

ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL

ESCUELA DE CIENCIAS

FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL CUIDADO INFANTIL

PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EMPRESARIAL

TERESA KARINA NAVARRETE FÉLIX

DIRECTOR: Ing. Luís Eduardo León MSc

DECLARACIÓN

Yo Teresa Karina Navarrete Félix, declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la Escuela Politécnica Nacional, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Teresa Karina Navarrete Félix

CERTIFICACIÓN

Certifico que le presente trabajo fue desarrollado por Teresa Karina Navarrete Félix, bajo mi supervisión

Ing. Luís Eduardo León MSc

DIRECTOR DE PROYECTO

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Politécnica Nacional por la oportunidad para formarme académicamente en sus aulas universitarias.

A la Carrera de Ingeniería Empresarial, a su cuerpo docente y administrativo por posibilitar la enseñanza íntegra en lo técnico y humano.

Al Ingeniero Luís Eduardo León por su apoyo, guía y asesoramiento para la consecución de esta Tesis de Grado.

Un agradecimiento muy especial a mi madre digna de admiración quien ha sido el pilar de mi formación

A mis familiares, amigos y profesores, quienes con su guía apoyaron a la culminación de ésta etapa de mi formación profesional

Karina Navarrete

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios por la vida y la salud dones maravillosos para el ser humano.

A mi madre GARDENIA por ser una mujer valiente, por su amor, vitalidad y ejemplo. Su continuo respaldo ha forjado en mí un profundo respeto por la vida, los estudios y la formación académica. Todas sus enseñanzas han caído en tierra fértil y esa semilla queda en estas páginas fruto del empeño, la dedicación y entrega para buscar nuevos senderos en mi vida profesional.

A mi hermana MARICELA y su familia por sus consejos oportunos y su cariño incondicional.

A mi familia y a mis queridos amigos quienes han estado brindándome su apoyo incondicional, y con mucho cariño a aquel amigo que llevo dentro de mi corazón y que desde el cielo seguirá brindándome siempre su apoyo,

Y en especial a mi padre de corazón Ingeniero JULIO ARGUDO por su cariño y sus consejos que me han enseñado afrontar las adversidades.

Karina Navarrete

ÍNDICE

| | |
|---|----|
| SUMARIO EJECUTIVO | 1 |
| CAPÍTULO I..... | 2 |
| INTRODUCCIÓN..... | 2 |
| 1.1. ANTECEDENTES..... | 2 |
| 1.1.1. HISTORIA DE LAS GUARDERÍAS | 2 |
| 1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 3 |
| 1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | 5 |
| 1.4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA | 5 |
| 1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN | 6 |
| 1.5.1. OBJETIVO GENERAL | 6 |
| 1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 6 |
| 1.6. HIPÓTESIS DE TRABAJO | 6 |
| CAPÍTULO II..... | 7 |
| MARCO TEÓRICO..... | 7 |
| 2.1. EL PLAN DE NEGOCIOS | 7 |
| 2.1.1. CONCEPTO | 7 |
| 2.1.2. OBJETIVOS | 8 |
| 2.1.3. COMPONENTES | 8 |
| 2.1.3.1. SUMARIO EJECUTIVO..... | 9 |
| 2.1.3.2. INTRODUCCIÓN..... | 9 |
| 2.1.3.3. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO..... | 10 |
| 2.1.3.4. ESTUDIO DE MERCADO | 10 |
| 2.1.3.4.1. Proceso de la Investigación de Mercados..... | 11 |
| 2.1.3.4.2. Las Fuentes de Información..... | 15 |
| 2.1.3.5. PLAN ESTRATÉGICO | 15 |
| 2.1.3.5.1. Definición del Servicio | 16 |
| 2.1.3.5.2. Análisis Situacional..... | 16 |
| 2.1.3.5.3. Matriz FODA y líneas de Estrategias: | 20 |
| 2.1.3.5.4. Direccionamiento Estratégico:..... | 24 |
| 2.1.3.5.5. Determinación de Planes de Acción: | 27 |
| 2.1.3.6. PLAN DE MERCADEO | 27 |
| 2.1.3.6.1. Análisis de Mercado | 27 |
| 2.1.3.6.2. Segmentación del Mercado:..... | 28 |
| 2.1.3.6.3. Establecimientos de Objetivos | 28 |
| 2.1.3.6.4. Formulación de Estrategias..... | 28 |
| 2.1.3.7. ESTUDIO TÉCNICO | 30 |
| 2.1.3.7.1. Localización del proyecto | 30 |

| | | |
|--------------------------|---|----|
| 2.1.3.7.2. | Selección y Determinación del Proceso Productivo..... | 30 |
| 2.1.3.7.3. | Distribución Interior..... | 31 |
| 2.1.3.7.4. | Recursos de Infraestructura | 31 |
| 2.1.3.7.5. | Recursos Humanos | 31 |
| 2.1.3.7.6. | Requisitos Legales | 32 |
| 2.1.3.8. | ESTUDIO FINANCIERO | 32 |
| 2.1.3.8.1. | Inversión Inicial y Financiamiento..... | 33 |
| 2.1.3.8.2. | Estados Financieros Proyectados..... | 34 |
| 2.1.3.8.3. | Evaluación Financiera | 35 |
| CAPÍTULO III..... | | 37 |
| ESTUDIO DE MERCADO | | 37 |
| 3.1. | DEFINICIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 37 |
| 3.2. | ENTREVISTA CON EXPERTOS..... | 38 |
| 3.3. | OBJETIVOS DE LA ESTUDIO DE MERCADO..... | 39 |
| 3.3.1. | OBJETIVO GENERAL | 39 |
| 3.3.2. | OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 40 |
| 3.4. | HIPÓTESIS..... | 40 |
| 3.5. | DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN..... | 41 |
| 3.5.1. | MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS..... | 41 |
| 3.5.2. | DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN..... | 41 |
| 3.5.3. | SELECCIÓN DE LA MUESTRA | 43 |
| 3.5.3.1. | DIFICULTADES EN RECOPIACIÓN | 44 |
| 3.6. | ANÁLISIS DE DATOS | 44 |
| 3.6.1. | ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS | 44 |
| 3.6.2. | ANÁLISIS DE LA DEMANDA..... | 61 |
| 3.6.2.1. | ANÁLISIS DE INFORMACIÓN DE FUENTES SECUNDARIAS..... | 61 |
| 3.6.2.2. | DEMANDA ACTUAL | 64 |
| 3.6.2.3. | DEMANDA PROYECTADA..... | 66 |
| 3.6.3. | ANÁLISIS DE LA OFERTA | 68 |
| 3.6.3.1. | ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA..... | 68 |
| 3.6.3.1.1. | Competencia Indirecta..... | 68 |
| 3.6.3.1.2. | Competencia Directa | 69 |
| 3.6.3.2. | OFERTA ACTUAL..... | 70 |
| 3.6.3.3. | OFERTA PROYECTADA | 71 |
| 3.6.4. | ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA | 73 |
| 3.6.5. | ANÁLISIS DE PRECIOS | 75 |
| 3.6.5.1. | PRECIOS DEL MERCADO | 75 |
| 3.6.5.2. | PRECIOS PROYECTADOS..... | 78 |
| CAPÍTULO IV | | 80 |
| PLAN ESTRATÉGICO | | 80 |

