78
servicios básicos	85,00	1.020,00
<b>TOTAL</b>	<b>4.999,67</b>	<b>62.359,76</b>

COSTO VARIABLE	MENSUAL	ANUAL
Insumos	250,00	3000,00
Costos de mantenimiento	300,00	3.600,00
costo publicitario	139,17	1670,00
<b>TOTAL</b>	<b>689,17</b>	<b>8270,00</b>

COSTO FIJO	
1 – COSTO VARIABLE	
VENTAS	
62.359,76	
1 – 8.270,00	
83.767,00	
62.359,76	
0,90	

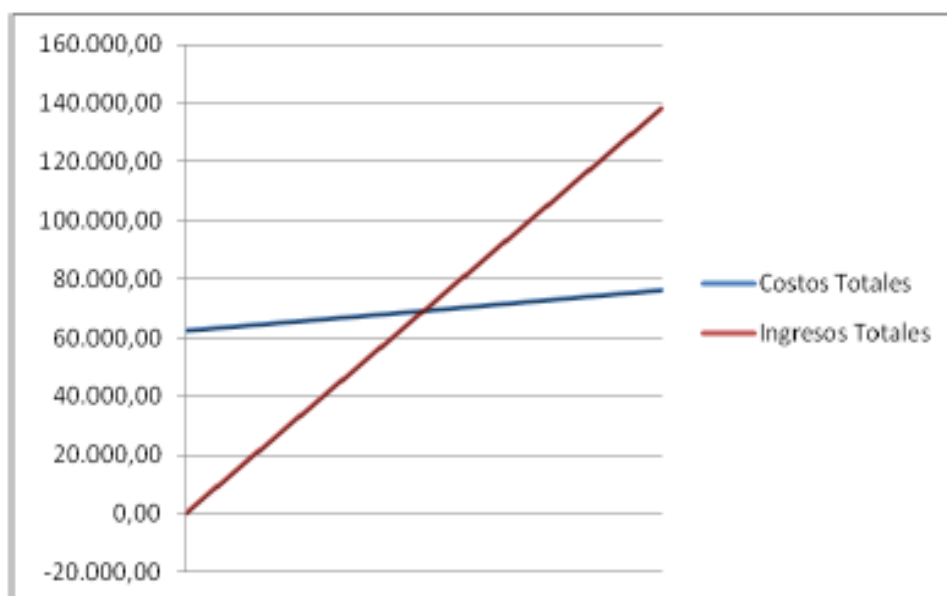
$P_e = 69.190,69$  dólares por el 1er AÑO

Al vender 69.190,96 dólares el proyecto ni gana ni pierde, ya que alcanza a cubrir exactamente su nivel de costos totales.

### **Punto de equilibrio año**

#### *Gráfico 19*

#### *Punto de equilibrio*



Al vender 69.190,69 dólares relacionado del 1er año, el proyecto ni gana ni pierde, ya que alcanza a cubrir exactamente su nivel de costos totales.

### **5.6. Periodo de recuperación del capital**

Se lo define como el plazo de recuperación real de la inversión, siendo el tiempo que se tarda exactamente en ser recuperada la inversión real en base a los flujos netos de caja que genera en cada periodo de su vida útil.

**Cuadro 42*****Período de recuperación de la inversión***

Periodo	Flujo de Caja	PIR
Año 0	-61.783,93	-61.783,93
Año 1	16.017,85	-45.766,07
Año 2	28.607,41	-17.158,67
Año 3	47.767,80	30.609,14
Año 4	47.943,89	78.553,03
Año 5	113.533,20	192.086,23

Realizando el cálculo de flujo acumulado, se obtiene que la recuperación del capital inicia en el 3er. año, es decir, a mediano plazo, tiempo suficiente para aprovechar la opción de reinvertir o ampliar con el fin de acelerar su crecimiento.

**5.7. Relación beneficio / costo**

La relación beneficio-costos será el indicador que nos señalara que utilidad tendremos con el costo que representa la inversión. Esta relación se obtiene dividiendo el valor actualizado de ingresos, para el valor actualizado de los costos. Este indicador puede tener los siguientes resultados:

- Si este es mayor a uno, significa que el valor actual de los ingresos es superior al valor actual de los egresos, por lo tanto el proyecto es rentable.
- Si es igual a uno, significa que el valor actual de los ingresos es igual al actual de los egresos, es decir, que la tasa de oportunidad utilizada es igual a la tasa de rentabilidad del proyecto, por tanto el proyecto es indiferente de inversión.





será muy factible, año a año con el ingreso de los niños ya sea por horario normal o el horario de servicio por horas, se recuperara lo invertido en los servicios adicionales como las fiestas infantiles que lograremos tener más ingresos para nuestro centro infantil.

## CAPÍTULO VI

### 6. PROPUESTA ESTRATEGICA

#### 6.1 La empresa

El negocio de la Guardería Infantil: Cía. Ltda. VEINTIMILLA TITUAÑA, se constituye en una propuesta válida para la creación de un Centro Infantil de desarrollo infantil en la parroquia de Andrade Marín del Cantón Antonio Ante, sector centro, atendiendo a las necesidades crecientes de sus pobladores, brindándoles soluciones modernas ante el desafío de cuidado y desarrollo de los niños y niñas que viven en el sector y no cuentan con un servicio de atención personalizado, con valor y calidad de servicio agregados.