| | | |
|------------|---|-----|
| 4.1. | DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO | 80 |
| 4.2. | ANÁLISIS SITUACIONAL | 81 |
| 4.2.1. | ANÁLISIS EXTERNO | 81 |
| 4.2.1.1. | AUDITORIA DEL ENTORNO | 81 |
| 4.2.1.1.1. | Factores Económicos | 81 |
| 4.2.1.1.2. | Factores Políticos | 91 |
| 4.2.1.1.3. | Factores Sociales Y Culturales | 93 |
| 4.2.1.1.4. | Factores Tecnológicos | 96 |
| 4.2.1.1.5. | Factores Geográficos | 96 |
| 4.2.1.2. | MATRIZ DE IMPACTOS EXTERNO | 99 |
| 4.2.1.3. | ANÁLISIS COMPETITIVO DE LA INDUSTRIA..... | 100 |
| 4.2.1.2.1. | Amenazas de Entrada | 100 |
| 4.2.1.2.2. | Intensidad de la Rivalidad | 100 |
| 4.2.1.2.3. | Presión de Productos Sustitutos | 101 |
| 4.2.1.2.4. | Poder de negociación de los compradores | 102 |
| 4.2.1.2.5. | Poder de negociación de los proveedores | 102 |
| 4.2.2. | ANÁLISIS INTERNO | 102 |
| 4.2.2.1. | AUDITORIA ORGANIZACIONAL..... | 102 |
| 4.2.2.1.1. | Capacidad Directiva | 103 |
| 4.2.2.1.2. | Capacidad Competitiva | 103 |
| 4.2.2.1.3. | Capacidad Financiera..... | 103 |
| 4.2.2.1.4. | Capacidad Tecnológica..... | 104 |
| 4.2.2.1.5. | Capacidad del Talento Humano | 104 |
| 4.2.2.2. | MATRIZ DE IMPACTOS INTERNO | 104 |
| 4.3. | ANÁLISIS DE VULNERABILIDAD | 106 |
| 4.3.1. | ANÁLISIS FODA | 106 |
| 4.3.1.1. | FORTALEZAS | 106 |
| 4.3.1.2. | OPORTUNIDADES | 107 |
| 4.3.1.3. | DEBILIDADES | 107 |
| 4.3.1.4. | AMENAZAS | 107 |
| 4.3.2. | FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO O MATRIZ FODA CRÍTICA..... | 108 |
| 4.3.3. | MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS (EFE) | 109 |
| 4.3.4. | MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS (EFI)..... | 110 |
| 4.3.5. | MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO (MPC)..... | 112 |
| 4.3.6. | MATRIZ FODA PARA LA FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS..... | 114 |
| 4.3.7. | ESTRATEGIA EMPRESARIAL GENÉRICA..... | 116 |
| 4.4. | DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO | 117 |
| 4.4.1. | MISIÓN..... | 117 |
| 4.4.1.1. | ELEMENTOS DE LA DECLARACIÓN DE LA MISIÓN..... | 117 |
| 4.4.1.2. | DECLARACIÓN DE MISIÓN..... | 117 |

| | | |
|------------------------|---|-----|
| 4.4.2. | VISIÓN | 118 |
| 4.4.2.1. | ELEMENTOS DE LA DECLARACIÓN DE LA VISIÓN | 118 |
| 4.4.2.2. | DECLARACIÓN DE VISIÓN | 118 |
| 4.4.3. | VALORES Y PRINCIPIOS EMPRESARIALES..... | 119 |
| 4.4.3.1. | VALORES..... | 119 |
| 4.4.3.1.1. | Trabajo En Equipo | 119 |
| 4.4.3.1.2. | Motivación..... | 119 |
| 4.4.3.1.3. | Honestidad..... | 119 |
| 4.4.3.1.4. | Lealtad | 120 |
| 4.4.3.1.5. | Puntualidad..... | 120 |
| 4.4.3.1.6. | Limpieza | 120 |
| 4.4.3.1.7. | Respeto | 120 |
| 4.4.3.1.8. | Compañerismo | 121 |
| 4.4.3.1.9. | Igualdad | 121 |
| 4.4.3.2. | PRINCIPIOS | 121 |
| 4.4.3.2.1. | Laboriosidad | 121 |
| 4.4.3.2.2. | Responsabilidad | 122 |
| 4.4.3.2.3. | Orden..... | 122 |
| 4.4.3.2.4. | Compromiso | 122 |
| 4.4.3.2.5. | Pro-Actividad | 122 |
| 4.4.4. | OBJETIVOS GLOBALES..... | 123 |
| 4.4.4.1. | OBJETIVOS FINANCIEROS..... | 123 |
| 4.4.4.2. | OBJETIVOS ESTRATÉGICOS | 123 |
| 4.4.4.3. | OBJETIVOS DE CRECIMIENTO | 124 |
| 4.4.4.4. | OBJETIVOS SOCIALES | 124 |
| 4.4.5. | PLANES DE ACCIÓN | 124 |
| CAPÍTULO V | | 128 |
| PLAN DE MARKETING..... | | 128 |
| 5.1. | ANÁLISIS DEL MERCADO | 128 |
| 5.1.1. | DESCRIPCIÓN DE LA INDUSTRIA | 128 |
| 5.1.1.1. | MERCADO DE LA EMPRESA | 128 |
| 5.1.1.2. | DESCRIPCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO | 129 |
| 5.1.1.3. | DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO | 130 |
| 5.1.1.4. | DESCRIPCIÓN DE LOS RANGOS DE PRECIOS PROMEDIOS DEL SECTOR | 130 |
| 5.1.1.5. | DESCRIPCIÓN DE POLÍTICAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN EN EL SECTOR | 131 |
| 5.1.2. | PARTICIPACIÓN DE MERCADO | 132 |
| 5.1.3. | PERFIL DEL CONSUMIDOR..... | 134 |
| 5.1.4. | TENDENCIAS DE LA DEMANDA Y PRONÓSTICOS | 134 |

| | | |
|-----------------------|---|-----|
| 5.2. | SEGMENTACIÓN DEL MERCADO | 135 |
| 5.3. | ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS DE MERCADEO | 136 |
| 5.4. | FORMULACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE LA MEZCLA DE MERCADEO | 137 |
| 5.4.1. | ESTRATEGIA DE PRODUCTO | 137 |
| 5.4.1.1. | POSICIONAMIENTO DEL SERVICIO | 137 |
| 5.4.1.2. | CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO..... | 138 |
| 5.4.1.2.1. | Marca..... | 138 |
| 5.4.1.2.2. | Logotipo De La Marca | 139 |
| 5.4.1.2.3. | Slogan De La Marca..... | 139 |
| 5.4.2. | ESTRATEGIA DE PRECIO..... | 140 |
| 5.4.3. | ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN..... | 141 |
| 5.4.3.1. | FUNCIONES DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN | 141 |
| 5.4.3.1.1. | Beneficio del lugar | 141 |
| 5.4.3.1.2. | Beneficio de tiempo | 141 |
| 5.4.3.2. | DISEÑO DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN | 142 |
| 5.4.4. | ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN | 142 |
| 5.4.4.1. | MEZCLA PROMOCIONAL | 143 |
| 5.4.4.1.1. | Trípticos..... | 143 |
| 5.4.4.1.2. | Hojas Volantes | 143 |
| 5.4.4.1.3. | Rótulo de Publicidad..... | 143 |
| 5.4.4.1.4. | Tarjetas de Presentación..... | 144 |
| 5.4.4.1.5. | Cuñas Radiales | 144 |
| 5.4.4.2. | PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD..... | 144 |
| CAPÍTULO VI..... | | 145 |
| ESTUDIO TÉCNICO | | 145 |
| 6.1. | LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO | 145 |
| 6.1.1. | MACRO LOCALIZACIÓN..... | 145 |
| 6.1.1.1. | PLANO DE LA MACRO LOCALIZACIÓN | 146 |
| 6.1.2. | MICRO LOCALIZACIÓN | 147 |
| 6.1.2.1. | SELECCIÓN DEL EMPLAZAMIENTO ÓPTIMO..... | 147 |
| 6.1.2.2. | MATRIZ DE PONDERACIÓN DE LA MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO | 149 |
| 6.1.2.2.1. | Método Cualitativo Por Puntos..... | 149 |
| 6.2. | SELECCIÓN Y DETERMINACIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO | 151 |
| 6.2.1. | CAPTACIÓN DE CLIENTES..... | 152 |
| 6.2.2. | EVALUACIÓN DE CLIENTES | 153 |
| 6.2.3. | SERVICIO DE EDUCACIÓN INICIAL..... | 154 |
| 6.2.4. | EVALUACIÓN DEL SERVICIO..... | 155 |
| 6.3. | DISTRIBUCIÓN INTERIOR | 156 |
| 6.4. | RECURSOS DE INFRAESTRUCTURA..... | 157 |