La idea principal es poder brindar confianza a los padres de familia, ya que en su mayoría tienen un alto nivel de desconfianza que no encuentran fácilmente poder dejar a sus niños en manos desconocidas.

##### 6.1.1. Nombre o razón social

El nombre del negocio, constituido bajo la figura de compañía limitada, tiene la razón social de “**GAVIANNY CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL**”.

##### 6.1.2. Titularidad de propiedad de la empresa

La compañía es una sociedad limitada, integra como socios y accionistas a las siguientes personas:

##### - **Gabriel Veintimilla**

Socio y accionista mayoritario, con el 60% de participaciones.

**- Ana Veintimilla**

Socio y accionista, con el 20% de participaciones

**- Laura Tituaña**

Socio y accionista, con el 20% de participaciones

**6.1.3. Tipo de Empresa (Sector actividad)**

El servicio de Guardería se encuentra ubicado dentro del Sector Terciario de la economía nacional. En el sector terciario tiene lugar la actividad económica de la compra y venta, el intercambio de bienes y la prestación de servicios de consumo por cada uno de los miembros de la sociedad.

La economía mundial ha alcanzado unos niveles de desarrollo en donde el sector terciario ha adquirido gran importancia y es dentro del cual el proyecto de inversión pretende obtener mejores y mayores réditos económicos al tiempo que apoya el aporte al sector industrial de los cuidados y enseñanza pública y privada.

**6.2. Base filosófica****6.2.1. Misión**

GAVIANNY CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL satisface las necesidades de nuestros clientes, suministrándoles soluciones integrales de servicios modernos, de desarrollo integral y estimulación temprana para los niños y niñas dentro de un ambiente controlado y ameno.

GAVIANNY CENTRO DE DESARROLLO INFANTIL se encargara de que los niños y niñas reciban una atención adecuada a sus necesidades básicas (biológicas, cognitivas,

emocionales y sociales). Este centro tratara de dar una educación integral, que abarque todas las áreas en las que el niño pueda ser estimulado desde pequeño, para alcanzar su máximo desarrollo.

### **6.2.2. Visión**

Ser en el año 2020 la MARCA DE CUIDADO INFANTIL DE MAYOR RECONOCIMIENTO EN La ciudad, IDENTIFICADA por la excelencia en su trabajo en la prestación de servicios de cuidado infantil y modelo a seguir por sus altos estándares de gestión de calidad y optimización de los recursos renovables y no renovables.

### **6.2.3. Principios y valores**

#### **Con nuestros clientes:**

Nuestro compromiso es ganarnos la confianza absoluta de los padres de familia a través de la excelencia en el servicio, proporcionándoles un ambiente abierto y participativo, caracterizado por igualdad de oportunidades en el desarrollo físico y psicológico tanto de niños como de sus padres.

#### **Con nuestros empleados:**

El compromiso de atraer y retener gente profesional y ética, proporcionándoles un ambiente abierto y participativo, caracterizado por igualdad de oportunidades en el desarrollo personal y opciones de crecimiento personal, el hecho de que sea una empresa familiar no significa que no van a poder superarse, solo tenemos como accionista a los familiares, dentro de la institución se llegara a lograr objetivos para con los empleados.

**Con nuestros accionistas:**

El compromiso de proveer a los accionistas dividendos atractivos y justos. Se estará preparando para tomar riesgos prudentes con el propósito de alcanzar un crecimiento corporativo sostenido y a largo plazo.

**Con nuestros proveedores:**

El compromiso de negociar de forma justa y equitativa, sin perder nuestros clientes.

Con la sociedad:

El compromiso de ser representables, seguros iniciando y respaldando esfuerzos relacionados con el bienestar social y el medio ambiente.

Conseguiremos nuestra misión al implementar los siguientes valores:

**Capacitación constante:** Mantener personal altamente capacitado

**Innovación:** Desarrollar servicios innovadores PARA EL MEJOR APRENDIZAJE DE LOS NIÑOS.

**Familiaridad:** Crear vínculos únicos con los padres de familia y sus hijos

**Optimización:** Manejar racionalmente los recursos productivos permitiéndonos ser altamente competitivos.

**Aprendizaje:** Contribuir al desarrollo físico, intelectual, afectivo, social y moral de los niños o Fomentar adquisición de hábitos de vida saludable y una autonomía cada vez mayor en alimentación, higiene, sueño, salud y bienestar, Favorecer el conocimiento y respeto por el entorno.

## 6.3. La organización

### 6.3.1. Organigrama estructural

La organización empresarial está constituida dentro de tres niveles estratégicos:

#### **Junta General de Accionista**

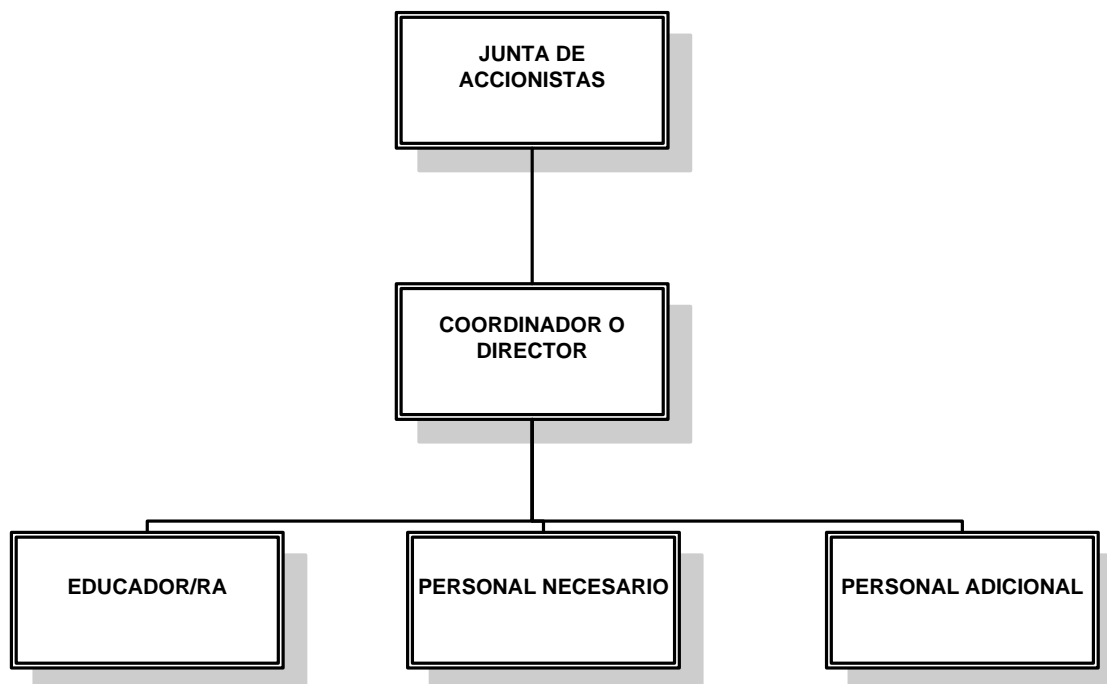
**Coordinador o Director:** conformado por la Dirección General

**Operativo:** conformado por el personal de apoyo médico y psicológico además del personal en parvulación.

Auxiliar: compuesto por el personal de higiene, mantenimiento, asistente de parvulación y personal de seguridad.

#### *Gráfico 20*

#### *Organigrama estructural*



Elaborado por: autora

### 6.3.2. Descripción de funciones

*Cuadro 44*

#### *Descripción de funciones*

PERFILES DE LOS CARGOS			
PERFILES DE LOS CARGOS	FORMACIÓN	EXPERIENCIA	HABILIDADES
COORDINADOR/RA O DIRECTOR/RA	Profesional de tercer nivel en educación Inicial o áreas afines.	Un año como director/ra, o Jefe de programas o actividades similares	Capacidad de liderazgo, trabajo en equipo, toma de decisiones, competencias administrativas, enfoque de derechos, creatividad y resolución de conflictos.
EDUCADOR/RA	Profesional de nivel tecnológico en educación inicial o áreas afines.	Un año como educador/ra de niños	Capacidad de liderazgo, trabajo en equipo, orientación al logro, creatividad y resolución de problemas

Fuente:

Elaborado por: autora

- Auxiliar: implementación de las normas de higiene, seguridad y asistencia conforme a la normativa de calidad autorizada por la Dirección general.

### 6.4.1 Estrategias de comercialización

#### a) Estrategias del producto

Define a las características del producto que se va a ofrecer a los consumidores.

El centro Infantil “GAVIANNY” ofrecerá los siguientes servicios:

- Habilidades motrices
- Fiestas infantiles
- Cuidado por horas
- Desarrollo armónico en las diferentes áreas.



## **b) Estrategias de Precio**

Determina el costo financiero total que el producto representa para el cliente incluida su distribución, descuentos, es decir el precio es una expresión del valor del producto para los consumidores potenciales.

Uno de los factores de éxito de una empresa radica en la eficiencia en la fijación de los precios. La empresa debe mostrarse sensible a las variaciones de los hábitos de compra y a la aceptación por parte de los clientes por sus precios.

Debe esforzarse por no fijar precios exagerados, ya que de esta manera se puede limitar el número de servicios vendidos, además al mismo tiempo se debe tener en cuenta los costos y el margen de utilidad. Existen varios métodos y políticas para fijación de precios a continuación se detallan los que aplicaran el Centro Infantil.

- Enfoque de precio basado en el comprador
- Enfoque de precio determinado por el valor percibido
- Enfoque de precio basado en la competencia

Para el enfoque de precio basado en el comprador, toma en consideración para la fijación del precio de los servicio el valor que está definido en el sondeo realizado en la aplicación de la encuesta.

Para el precio determinado por el valor percibido está determinado en el estudio de mercado en donde se realizó la siguiente pregunta: ¿En caso de encontrar un centro infantil con todas estas características usted estaría dispuesto a pagar por horario completo? Menos de \$80 dólares.

Para el enfoque basado en la competencia, la empresa debe evaluar los precios y la calidad de los productos de la competencia, es decir, se debe tomar en cuenta los precios de los servicios infantiles del mercado para fijar el precio final de los servicios que oferta el Centro Infantil “GAVIANNY”.