| | | |
|-------------------------------------|--|-----|
| 6.5. | RECURSOS HUMANOS | 158 |
| 6.5.1. | ESTRUCTURA DE LA EMPRESA..... | 158 |
| 6.5.1.1. | NIVEL GERENCIAL | 159 |
| 6.5.1.2. | NIVEL EJECUTIVO | 159 |
| 6.5.1.3. | NIVEL OPERATIVO | 159 |
| 6.5.2. | ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA..... | 160 |
| 6.5.3. | PLAN DE INCENTIVOS | 160 |
| 6.5.4. | PERFIL DE LA COMPETENCIA | 161 |
| 6.6. | REQUISITOS LEGALES | 164 |
| 6.6.1. | TIPO DE EMPRESA | 164 |
| 6.6.2. | REGISTRO DE NOMBRE..... | 164 |
| 6.6.3. | ACUERDOS MINISTERIALES | 165 |
| 6.6.4. | REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES..... | 166 |
| 6.6.5. | PERMISO MUNICIPAL | 168 |
| CAPÍTULO VII | | 169 |
| ESTUDIO FINANCIERO | | 169 |
| 7.1. | INVERSIÓN INICIAL Y FINANCIAMIENTO | 169 |
| 7.1.1. | INVERSIÓN PRE-OPERACIONAL O EN ACTIVOS DIFERIDOS | 169 |
| 7.1.2. | INVERSIÓN DE CAPITAL..... | 171 |
| 7.1.3. | INVERSIÓN DE TRABAJO | 173 |
| 7.1.4. | FINANCIAMIENTO..... | 176 |
| 7.2. | ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS | 178 |
| 7.2.1. | INGRESOS Y EGRESOS PROYECTADOS | 178 |
| 2.1.3.9. | INGRESOS PROYECTADOS | 178 |
| 2.1.3.10. | EGRESOS PROYECTADOS | 181 |
| 7.2.2. | ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS | 183 |
| 7.2.3. | ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO | 185 |
| 7.3. | EVALUACIÓN FINANCIERA | 187 |
| 7.3.1. | VALOR ACTUAL NETO VAN..... | 187 |
| 7.3.2. | TASA INTERNA DE RETORNO TIR | 188 |
| 7.3.3. | PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL | 189 |
| 7.3.4. | PUNTO DE EQUILIBRIO | 191 |
| CAPÍTULO VII | | 194 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | | 194 |
| 6.7. | CONCLUSIONES | 194 |
| 6.8. | RECOMENDACIONES..... | 196 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | | 197 |
| PÁGINAS WEB..... | | 199 |

ANEXOS

| | |
|---|-----|
| ANEXO 1 | 201 |
| FORMULARIO DE ENCUESTA..... | 201 |
| ANEXO 2 | 204 |
| MATRIZ DE HOLMES PARA LOS FACTORES CRÍTICOS..... | 204 |
| ANEXO 3 | 205 |
| MATRIZ DE HOLMES PARA LA MICRO-LOCALIZACIÓN..... | 205 |
| ANEXO 4 | 206 |
| PLANO DEL LOCAL | 206 |
| ANEXO 5 | 208 |
| DETALLE DE RECURSOS DE INFRAESTRUCTURA | 208 |
| ANEXO 10..... | 223 |
| DETALLE DEL CÁLCULO DE LOS INGRESOS..... | 223 |
| ANEXO 7 | 216 |
| CÁLCULO COSTO DE SUELDOS Y SALARIOS..... | 216 |
| ANEXO 8 | 218 |
| SEGURO CONTRA ACCIDENTES | 218 |
| ANEXO 9..... | 219 |
| REMUNERACIÓN SECTORIAL | 219 |
| ANEXO 10..... | 221 |
| AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO..... | 221 |
| ANEXO 11 | 230 |
| DETALLE DEL CÁLCULO DE LOS EGRESOS | 230 |
| ANEXO 12..... | 236 |
| DETALLE DEL CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN | 236 |
| ANEXO 13..... | 238 |
| DETALLE DEL CÁLCULO DEL FLUJO NETO DE EFECTIVO..... | 238 |
| ANEXO 14..... | 241 |
| DETALLE DEL CÁLCULO DE LA TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO TMAR | 241 |
| ANEXO 15..... | 243 |
| MARGEN NETO DE UTILIDAD | 243 |
| MARGEN OPERACIONAL DE UTILIDAD | 243 |
| MARGEN BRUTO DE UTILIDAD..... | 244 |
| RELACIÓN BENEFICIO COSTO..... | 244 |

SUMARIO EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad la elaboración de un Plan de Negocios para la creación de una empresa de servicios de cuidado infantil ubicada en el sector de la Floresta.

El Estudio de Mercado muestra que existe demanda insatisfecha en el sector de estudio. El segmento al que se enfoca el proyecto son los padres con hijos que comprenden edades desde 1 hasta 12 años de edad.

Dentro del Plan Estratégico se analizaron los factores internos y externos estableciendo la situación competitiva de la empresa, así como los lineamientos estratégicos que conformarán el direccionamiento estratégico

El slogan de la marca es “El aprendizaje del mañana”. Además se aplicaran estrategias de marketing, las mismas que se manejarán para tener una fuerte presencia en el sector en estudio.

En el Estudio Técnico se menciona la localización, la distribución interior, los recursos necesarios de infraestructura y recursos humanos y los requisitos legales para poner en marcha el Centro Infantil.

El personal necesario para la implantación del proyecto son: Director Administrativo, Secretaria, Contador, Auxiliar de limpieza y cocina, Director Docente, Docentes, Auxiliar Pedagógico, Médico Pediatra, Psicóloga Infantil y Nutricionista

En el Estudio Financiero se determino una inversión para de \$31.395,61 para lo cual el 70% se lo realizara con capital propio y el 30% con recursos financiados.

Finalmente el Valor Actual Neto para este proyecto alcanza un valor positivo de \$17.047,13 y una Tasa Interna de Retorno del 38% lo que demuestra la alta rentabilidad para poner en marcha este negocio

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. ANTECEDENTES

1.1.1. HISTORIA DE LAS GUARDERÍAS

La revolución industrial ocurrida en Europa a principios del siglo XIX suscitó el incremento de trabajo fabril, manufacturero y productivo, especialmente influyó en el incremento de las mujeres en ése sector. A quienes por su situación laboral se les dificultaba el cuidado de sus niños durante la jornada de trabajo, lo que motivó a la aparición de varias instituciones caritativas, las mismas que se ocupaban de los niños durante la jornada laboral de sus madres.

El filántropo francés Jean Baptiste Firmin Marbeau en el año de 1846 fundó el Crèche, que significa en francés cuna, con la finalidad del cuidado de niños, dando origen a su famosa “Casa Cuna”

Poco tiempo posteriormente aparecieron guarderías o casas cunas, llamadas así en ese tiempo, en numerosas partes de Francia y otros países europeos. La cuales, en su mayoría, eran subvencionadas total o parcialmente por las administraciones locales y estatales; asimismo fueron instaladas guarderías en las fábricas, lo que permitía a las madres la utilización de las mismas para la atención de sus bebés durante la jornada de trabajo.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La situación económica del Ecuador, ha obligado a sus habitantes a buscar nuevas formas para subsistir. Dada esta realidad, la mujer desarrolla un papel importante contribuyendo así al desarrollo económico del hogar; de estudios realizados por la Administración del Distrito Metropolitano de Quito en su proyecto “Plan Equinoccio Quito hacia el 2005” se establece que el 43.64% de la Población Económicamente Activa (PEA), de la ciudad de Quito corresponde al aporte laboral de la mujer. Esto trae como consecuencia la necesidad de ofertar productos y servicios que ayuden a resolver los problemas de disponibilidad de tiempo de las familias quiteñas, en la que los padres tienen que dejar al cuidado de extraños a sus hijos. Dada esta situación se ve necesaria la implementación de una empresa dedicada al cuidado infantil, siendo esta la solución para los padres de familia que trabajan y no disponen del tiempo necesario para la protección, cuidado y desarrollo de sus hijos.

La idea de crear un Centro Infantil, que brinde servicios de guardería, estimulación temprana, nivelación y estudios dirigidos en el Distrito Metropolitano de Quito se respalda en datos obtenidos en al Superintendencia de Compañías en donde se demuestra que en la ciudad de Quito se concentra el 45% de los empleados, con el 41.5% de los ingresos. Constituyéndose así la capital en un importante mercado laboral en el país, la cual concentra un gran porcentaje de familias empleadas con poca disponibilidad de tiempo para la atención que requieren sus hijos.

En el Distrito Metropolitano de Quito con 1,839,853 habitantes¹, el promedio de personas que comprenden edades entre 0 a 12 años es de 346,511 personas, quienes representan un 18.83% del total poblacional, distribuidos de la siguiente manera:

¹ Fuente: VI Censo de Población y V de Vivienda, Cantón Quito, 2001.

| POBLACIÓN POR GRUPOS DE EDAD Y SEXO | | | | |
|--|----------------|----------------|------------------|----------------|
| Grupos de Edad | Hombres | Mujeres | Total | % |
| Menores a 1 año | 12,026 | 11,670 | 23,696 | 1.29% |
| 1 – 4 Años | 55,502 | 53,428 | 108,930 | 5.92% |
| 5 – 9 Años | 68,116 | 66,355 | 134,471 | 7.31% |
| 10 – 12 Años | 40,009 | 39,405 | 79,414 | 4.32% |
| Total | 175,653 | 170,858 | 346,511 | 18.83% |
| Total de Habitantes en Quito | 892,570 | 947,283 | 1,839,853 | 100.00% |

Fuente: VI Censo de Población y V de Vivienda, Cantón Quito, 2001.