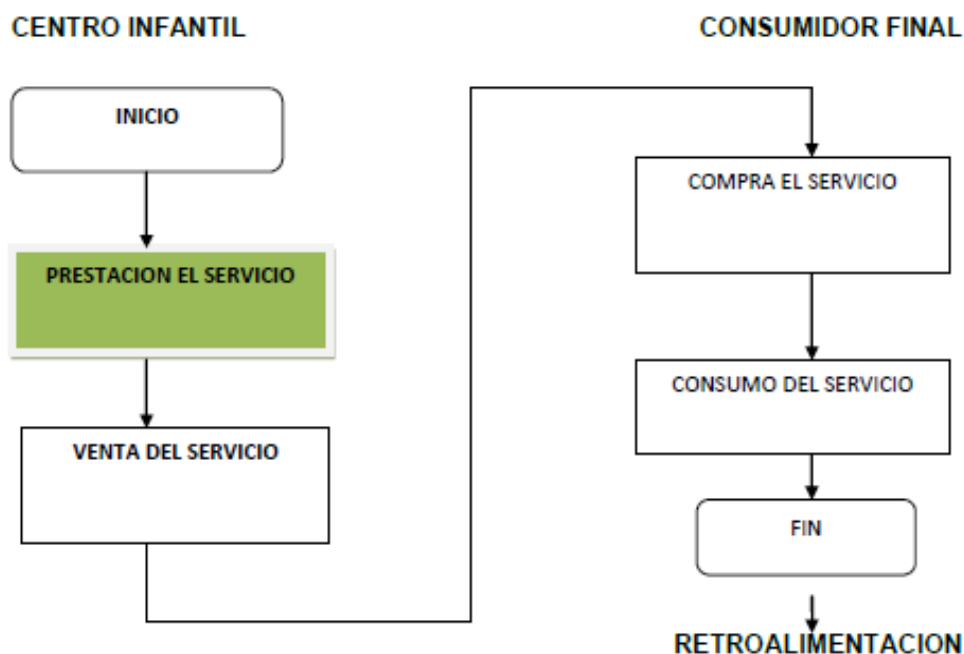
### c) Estrategias de distribución

Determina a los intermediarios (minoristas) a través de los cuales el servicio llegara a los consumidores finales.

La estrategia que aplicara el Centro Infantil “GAVIANNY” es el canal directo, aplicamos esta estrategia por cuanto no existen intermediarios, es decir, el Centro Infantil ofertara sus servicios directamente al consumidor final.

#### *Gráfico 21:*

##### *Canal directo*



## **Estrategia de promoción**

Seleccionan los medios para hablar con los intermediarios en la distribución de los productos, así como también con sus consumidores actuales y potenciales.

Las estrategias que utilizara el Centro Infantil Guardería “GAVIANNY”, son las siguientes:

### **e) Publicidad escrita**

Colocar afiches en los alrededores de la parroquia de Andrade Marín del Cantón Antonio Ante cerca de las avenidas principales, ofertando los siguientes servicios como valor agregado a un centro infantil que contara con alimentación, talleres, inglés, estimulación temprana, seguridad y monitoreo permanente.

- Habilidades motrices
- Fiestas infantiles
- Cuidado por horas
- Desarrollo armónico en las diferentes áreas.

### **f) Promoción en radio**

Además se realizaran estrategias publicitarias en las radios, de la localidad como son: La Fabrica F.M., La Mágica y Radio Popular entregando documentos para las personas que escuchen y logren obtener un descuento al momento de la inscripción del niño en nuestro centro.

Contratar una cuña publicitaria en radio, promocionando los servicios agregados de la guardería y sus beneficios.

**g) Prensa escrita**

Publicar en medios impresos de prensa, un clasificado promocionan los servicios agregados de la guardería, sus beneficios y un croquis de ubicación.

**h) Valla estática**

Para que la guardería cuente con una imagen distintiva se elaborara una valla estática iluminada que contenga el imago tipo de la guardería que va hacer colocada en la entrada del local, que puede ser visible desde una distancia de 200 m.

**i) Material promocional**

Se entregaran gorras, camisetas y esferográficos con el logotipo de la guardería para la familia que vayan inscribiendo a sus hijos e hijas, el material promocional a entregar se calcula a abastezca durante 5 meses.

Para las estrategias publicitarias citadas se elabora el siguiente cuadro de costos:

**Cuadro 45:****Presupuesto para la estrategia de medios y promoción**

ESTRATEGÍA DE PROMOCIÓN					
Estrategias de medios	Nombre	V. Unitario	Cantidad de tirajes y Publicaciones	Tiempo de Exposición	V. Total
<b>Prensa Escrita</b>	Diario del Norte	120,00	3	3 días	120,00
<b>Radio</b>	La Mágica	500,00	10 diarias	30	500,00
<b>Hojas volantes</b>	Digital sprint	150,00	1000 hojas	Permanente	150,00
<b>Valla Estática</b>	Digital sprint	280,00	4 X 3	una sola vez	280,00
PROMOCIONES					
<b>Camisetas</b>		5,00	100		500,00
<b>Esferográficos</b>	Digital sprint	0,50	300		150,00
<b>Gorras</b>		4,00	100		400,00
<b>Total</b>					<b>2100,00</b>

Elaborado por: autora

## **6.4.2. Estrategias empresariales**

### **1. Estrategias mercadológicas de posicionamiento**

- Penetración en el mercado. Esta estrategia se la ejecutara por medio de una alta inversión en publicidad.
- Desarrollo del mercado. Ambas utilizaran esta estrategia a través de la introducción del producto en zonas geográficas nuevas.
- Definir el mercado meta, nos referimos a un grupo bastante homogéneo de clientes a quienes debemos atraer con nuestro servicio adecuado.
- Se lograra un posicionamiento de nuestro producto para que ocupe un lugar claro, distinto y deseable, en relación con los productos de la competencia, en las mentes de los consumidores meta.

### **2. Estrategias operativas**

- Desarrollo del producto. Estrategia a implementarse por medio de la adquisición de tecnología innovadora.
- Integración hacia atrás. En años posteriores y analizando las condiciones en la que la empresa se encuentra con los proveedores se podría tomar mayor control sobre estos, manteniendo tarifas de adquisición sostenibles a medio plazo.

### **3. Estrategias financieras**

- Diversiones concéntricas. En el futuro se podría dar la opción de introducir al mercado productos nuevos y relacionado con los existentes, elevando el nivel de ingresos y bajando el punto de equilibrio.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Los impactos son posibles consecuencias que pueden presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificando y cuantificando sus bondades o defectos de acuerdo a ciertas dimensiones e indicadores.

Para evaluar el presente proyecto se ha utilizado una matriz con una serie de indicadores, los cuales han sido tabulados con una ponderación de alta, media o baja, tanto positiva como negativa, de acuerdo a la siguiente tabla:

#### *Cuadro 46*

#### *Niveles de impacto*

Niveles de Impactos	Ponderación
Impacto Alto Positivo	3
Impacto Medio Positivo	2
Impacto Bajo Positivo	1
Punto de Indiferencia	0
Impacto Bajo Negativo	-1
Impacto Medio Negativo	-2
Impacto Alto Negativo	-3

Elaborado por: Autora

Los impactos más relevantes que se han tomado en cuenta para el análisis en este trabajo son: social, económico, ambiental, ético, cultural y tecnológico.

## 7.1. Impacto social

*Cuadro 47*

*Indicador del impacto social*

INDICADOR	NIVELES						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuentes de trabajo							X
Calidad de vida							X
Integración con la comunidad						x	
<b>TOTAL</b>						2	6
$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$ $\text{Nivel de impacto} = \frac{8}{3} = 2,66$ <p style="text-align: center;"><b>Nivel de Impacto Social = Positivo Alto</b></p>							

Elaborado por: Autora

### **Análisis:**

El beneficio social más importante del proyecto es la generación de fuentes de trabajo para las familias del sector, con lo que permitirá disminuir los índices delincuenciales, el nivel de pobreza y otros problemas sociales.

La microempresa permite integrar a la comunidad, por cuanto esta relación contribuye al desarrollo socio-económico del cantón Antonio Ante.

## 7.2. Impacto económico

*Cuadro 48*

*Indicador del impacto económico*

INDICADOR	NIVELES						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Incremento de Ingresos familiares						X	
Efecto Multiplicador							X
Rentabilidad del proyecto						X	
Generación de valor agregado						X	
<b>TOTAL</b>						6	3
$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$ $\text{Nivel de impacto} = \frac{9}{4} = 2,25$ <p style="text-align: center;"><b>Nivel de Impacto Económico = Medio Positivo</b></p>							

Elaborado por: Autora

### **Análisis:**

El proyecto tiene un impacto económico de medio positivo, por cuanto su ejecución no permitirá que muchas personas sean favorecidas en relación a obtener una remuneración económica significativa que les brinde una sostenibilidad familiar. Adicional a ello no existirá un efecto multiplicador de la economía, que promueva la generación de riqueza dentro de la cadena productiva de la empresa de muebles de caña guadua, así como para sus accionistas.



### 7.3. Impacto ambiental

*Cuadro 49*

**Indicador del impacto ambiental**

INDICADOR	NIVELES						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Manejo adecuado de los desechos			X				
Polución del aire			X				
Contaminación auditiva			X				
Contaminación del agua			X				
<b>TOTAL</b>			-4				
$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$ $\text{Nivel de impacto} = \frac{-4}{4} = 0$ <p style="text-align: center;"><b>Nivel de Impacto Ambiental = Punto de indiferencia</b></p>							

Elaborado por: Autora

**Análisis:**

Como se puede observar, el nivel de impacto ambiental de este proyecto está en el punto de indiferencia pues al tomarse en cuenta todos los principales aspectos generadores de contaminación se ha determinado que no hay contaminación, garantizando un proceso adecuado en las operaciones del proyecto.

#### 7.4. Impacto cultural-educativo

*Cuadro 50*

*Impacto cultural educativo*

INDICADOR	NIVELES						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de cultura alimentaria							X
Generación de conocimientos						x	
Creatividad e innovación							x
Aplicación de conocimientos académicos						x	
<b>TOTAL</b>						4	6
$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$ $\text{Nivel de impacto} = \frac{10}{4} = 2,5$ <p style="text-align: center;"><b>Nivel de Impacto Cultural-educativo = Alto Positivo</b></p>							

Elaborado por: Autora

#### **Análisis:**

En el ámbito cultural-educativo el proyecto tendrá un impacto alto positivo, ya que al ofertar un producto con calidad. Por otra parte el proyecto se constituye en un importante generador de conocimientos que facilita la investigación en beneficio de la comunidad local, De igual forma, es un medio adecuado para reflejar la aplicación de los conocimientos académicos adquiridos en las cátedras universitarias, y permite el desarrollo de la creatividad e innovación a través de la investigación.

## 7.5. Impacto tecnológico

*Cuadro 51*

### *Impacto tecnológico*

INDICADOR	NIVELES						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de un “know how”							X
Aplicación de tecnología de punta						x	
<b>TOTAL</b>						2	3
$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$ $\text{Nivel de impacto} = \frac{5}{2} = 2,5$ <p style="text-align: center;"><b>Nivel de Impacto tecnológico = Alto Positivo</b></p>							

Elaborado por: Autora

### **Análisis:**

El proyecto es un potencial generador de tecnología en la en la orientación desde sus primeros años de edad, a los infantes de los sectores involucrados con nuestro centro de desarrollo infantil.