Tabla 1: Población Por Grupos De Edad Y Sexo

Constituyéndose los grupos entre 0 y 12 años como el mercado meta hacia el cual se piensa orientar los servicios que el Centro Infantil brindará. El sector de la Floresta con un total de 6,919 habitantes² se presenta como un segmento de mercado adecuado para la ubicación de un Centro Infantil debido a que el 93%³ de los hogares tienen acceso a servicios adicionales a los básicos. Estimándose que en el sector existen aproximadamente 1,303 niños dentro del mercado objetivo, distribuidos de la siguiente forma:

| POBLACIÓN POR GRUPOS DE EDAD Y SEXO EN EL SECTOR DE LA FLORESTA | | |
|--|------------------|--------------------|
| Grupos de Edad | Quito | La Floresta |
| | (Hab.) | (Hab.) |
| Menores a 1 año | 23,696 | 89 |
| 1 – 4 Años | 108,930 | 410 |
| 5 – 9 Años | 134,471 | 506 |
| 10 -12 Años | 79,414 | 299 |
| Total | 346,511 | 1,303 |
| Total de Habitantes | 1,839,853 | 6,919 |

Fuente: VI Censo de Población y V de Vivienda, Cantón Quito, 2001.
Elaboración: Karina Navarrete

Tabla 2: Población Por Grupos De Edad Y Sexo En El Sector De La Floresta

² Fuente: Unidad de Estudios e Investigación; DMTV-MDMQ.

³ Fuente: Unidad de Estudios e Investigación; DMTV-MDMQ.

El sector concentra un número de empresas y negocios considerables, en los que se encuentran padres con hijos que requieren asistencia y cuidado infantil. Además de aproximadamente 11 Centros Educativos con niveles Pre-primario, Primario y Medio⁴ en los alrededores del sector lo que incrementa la posibilidad de tener potenciales clientes. Debido a este factor el traslado de los niños al Centro se simplificaría y cubriría la disponibilidad de tiempo de los padres de familia.

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo diseñar una empresa que se dedique al Cuidado Infantil, la cual sea capaz de sobrevivir y abrirse campo en el sector de la Floresta?

1.4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

1. ¿Cuál es la demanda y oferta para esto tipo de servicios en este sector específico?
2. ¿A qué se va a dedicar el negocio y cuáles son los lineamientos para conseguirlo?
3. ¿Cómo obtener ingresos por venta de servicios asegurando la satisfacción a los clientes?
4. ¿Cómo se podrá determinar la viabilidad técnica de la elaboración del servicio a ofrecer?
5. ¿Cómo asegurar la viabilidad financiera del negocio?

⁴ Fuente: Dirección Nacional de Planeamiento de la Educación.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un Plan de Negocios para la creación de una empresa de servicios de cuidado infantil ubicada en el sector de la Floresta estableciendo los estudios necesarios para su operación, y que genere una adecuada rentabilidad para los inversionistas.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar una Investigación de Mercado para identificar la posibilidad de ingreso en el sector de la Floresta.
2. Realizar la Planificación Estratégica del Negocio orientada a brindar un servicio de excelencia.
3. Presentar un Plan de Marketing que permita asegurar ingresos por venta de servicios
4. Elaborar el Estudio Técnico que permita optimizar los recursos para la elaboración del servicio a ofrecer
5. Realizar el Estudio de Factibilidad Financiera que determine los niveles de rentabilidad que generará el negocio y garantice el retorno de la inversión.

1.6. HIPÓTESIS DE TRABAJO

El diseño de un plan de negocios presenta un escenario aplicable para la creación de un centro de cuidado infantil en el sector de la Floresta, creando competitividad y rentabilidad en el mismo, mediante la obtención y canalización de recursos; y una adecuada gestión.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. EL PLAN DE NEGOCIOS

La elaboración de un Plan de Negocios es esencial para la creación de un negocio porque incorpora en un documento el procedimiento global que conlleva la ejecución de una idea de negocio en el cual se demuestra el atractivo económico del mismo.

2.1.1. CONCEPTO

“El Plan de Negocios es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina su viabilidad técnica económica y financiera, y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad en un proyecto empresarial concreto”.⁵

Un Plan de Negocios es una herramienta indispensable que permitirá realizar una planificación eficaz y sistemática de todo el proceso que comprende la creación de una empresa, ya que éste constituye un documento que está compuesto por todos los requerimientos necesarios que intervienen en el mismo en el cual se expondrá la viabilidad de la idea de negocio; calificando su contenido para así demostrar si dicha idea se revertirá en beneficios futuros.

⁵ DE LA VEGA GARCÍA Ignacio; *El Plan De Negocio: Una Herramienta Indispensable*; Ed. Instituto de Empresa; España; 2004; Pág. 1.

2.1.2. OBJETIVOS

Un Plan de Negocios cumple los siguientes objetivos:

- Buscar la forma más eficiente de llevar a cabo un proyecto
- Definir y enfocar los objetivos empresariales utilizando la información y análisis necesarios.
- La realización de un Estudio de Mercado que aporte con la información requerida para el correcto posicionamiento del proyecto.
- Alcanzar un conocimiento amplio y objetivo de la actividad a desarrollar
- Desarrollar las estrategias necesarias en cada área funcional concreta para los objetivos planteados.
- Identificar y evitar problemas potenciales antes de que ocurran ahorrando tiempo y recursos.
- Pronosticar las necesidades de los recursos y su asignación en el tiempo.
- Determinar con la viabilidad financiera y el nivel de riesgo de la inversión identificando los factores claves del éxito.
- Tener un documento de presentación de un proyecto a potenciales inversionistas, socios o compradores.

2.1.3. COMPONENTES

El plan de negocios recorre todos los aspectos de un proyecto, los cuales son:

- Sumario Ejecutivo
 1. Introducción
 2. Descripción del Negocio
 3. Estudio De Mercado
 4. Plan Estratégico
 5. Plan De Marketing
 6. Estudio Técnico
 7. Estudio Financiero

2.1.3.1. SUMARIO EJECUTIVO

El resumen ejecutivo es la versión reducida del Plan de Negocios que se ubica delante de la presentación, el cual debe contener los aspectos más relevantes. Es lo primero que lee el receptor del proyecto por lo que debe ser redactado en forma clara y concisa pues su objetivo es captar la atención del lector y facilitar la comprensión de la información que el plan contiene, es conveniente elaborarlo al finalizar el Plan de Negocios en el que se posee un dominio del conocimiento.

El resumen ejecutivo debe comprender los siguientes aspectos:

- Descripción del modelo negocio
- Reseña del Equipo Promotor y Gestor a cargo del proyecto
- Resumen de los datos más significativos del mercado de referencia
- Estructura organizativa requerida
- Resumen de los aspectos financieros
- Resumen Final

2.1.3.2. INTRODUCCIÓN

La introducción sirve para proporcionar una información preliminar sobre el contenido del Plan de Negocios, también es una guía para que el lector se sitúe de forma correcta ante el proyecto concreto. La introducción debe contener:

- “Cuál es el negocio que se desarrollará.
- Quiénes realizan la presentación del plan y para qué.
- Si se trata de una empresa en marcha, cuál es su misión y su trayectoria.
- Cuál es la fecha de presentación y si existe un plazo para la aprobación del plan.

- Cuál es el enfoque con que se preparó el plan”.⁶

2.1.3.3. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Se inicia con una descripción resumida del negocio que pretende llevar a cabo el proyecto a emprender con la finalidad de conocer su situación interna. Este apartado debe estar conformado por:

- Historia del Negocio
- Miembros de la Junta de Accionistas
- Industria del Negocio
- Estructura Legal
- Estructura organizativa
- Instalaciones
- Productos y servicios
- Ventaja Competitiva
- Canales de Distribución
- Posicionamiento
- Proveedores
- Tecnología

2.1.3.4. ESTUDIO DE MERCADO

“La Investigación de Mercados es el enfoque sistemático y objetivo para el desarrollo y el suministro de información para el proceso de toma de decisiones por la gerencia de marketing”⁷

⁶ Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos/plan-de-negocios/plan-de-negocios>.

⁷ KINNEAR Thomas, TAYLOR James; *Investigación de Mercados*; Ed. Mc Graw Hill; Colombia; 1998; Pág. 6.

La Investigación de Mercado es una herramienta que permite la obtención y análisis de datos con la finalidad de conocer la existencia real de la demanda y la aceptación del servicio que se pretende vender u ofertar.

2.1.3.4.1. *Proceso de la Investigación de Mercados*

La correcta realización de una investigación de mercados puede llevar al éxito o al fracaso de una empresa, por lo tanto debe ser realizada con el máximo detalle, sin dejar nada al azar y analizando profundamente sus etapas.

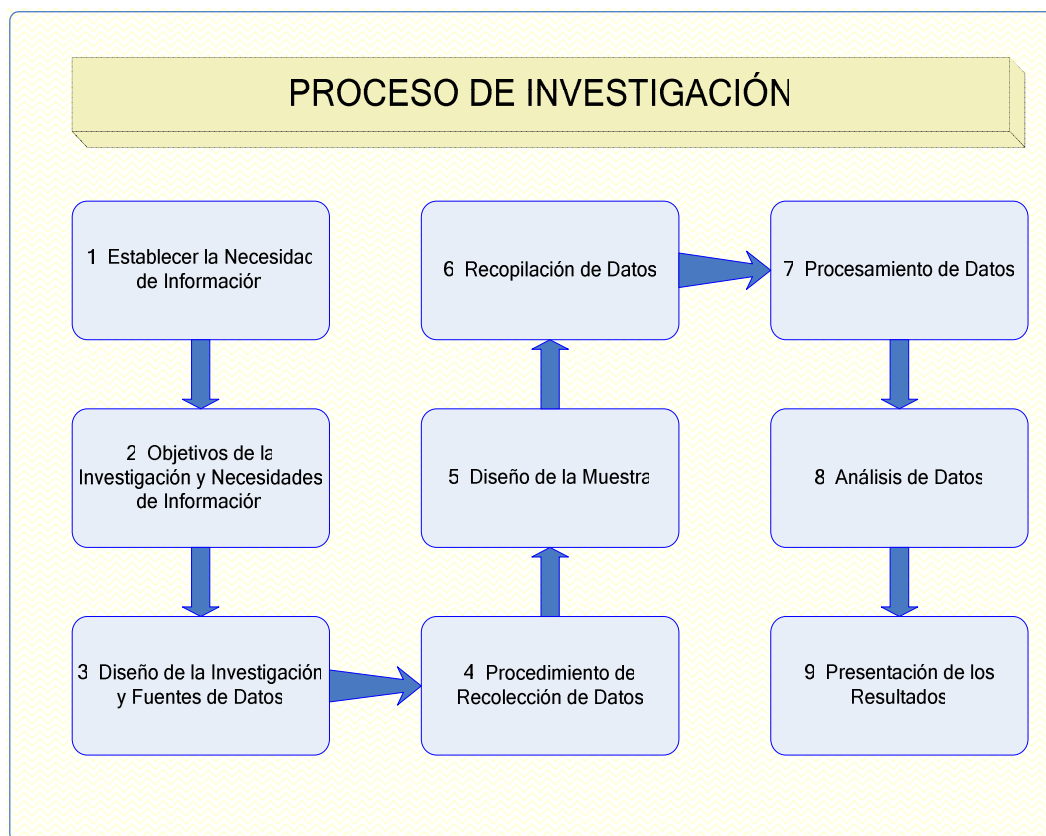


Figura 1: Proceso de Investigación de Mercados

Fuente: KINNEAR Thomas; TAYLOR James; Investigación de Mercados; Ed. Mc Graw Hill; Colombia; Quinta Edición; 1998; Pág. 60.

1. Necesidad de información

Para realizar el proceso de investigación de mercado es importante tener claramente definida la razón por la cual se desea efectuar la misma, así como es preciso conocer la información necesaria que se desea obtener, caso contrario se gastará recursos innecesarios en la realización del proceso investigativo.

2. Objetivos de la investigación y necesidades de información

Inmediatamente de después de establecer con claridad la necesidad de información, se deberá especificar y elaborar una lista de los objetivos y necesidades de la investigación. “Los objetivos de la investigación responden a la pregunta « ¿Por qué se realiza el proyecto?». Las necesidades de información responden a la pregunta « ¿Qué información específica se requiere para lograr los objetivos?»»⁸.

3. Diseño de la investigación y fuentes de datos

“Una vez definidos los objetivos del estudio y enumeradas las necesidades de información, el paso siguiente consiste en diseñar el proyecto formal de la investigación e identificar las fuentes apropiadas de datos para el estudio. Un diseño de investigación es el plan básico que guía fases de recolección y análisis de datos del proyecto de investigación. Es la estructura que especifica el tipo de información a recolectar, las fuentes de datos y los procedimientos y análisis de la recolección de datos”.⁹

⁸ KINNEAR Thomas, TAYLOR James; *Investigación de Mercados*; Ed. Mc Graw Hill; Colombia; 1998; Pág. 62.

⁹ Bis.

4. Procedimiento de recolección de datos

Las preguntas que se formularán deben ser redactadas en forma concisa, clara, de fácil entendimiento; y deben guardar relación con las necesidades de información, garantizando así el éxito de la investigación

5. Diseño de la muestra

Primeramente se debe definir con claridad la población de la cuál se extraerá la muestra, seguidamente se escogerá el método más adecuado, probabilística o no probabilística, para la selección de la muestra y finalmente se calcula el tamaño de muestra de acuerdo al presupuesto asignado y al nivel de confianza que se desea obtener.

Se utilizará el muestreo irrestricto aleatorio, el mismo que basa la recolección de datos por medio de las encuestas. “El objetivo de una encuesta por muestreo es hacer una inferencia acerca de la población con base en la información contenida una muestra”¹⁰.

6. Recopilación de datos

“La fase de recopilación es una oportunidad de intentar o probar y seleccionar los procedimientos necesarios cuando los datos se tengan disponibles”.¹¹ El proceso de recopilación de datos es esencial, ya que en el mismo se puede observar la proporción del presupuesto de investigación y el error total en los resultados. Razón

¹⁰ SHEAFFER Richard; MENDEANHALL William; OTT Lyman; *Elementos de Muestreo*; Ed. Iberoamérica; México; 1987. Pág. 40.

¹¹ LEHMANN Donald; *Investigación y Análisis de Mercado*; Ed. Continental S.A.; Primera Edición; 1993; Pág. 74.

por la cual es necesario seleccionar el personal idóneo para los estudios eficaces de estudio De Mercados.

7. Procesamiento de datos

“Una vez registrados los datos, comienza el procesamiento de los mismos. Éste incluye las funciones de edición y codificación. La edición comprende la revisión de los formatos de datos en cuanto a legibilidad, consistencia e integridad. La codificación implica el establecimiento de categorías para respuestas o grupos de respuestas, de manera que los números puedan utilizarse para representar las categorías. En este punto, los datos están listos para ser analizados por un computador.”¹²

8. Análisis de datos

Por lo general, el análisis de datos es realizado con la ayuda de paquetes de software apropiados, los mismos que serán interpretados inmediatamente, para así elaborar un resumen de los principales hallazgos encontrados en la presentación de los resultados, los mismos que servirán para la toma de decisiones de la gerencia.

9. Presentación de los resultados

Los resultados de una investigación usualmente se presentan en un informe escrito y una presentación oral. Estas presentaciones deben ser claras, comprensibles y de fácil entendimiento para su lector.

¹² KINNEAR Thomas, TAYLOR James; *Investigación de Mercados*; Ed. Mc Graw Hill; Colombia; 1998; Pág. 63.

2.1.3.4.2. *Las Fuentes de Información*

Las fuentes de información consisten en todos aquellos datos que son útiles y necesarios para el proceso de Investigación las que pueden ser primarias o secundarias. “La información primaria, a su vez, puede ser sindicada si su uso va a ser compartido entre varios clientes, en cambio si la información se levanta en una sola ocasión, con miras a cumplir con un fin específico de una investigación dada, se dice que es un *ad hoc*. La información secundaria constituye la información de *fondo*, disponible al momento de ejecutar la investigación. Las formas como se encuentra la información secundaria se presenta de múltiples maneras y se localiza en muy diversas entidades.”¹³

2.1.3.5. **PLAN ESTRATÉGICO**

El Plan Estratégico es una herramienta administrativa que consiste en desarrollar y mantener una relación viable entre los objetivos y recursos de la organización con las oportunidades cambiantes del mercado para establecer las ventajas competitivas y comparativas de la organización. Una planificación estratégica es importante pues ayuda a lograr una aplicación más efectiva de recursos escasos, los que pueden ser humanos, financieros y materiales.