Para una gestión efectiva de los procesos productivos y administrativos se requiere de un equipo de cómputo de última generación que permita organizar, controlar y operar en forma planificada y sistematizada.

## 7.6. Impacto general del proyecto

*Cuadro 52*

### *Impacto general del proyecto*

IMPACTOS	NIVELES						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Social						x	
Impacto Económico						x	
Impacto Ambiental						x	
Impacto Ético							X
Impacto Cultural-Educativo							X
Impacto Tecnológico							X
<b>TOTAL</b>						6	9
$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$ $\text{Nivel de impacto} = \frac{15}{6} = 2,5$ <p style="text-align: center;"><b>Nivel de impacto general del proyecto = Positivo</b></p>							

Elaborado por: Autora

### **Análisis:**

El impacto general del proyecto es medio positivo, lo cual genera buenas expectativas para la creación del proyecto, ya que, no solo la Microempresa va a ser beneficiada, sino también, la comunidad en general del Cantón Antonio Ante de la provincia.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

- Para la economía de nuestro país se ha venido experimentando varios crecimientos, debido a estos cambios generados esto se ha constituido una variable de oportunidad para nuestro Ecuador, y por medio de esto se ha logrado también la creación de empresas debido a su significativo crecimiento.
- Existe un gran apego en la familia en cuanto a los valores y cuidados de los niños, los padres en su gran mayoría no tienen la suficiente confianza como para dejar en cualquier mano a sus hijos, esto genera una gran oportunidad para los centros infantiles con características que cumplan dichos valores y cuidados. En nuestra inversión se lograra una acogida para los habitantes de la ciudad, focalizados tanto en las necesidades de los padres como de sus hijos.
- Dado el crecimiento demográfico de la población del Cantón Antonio Ante y el crecimiento poblacional de los niños en la provincia de Imbabura, es importante recalcar que existen entradas de nuevas instituciones pero pocos dedicados para el cuidado del infantil, la demanda más está dirigida para niños a partir de los 4 años para que ingresen a estudiar, muchos de ellos no están dispuestos a brindar un cuidado para el infante. Los pocos centros o guarderías no son considerados como competidores potenciales, ya que es un solo centro que se considera competencia para nosotros. Esta es una variable importante para poder hacer factible nuestro proyecto.
- En cuanto a la investigación de mercados que se realizó nos estableció un importante dato para nosotros poder determinar cómo estaba el mercado, si existe demanda suficiente para implementar una empresa o no.

- Para el presente estudio, hemos determinado que el 90% de encuestados, estiman conveniente crear una guardería que ofrezca los siguientes servicios: fiestas infantiles, cuidado por horas, dar confianza a los padres de familia, servicio con buena calidad, por lo tanto se llegó a concluir que existe demanda por la creación de estos servicios sin existir una oferta acorde con dichos requerimientos para satisfacer todas las necesidades.
- Se determinó que los centros infantil a los que los encuestados envían a sus hijos, no cuentan con los servicios básicos que todos los padres de familia requieren, no tienen un cuidado por horas que en su mayoría necesitan.
- Nuestro presente estudio va dirigido para aquellos padres de familia, que por diversas razones tienen la necesidad de enviar a sus hijos a un centro de servicios infantiles, en el Cantón Antonio Ante con un nivel socio económico medio.
- Al momento de crear una empresa de servicios infantiles generara puestos de trabajo para mano de obra directa e indirecta.
- La mayoría de las personas encuestadas dicen que sus hijos se encuentran entre 0 a 11 meses son del 21, 74%, los siguientes dicen que sus hijos se encuentran entre 12 meses a 1 año 6 meses de edad el 19, 13% seguidos que señalan que sus hijos están en una edad que oscila entre 2 años a 2 años 6 meses el 13,41% siguiente manifiestan que están entre 3 años a 3 años 6 meses el 13,04, luego son de 4 años en adelante el 9,57% y en la edad de 5 años no se registró para nuestro centro.
- Mediante la tabulación y codificación manual de los datos se determinó que el centro infantil que ocupa el mayor porcentaje tiene estudio de pre básica, el cual cuenta con un centro médico y no cuenta con servicio de fiestas infantiles; dejando entrever que estos centros infantiles no cuentan con los servicios de: cuidado por horas al horario establecido, y servicio de calidad.

- Los padres de familia encuestados consideran que se deben incrementar la confianza para poder dejar a sus niños, otro punto sería el cuidado por horas ya que no todo el día necesitarían este servicio, las fiestas infantiles, el servicio de calidad, que cuente con todos los servicios básicos hasta el centro médico.
- Cuando se les pregunto a las personas que en caso de encontrar un centro infantil con todas las características mencionadas anteriores cuanto estarían dispuestos a pagar respondieron que hasta \$50 y el resto más de ese valor incrementado.
- Al preguntar a las personas cuanto estarían dispuestos a pagar por el servicio de cuidado por horas la mayor parte respondió que pagaría \$3 y el resto de respuestas considero el valor más alto.
- En la aplicación de la encuesta, se pudo establecer que la mayor parte de las personas encuestadas no utiliza el servicio del centro infantil, ya que no tienen la suficiente confianza para dejar a sus hijos en cualquier mano.
- El estudio de mercado revela que existe un alto porcentaje de demanda insatisfecha puesto que la única competencia no ofrece varios servicios infantiles en un solo lugar.
- Al finalizar el estudio financiero del proyecto, se concluye que el mismo ofrece una alta rentabilidad, una TIR muy por encima del costo de oportunidad y en general el nivel de utilidad es óptimo.

## RECOMENDACIONES

- Si los gastos sociales se dirigieran en beneficio de los segmentos que realmente lo necesitan, se aumentaría su eficacia y se contaría con un mecanismo de evaluación de los programas sociales. Se apreciaría soluciones para varios de los tantos problemas sociales que aquejan al pueblo ecuatoriano como son la falta de educación, la misma que con lleva muchas veces al alcoholismo, drogadicción y delincuencia.
- Para hacer frente a la única competencia se ofrecerá a los clientes diversidad en los servicios infantiles con un nivel de capacidad excelente, pudiendo los mismos empresarios reconocer en el mismo servicio de calidad que se requiere para vender la propuesta del presente estudio.
- Esta situación se convierte en una oportunidad para poder ingresar en el mercado en el Cantón Antonio Ante, en la presentación de servicios infantiles con calidad.
- Se recomienda realizar una estrategia de publicidad para lograr el posicionamiento en el mercado, con el material mix y con excelencia en el servicio, ya que se observó en el estudio de mercado que las “recomendaciones” son el más alto porcentaje para que los padres escojan un centro infantil.
- De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de factibilidad se recomienda crear una empresa de servicios infantiles que ofrezca seguridad para los padres, con los servicios de cuidado por horas, fiestas infantiles como valores agregados al servicio común que se realizara en el proyecto.
- Se recomienda aplicar los conceptos de mercadotecnia social, para satisfacer la educación de los niños en conjunto con las metas y proyectos de los padres de familia.
- Se debe presta la atención necesaria a la mano de obra, ya que es importante contar con el personal con capacitación continua.



- Mantener una relación de comunicación estrecha con los padres de familia sobre el progreso de los niños, se sus gustos y preferencias, así como todas sus necesidades en todas las actividades incluidas en el proyecto.
- Realizar una retroalimentación de los servicios prestados cada semestre con sugerencias y opiniones con padres de familia y/o tutores.
- Se recomienda tomar en cuenta los mayores porcentajes de los valores que están dispuestos a pagar los padres de familia.
- La mayoría de los centros infantiles existentes en el mercado ofrecen únicamente estudios de pre básica y atención de médica, y los otros no cuentan con los servicios básicos, razón por la que se recomienda un centro infantil que ofrezca una gama de servicios alternativos para los padres.

**BIBLIOGRAFÍA**

Araujo Montahud, J., & Brunet Icart, I. (2011). *Compromiso y competitividad en las organizaciones: El caso de una empresa aeronáutica* (Primera ed.). Tarragona, España: Publicacions Universitat Rovira i Virgili.

Campoy, D. M. (2010). *Cómo Gestionar Y Planificar Un Proyecto en la Empresa*. España: Ideaspropias Editorial S.L..

Enriquez, B. F. (s.f.). *Organización de Empresas*.

Hernández Fernández, A., & Martínez García, J. M. (2014). *Marketing sanitario: Evolución- Revolución* (Primera ed.). Madrid, España: ESIC Editorial.

Herrscher, E. G. (2013). *Administración. Aprender y actuar: Management sistémico para PyMEs*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica.

Lara, M. (2014). *Creando impacto: Un acercamiento efectivo para reducir la pobreza*. México: Penguin Random House Grupo Editorial.

Martínez Ruiz, H., & Ávila Reyes, E. (2010). *Metodología de la investigación científica*. México: Cengage Learning Editores S.A. de C.V..

Ponce Jarrín, J. (2010). *Políticas educativas y desempeño: una evaluación de impacto de programas educativos focalizados en Ecuador* (Primera ed.). Quito, Ecuador: Flacso-Sede.

Reyes Pérez, U. D. (2014). *Gestión de recursos laborales, formativos y análisis de puestos de trabajo para la inserción sociolaboral de personas con discapacidad. MF1034*. Tutor Formación.

Risco García, L. (2013). *Economía de la Empresa*. Bloomington, Estados Unidos de América: Palibrio.

Villegas T. (2014). *Andrade Marín su Gente y su Historia*. /1ra ed.). Casa de la Cultura Núcleo de Imbabura.

Viera Lara, L. (2014). *Técnicas de recepción y comunicación*. (1ra ed.). Malaga, España: Innovación y Cualificación S.L. INNOVA Editorial.

Zapata Sánchez, P. (2008). *Contabilidad General* (Sexta ed.). México D.F.: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.

Zikmund, W., & BABIN, B. J. (2008). *Investigación de Mercados*. México: Cengage Learning Latin América.

Misnisterio de Inclusión Económica y Social. (1914). *Normativa Técnica de Desarrollo Infantil Integral*.