“Es un proceso mediante el cual una organización define su visión de largo plazo y las estrategias para alcanzarla a partir del análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Supone la participación activa de los actores organizacionales, la obtención permanente de información sobre sus factores claves de éxito, su revisión, monitoría y ajustes periódicos para que se convierta en un estilo de gestión que haga de la organización un ente proactivo y anticipatorio”¹⁴

¹³ OROZCO Arturo; *Investigación de Mercados: Concepto y Práctica*; Ed. Norma; Colombia; 1999; Pág. 32.

¹⁴ SERNA GÓMEZ Humberto; *Planificación y Gestión Estratégica*; Ed. Legis; Colombia, 1994; Pág. 18.

El objetivo de la planificación estratégica es modelar y remodelar los negocios y productos de la empresa, de manera que se combinen para producir un desarrollo y utilidades satisfactorios. El proceso de Planificación Estratégica consta de las siguientes etapas:

2.1.3.5.1. Definición del Servicio

Es la descripción en forma clara y concisa de servicio que la empresa va ofrecer al cliente, y sus características considerando las normas de calidad establecidas por el Instituto correspondiente. Se basa en la respuesta a tres preguntas fundamentales

- ¿A quién se satisface? *Grupos De Clientes*
- ¿Qué se satisface? *Necesidades Del Cliente*
- ¿Cómo se satisface las necesidades del cliente? *Habilidades Distintivas*

2.1.3.5.2. Análisis Situacional

“Es el proceso para identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la organización, o del área o unidad estratégica¹⁵.”

El diagnóstico estratégico se resume en la siguiente figura:

¹⁵ OROZCO Arturo; *Investigación de Mercados: Concepto y Práctica*; Ed. Norma; Colombia; 1999; Pág. 5.

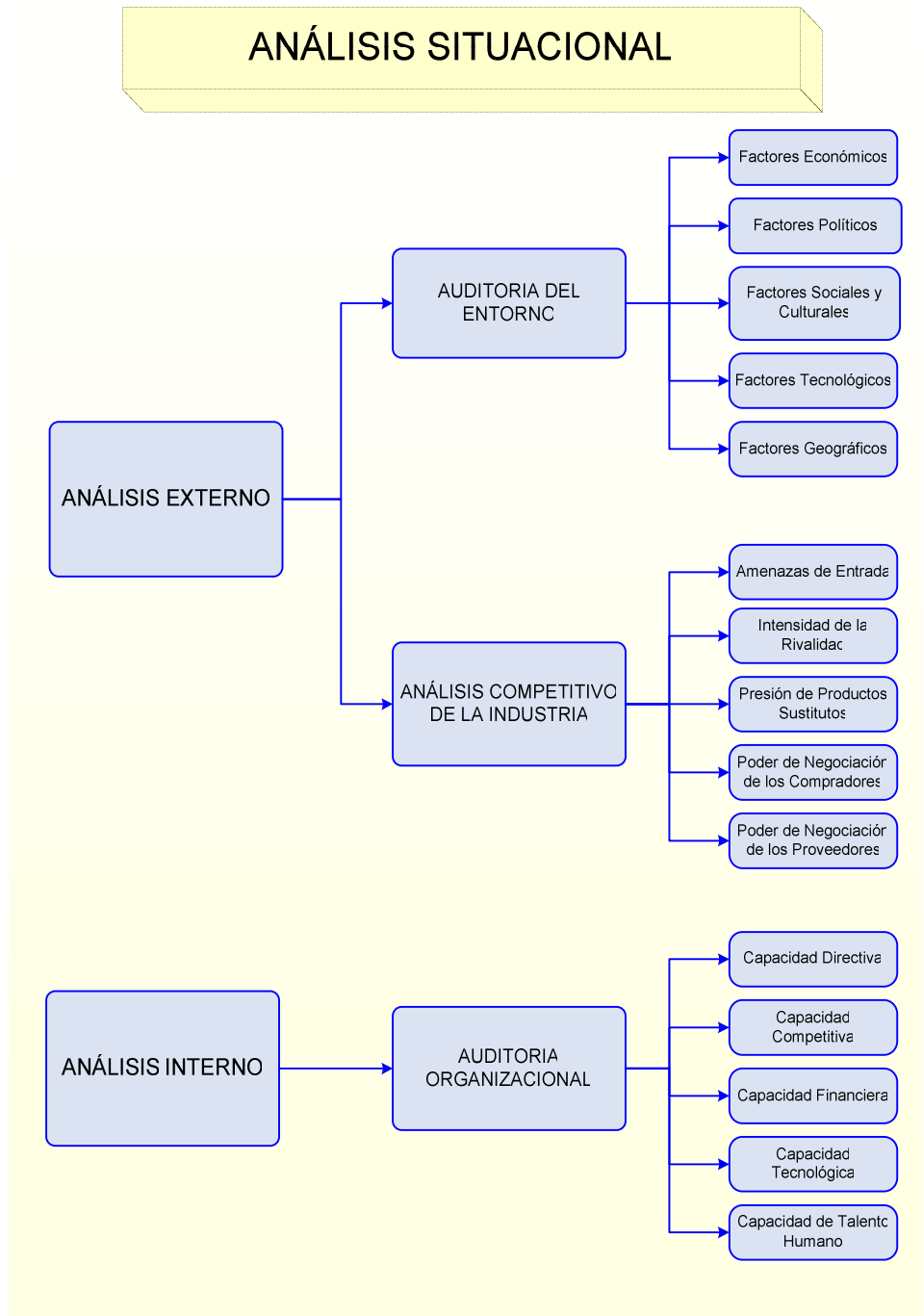


Figura 2: Análisis Situacional

1. Diagnóstico Externo

“Estudia el macro ambiente de los negocios en los que incursiona la empresa; enfoca las fuerzas donde se producen las oportunidades y las amenazas”¹⁶.

El Diagnóstico Interno lo integran el análisis de la Auditoria del Entorno y el Análisis Competitivo de la Industria.

Auditoria del Entorno

“En el desarrollo de una estrategia, el medio se refiere a los factores que están fuera de la organización. Ello incluye las fuerzas, eventos y tendencias con los cuales la compañía interactúa. Generalmente, las fuerzas del medio se consideran fijas o dadas. No obstante, éstas pueden ser influidas por la estrategia que se elija y tener un profundo impacto en el negocio y en su éxito potencial. Así es necesario identificar las fuerzas importantes del medio, evaluarlas y hacerles un seguimiento con el fin que la dirección estratégica de la compañía pueda tomar un curso de acción efectivo”¹⁷

El examen del medio puede subdividirse en las siguientes áreas claves:

- Factores Económicos
- Factores Políticos
- Factores Sociales y Culturales
- Factores Tecnológicos
- Factores Geográficos

¹⁶ OROZCO Arturo; *Investigación de Mercados: Concepto y Práctica*; Ed. Norma; Colombia; 1999; Pág. 5.

¹⁷ OROZCO Arturo; *Investigación de Mercados: Concepto y Práctica*; Ed. Norma; Colombia; 1999; Pág. 121.