## LINKOGRAFÍA

- [http://www.russellbedford.com.ec/images/Boletines%202010/12.%20Resolucion%20SU PER%20CIAS%20PYMES%20-%20SC-INPA-UA-G-10-005.pdf](http://www.russellbedford.com.ec/images/Boletines%202010/12.%20Resolucion%20SU%20PER%20CIAS%20PYMES%20-%20SC-INPA-UA-G-10-005.pdf)
- [www.gestiopolis.microempresaimbaburaibarra.com](http://www.gestiopolis.microempresaimbaburaibarra.com)
- [www.monografías.establecimientopzrecio.com/Administración](http://www.monografías.establecimientopzrecio.com/Administración)
- [www.monografías.oferta-demanda.com/Administración](http://www.monografías.oferta-demanda.com/Administración)
- [www.microempresa.blogdiario.com/1206741300/](http://www.microempresa.blogdiario.com/1206741300/)
- [www.tueconomía.com](http://www.tueconomía.com)
- <http://repositorio.bce.ec/bitstream/32000/235/1/XX-III-03CANELOS-HIDROVO.pdf>
- <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/205/1/IAEN-035-2002.pdf>
- <https://law.resource.org/pub/ec/ibr/ec.gpe.42.1976.pdf>
- [www.pequeñosniños.com](http://www.pequeñosniños.com).
- [www.escuelainfantil.com](http://www.escuelainfantil.com).
- [www.guianfantil.com](http://www.guianfantil.com).
- [www.chiquitin.com/gfhfgh/cghjgfj.yjgyjm.kl](http://www.chiquitin.com/gfhfgh/cghjgfj.yjgyjm.kl)
- [www.direcuador.com](http://www.direcuador.com)
- [www.escuelainfantil.com](http://www.escuelainfantil.com).
- [www.guianfantil.com](http://www.guianfantil.com)
- [www.direcuador.com](http://www.direcuador.com)
- [www.mipequeñomundo.com.ec](http://www.mipequeñomundo.com.ec)
- [www.babyplanet.com.ec](http://www.babyplanet.com.ec)
- [www.losolivoskids.com](http://www.losolivoskids.com)

**ANEXOS**

## ANEXO A Encuesta dirigida a los usuarios de los centros infantiles



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**ING. CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

**INSTRUMENTO N° 1**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS USUARIOS DE LOS CENTROS  
 INFANTILES**

**1.- ¿Edad de los encuestados?**

- De 20 a 25 años .....
- De 26 a 35 Años .....
- De 36 a 45 años .....
- De 46 o más .....

**2.- ¿Cuál es su nivel de Ingresos?**

- De 0 a 354 .....
- De 355 a 450 .....
- De 451 a 550 .....
- De 551 a 650 .....
- De 651 a 750 .....
- Más de 751 .....

**3.- ¿Número de niños por edades de 0 a 4?**

- Entre 0 - 1 años .....
- Entre 1 - 2 años .....
- Entre 2 y más de 3 años .....

**4.- ¿Quién cuida a sus hijos cuando está trabajando?**

Un familiar .....  
 Los Abuelos .....  
 Una niñera .....

**5.- ¿Matricularía a su niño/a en el centro de desarrollo infantil con cuidados especializados, cerca del sector donde vive?**

De acuerdo .....  
 En desacuerdo .....

**6.- ¿Cuánto pagaría Ud. por los cuidados de su hijo mensualmente?**

De 35 a 50 dólares .....  
 De 50 a 65 dólares .....  
 De 65 a 80 dólares .....

**7.- ¿Qué servicios son los que más tomaría en cuenta al momento de inscribir a su hijo/a en un centro de desarrollo infantil? Puede elegir más de una opción.**

	<b>Total Parcial</b>
<b>Educación</b>	
<b>Cuidado con profesionales del campo</b>	
<b>Estimulación temprana</b>	
<b>Atención Psicológica</b>	
<b>Juegos y recreación</b>	
<b>Alimentación</b>	
<b>Total</b>	

**8.- ¿Qué horario escogería para la atención del centro infantil?**

	<b>Total Parcial</b>
<b>De 7.30 a 16 horas</b>	
<b>De 7.30 a 18 horas</b>	
<b>De 7.30 a 20 horas</b>	
<b>Total</b>	

**9.- ¿Qué servicios cree que debería tener el centro infantil?**

	<b>Total Parcial</b>
<b>Responsabilidad</b>	
<b>Educación</b>	
<b>Nutrición</b>	
<b>Otro</b>	
<b>Total</b>	

**10.- ¿Por qué medios desearía recibir la información y promociones del centro de desarrollo infantil?**

	<b>Total Parcial</b>
<b>Radio</b>	
<b>Televisión</b>	
<b>Internet</b>	
<b>Impresos en hojas</b>	
<b>Adhesivos</b>	
<b>Ninguno</b>	
<b>Total</b>	

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



**ANEXOS B:** Fotografías de como diseñaremos nuestro centro**1.- AULAS****FOTOGRAFÍA 1****FOTOGRAFÍA 2**

**FOTOGRAFÍA 3**



**FOTOGRAFÍA 4**



**FOTOGRAFÍA 5**



**FOTOGRAFÍA 6**



## 2.- DORMITORIOS Y CUARTO PARA CAMBIAR A LOS NIÑOS

FOTOGRAFÍA 1



FOTOGRAFÍA 2





**FOTOGRAFÍA 3****FOTOGRAFÍA 4**

**3.- CUARTOS DE JUEGOS**

**FOTOGRAFÍA 1**



**FOTOGRAFÍA 2**



FOTOGRAFÍA 3



FOTOGRAFÍA 4



**FOTOGRAFÍA 5**



**4.- BAÑOS**

**FOTOGRAFÍA 1**





**5.- COMEDOR**

**FOTOGRAFÍA 1**



**6.- EXTERIORES**

**FOTOGRAFÍA 1**



**FOTOGRAFÍA 2****FOTOGRAFÍA 3**

**FOTOGRAFÍA 4****FOTOGRAFÍA 5**