Análisis Competitivo de la Industria

“La formulación de una estrategia competitiva consiste esencialmente en relacionar una empresa con su ambiente. La estructura de la industria contribuye decisivamente a determinar las reglas competitivas del juego y también las estrategias a que puede tener la empresa.”¹⁸

La intensidad en una industria depende de cinco fuerzas competitivas que son:

- Amenazas de Entrada
- Intensidad de la Rivalidad
- Presión de Productos Sustitutos
- Poder de Negociación de los Compradores
- Poder de Negociación de los Proveedores

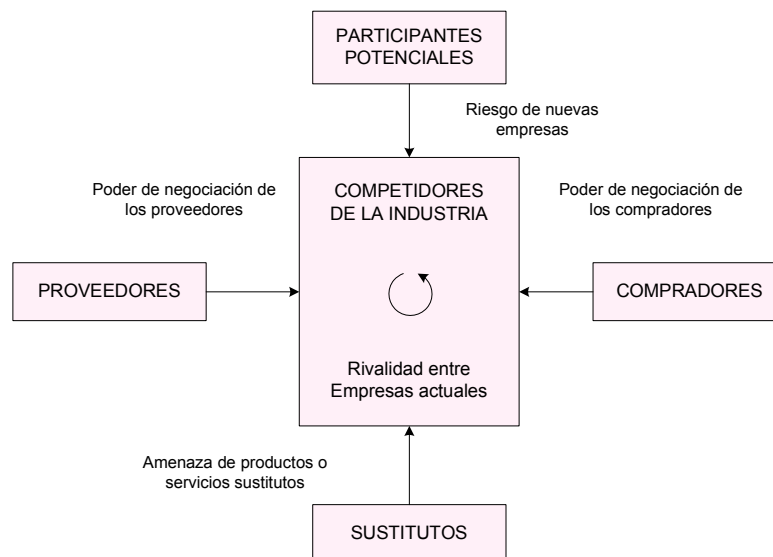


Figura 3: Fuerzas que impulsan la competencia en la industria

Fuente: PORTER Michael; *Estrategia Competitiva*; Ed. Continental; México; 2000; Pág. 20.

¹⁸ PORTER Michael; *Estrategia Competitiva*; Ed. Continental; México; 2000; Pág. 19.

2. *Diagnóstico Interno*

“Proceso para identificar fortalezas y debilidades de la organización, o del área o unidad estratégica. El diagnóstico lo integra la auditoria organizacional.”¹⁹

Auditoria Organizacional

“Un aspecto crítico en el desarrollo de nuevas estrategias o en la revisión de las ya existentes es el constante examen de los cambios tanto internos como externos, que permitan identificarlos vacíos entre el desempeño y las metas propuestas mediante la evaluación del desempeño de la compañía comparado con el su competencia.”²⁰ Se examinan cinco categorías

- La Capacidad Directiva
- La Capacidad Competitiva
- La Capacidad Financiera
- La Capacidad Tecnológica
- La Capacidad del Talento Humano.

2.1.3.5.3. Matriz FODA y líneas de Estrategias:

“Consiste en la formulación de cuatro estrategias alternativas que sirven para analizar la situación competitiva de la empresa, las mismas que se basan en el análisis de las condiciones externas (amenazas y oportunidades) y condiciones internas (fortalezas y debilidades).”²¹

¹⁹ OROZCO Arturo; *Investigación de Mercados: Concepto y Práctica*; Ed. Norma; Colombia; 1999; Pág. 23.

²⁰ OROZCO Arturo; *Investigación de Mercados: Concepto y Práctica*; Ed. Norma; Colombia; 1999; Pág. 103.

²¹ KOONTZ Harold, WEIHRICH Heinz; *Administración una Perspectiva Global*; Ed. Mc Graw Hill; Onceava Edición; México; 1994 Pág. 172.

En la figura siguiente se presenta las cuatro alternativas para la formulación de estrategias

| <i>Matriz FODA</i> | | |
|---|------------------------------------|------------------------------------|
| Factores internos | Fortalezas Internas (F) | Debilidades Internas (D) |
| Factores externos | | |
| Oportunidades Externas (O) | Estrategia FO: Maxi-maxi | Estrategia DO: Mini-maxi |
| Amenazas Externas (A) | Estrategia FA: Maxi-mini | Estrategia DA: Mini-mini |
| Fuente: KOONTZ Harold, WEIHRICH Heinz; Administración una Perspectiva Global; Pág. 173. | | |

Figura 4: Matriz FODA para la formulación de estrategias

Estrategia FO o de Maxi-maxi

“La situación más deseable es aquella en la que una compañía puede hacer uso de sus fortalezas para aprovechar oportunidades. Ciertamente, las empresas deberían proponerse pasar de las demás ubicaciones de esta matriz a ésta. Si resienten debilidades, se empeñarán en vencerlas para convertirlas en fortalezas. Si enfrentan amenazas, las sortearán para concentrarse en oportunidades”²²

Estrategia FA o de Maxi-mini

“Se basa en las fortalezas de la organización para enfrentar amenazas en su entorno. El propósito es optimizar las primeras y reducir al mínimo las segundas. Así, una compañía puede servirse de sus virtudes tecnológicas, financieras,

²² KOONTZ Harold, WEIHRICH Heinz; *Administración una Perspectiva Global*; Ed. Mc Graw Hill; Onceava Edición; México; 1994 Pág. 173.

administrativas o de comercialización para vencer las amenazas de la introducción de un nuevo producto por parte de un competidor.”²³

Estrategia DO o de Mini maxi

“Pretende la reducción al mínimo de las debilidades y la optimización de las oportunidades. De este modo, una empresa con ciertas debilidades en algunas áreas puede desarrollar tales áreas, o bien adquirir las aptitudes necesarias (como tecnología o personas con habilidades indispensables) en el exterior, a fin de aprovechar las oportunidades que las condiciones externas le ofrecen.”²⁴

Estrategia DO o de Mini-mini

“Persigue la reducción al mínimo tanto de debilidades como de amenazas. Puede implicar para la compañía la formulación de una sociedad en participación, el atrincheramiento o incluso la liquidación, por ejemplo.”²⁵

Estrategia Empresarial o Genérica:

Las Estrategias es el procedimiento que se van a seguir para la consecución de los objetivos de la organización, definiendo el camino a seguir y asignando los recursos necesarios.

²³ KOONTZ Harold, WEIHRICH Heinz; *Administración una Perspectiva Global*; Ed. Mc Graw Hill; Onceava Edición; México; 1994 Pág. 173.

²⁴ Bis.

²⁵ Bis.

Con una estrategia apropiada una empresa sabrá como orientarse si las condiciones del mercado cambian.

Una de las herramientas más utilizadas para el análisis estratégico es la matriz de estrategias genéricas de Michael Porter. Según este análisis, toda empresa deberá optar entre tres estrategias posibles:

Liderazgo en costos

“Consiste en alcanzar el liderazgo en costos globales mediante un conjunto de políticas funcionales encaminadas a este objetivo básico. El liderazgo en costos exige la construcción agresiva de instalaciones de escala eficiente, la búsqueda vigorosa de reducción de costos a partir de la experiencia, un control riguroso de gastos variables y fijos, evitar las cuentas de clientes menores y minimizar los costos en áreas como investigación y desarrollo, fuerza de ventas, publicidad y otras.”²⁶

Diferenciación

“Diferencia el producto o servicio que ofrecemos, creando así algo que en la industria entera se percibe como único. La diferenciación brinda protección contra la rivalidad porque los clientes son leales a la marca y porque disminuye la sensibilidad al precio. También aumenta los márgenes de utilidad y con ello permite prescindir de la posición de costos bajos.”²⁷

²⁶ PORTER Michael; *Estrategia Competitiva*; Ed. Continental; México; 2000; Pág. 52.

²⁷ PORTER Michael; *Estrategia Competitiva*; Ed. Continental; México; 2000; Pág. 54.

Enfoque

Se centra en un grupo de compradores, en un segmento de la línea de productos o en un mercado geográfico. Ésta procura ante todo dar un servicio excelente a un mercado particular; diseña las estrategias funcionales teniendo presente lo anterior. Se basa en la suposición de que la compañía podrá prestar una mejor atención a su segmento que a las empresas que compiten en mercados más extensos. De ese modo se diferencia al satisfacer más satisfactoriamente las necesidades de su mercado, al hacerlo a un precio menor o al lograr ambas metas.”²⁸

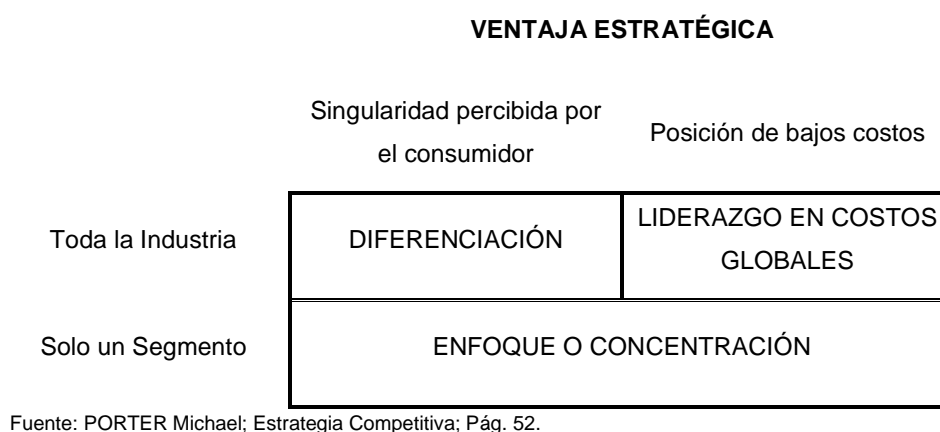


Figura 5: Estrategias Genéricas

2.1.3.5.4. *Direccionamiento Estratégico:*

El Direccionamiento Estratégico es la base fundamental sobre la cual trabaja una empresa “Las organizaciones para crear, generar utilidades y permanecer en el mercado deben tener muy claro hacia donde van, es decir haber definido su direccionamiento estratégico, el cual es integrado por:

²⁸ PORTER Michael; *Estrategia Competitiva*; Ed. Continental; México; 2000; Pág. 55.

Misión:

“Esta declaración es fundamental puesto que describe el propósito actual y futuro de la organización o empresa en relación a sus productos, mercados y cobertura. En otras palabras, la misión debe entregar el marco de referencia en el cual se desenvuelve la firma u organización. Es en este momento cuando se debe efectuar una definición de los objetivos generales de desempeño que se espera de la firma, y que normalmente se expresan en términos de crecimiento y rentabilidad.”²⁹

La Misión es la definición de la razón de existencia y la naturaleza de un negocio; es la concepción específica de la existencia de la Organización, es la formulación del propósito a largo plazo y debe ser planteada por los miembros de la dirección quienes comprenden de todas las actividades de la empresa.

Visión:

La visión guía a la Organización a conseguir un futuro exitoso, es el mañana de la empresa. Es la que transmite la forma como debe ser y actuar la empresa en el futuro, basada en los valores y convicciones de sus integrantes.

La visión es la imagen que crea conscientemente la representación del futuro ideal de una organización. Esta visión debe articular un escenario realista del futuro, que sea creíble y atractivo.

²⁹ JINENA INFANTE Roberto; *Introducción a la Planificación Estratégica*; Ed. Lusem; Chile; 2002; Pág. 6.

Valores:

Los Valores constituyen la filosofía corporativa de la empresa, es la manera en como la empresa se percibe a sí misma y a su entorno. Los valores deben contener una descripción de políticas corporativas básicas.

Principios:

Los Principios con las normas y creencias que regulan el normal funcionamiento de la empresa, dando un soporte para la creación de la cultura organizacional. Es necesario que sean parte del conocimiento de todo el personal que integra la empresa siendo así su guía

“Verdad fundamental, o que en un momento determinado se considera como tal, que explica las relaciones entre dos o más grupos de variables, por lo general una independiente y otra dependiente; pueden ser descriptivos, que explican lo que ocurrirá, o preceptivos (o normativos), que señalan lo que debe hacer una persona; en este último caso reflejan alguna escala de valores, como la eficiencia y, por consiguiente, implican criterios de valor”³⁰

Objetivos Globales

Los objetivos son los logros que la empresa pretende conseguir en un periodo de tiempo determinado. Los objetivos deben ser medibles, verificables y cuantificables.

³⁰ KOONTZ Harold, WEIHRICH Heinz; *Administración una Perspectiva Global*, Ed. Mc Graw Hill; México; 1994; Pág. 784.

2.1.3.5.5. Determinación de Planes de Acción:

“Son las tareas que debe realizar cada unidad o área para concretar las estrategias en un plan operativo que permita su monitoría, seguimiento y evaluación.”³¹

2.1.3.6. PLAN DE MERCADEO

El Plan de Mercadeo (o de Marketing por su nombre en inglés) es un documento en el cual se fija las estrategias comerciales con las cuales se pretende conseguir la consecución de los objetivos planteados y un exitoso rendimiento.

El Plan de Marketing se desarrolla en cuatro etapas fundamentales, las mismas que se describen a continuación.

2.1.3.6.1. Análisis de Mercado

El Análisis de Mercado es el proceso que estudia el entorno del mercado y las posibilidades que una empresa posee tanto a nivel interno como externo.

Es el desarrollo de examinar las posibilidades comerciales de la empresa y su entorno en el mercado. Es el primer paso dentro de la planeación de marketing que permite el diseño de nuevos procedimientos para el cumplimiento de los objetivos planteados.

³¹ OROZCO Arturo; *Investigación de Mercados: Concepto y Práctica*; Ed. Norma; Colombia; 1999; Pág. 21.

2.1.3.6.2. Segmentación del Mercado:

Es un proceso en el que se identifica un grupo de compradores con características similares, dividiendo al mercado en segmentos, los cuales tienen características comunes de compra y requerimientos de los clientes.

Beneficios de la segmentación del mercado

“La segmentación del mercado se orienta al cliente y por ello es compatible con el concepto de marketing. Al segmentar, primero se identifican las necesidades de los clientes dentro de un submercado y luego se decide si resulta práctico diseñar una mezcla de marketing para satisfacerlas”³²

2.1.3.6.3. Establecimientos de Objetivos

Los objetivos son los propósitos específicos de la empresa, los cuales se enfocan al mercado meta al cual se pretende ingresar el nuevo producto o servicio.

2.1.3.6.4. Formulación de Estrategias

Las estrategias son las acciones a seguir para la consecución de los objetivos de marketing, las cuales son planteadas en relación con la mezcla de marketing y se describen a continuación.

³² STANTON William, ETZEL Michael, WALTER Bruce; ***Fundamentos de Marketing***. Ed. Mc Graw Hill; undécima edición; México; 1999; Pág. 173.

Estrategia de Producto

“Hacen falta estrategias para administrar los productos actuales a lo largo del tiempo, incorporar otros nuevos y abandonar los que fracasan. También se toman decisiones estratégicas sobre el uso de marcas, el empaque y otras características del producto como garantías”³³

Estrategia de Precio

“Las estrategias necesarias se refieren a la ubicación de los clientes, la flexibilidad de los precios, los artículos que pertenecen a la misma línea de productos y las condiciones de la venta. Asimismo habrá que diseñar estrategias de precios para entra en el mercado, sobre todo cuando se trata de un producto nuevo.”³⁴

Estrategia de Distribución

“Las estrategias de distribución incluyen la administración del canal o canales a través de los cuales la propiedad de los productos se transfiere de los fabricantes al comprador y en muchos casos, las formas mediante las cuales los bienes se llevan del lugar de producción al punto de compra por parte del cliente final. Además, se diseñan las estrategias que se aplicarán a los intermediarios, como los mayoristas y detallistas.”³⁵

³³ STANTON William, ETZEL Michael, WALTER Bruce; *Fundamentos de Marketing*. Ed. Mc Graw Hill; undécima edición; México; 1999; Pág. 65.

³⁴ Bis.

³⁵ Bis.

Estrategia de Comunicación

“Se necesitan estrategias para combinar los métodos individuales, como publicidad, venta personal y promoción de ventas, en un campaña bien coordinada. Además, se ajustarán las estrategias promocionales a medida que el producto pase de las primeras etapas a las etapas finales en su ciclo de vida. También se adoptan decisiones estratégicas sobre cada método de promoción.”³⁶

2.1.3.7. ESTUDIO TÉCNICO

El Estudio Técnico busca solucionar los posibles problemas que se presentan en la fase técnica. Un Estudio Técnico consta de las siguientes etapas:

2.1.3.7.1. Localización del proyecto

“Consiste en el análisis de las variables considerables como factores de localización, las que determinan el lugar donde el proyecto logra máxima utilidad o el mínimo de los costos unitarios.”³⁷

2.1.3.7.2. Selección y Determinación del Proceso Productivo

Es el proceso productivo de un servicio, se detallan los procedimientos a seguir para que es servicio funcione correctamente y las necesidades técnicas en las que se incurrirá para dicho funcionamiento, en el caso de una empresa que presta

³⁶ STANTON William, ETZEL Michael, WALTER Bruce; *Fundamentos de Marketing*; Ed. Mc Graw Hill; undécima edición; México; 1999; Pág. 65.

³⁷ EROSA Victoria; *Proyectos de Inversión en Ingeniería*; Ed. Limusa Noriega; México; 1998; Pág. 78.

servicios, al no existir un proceso productivo como tal, se realiza una descripción técnica detallada de los procedimientos y necesidades

2.1.3.7.3. Distribución Interior

Tiene como objetivo optimizar los recursos utilizados en el estudio de la distribución interior de la planta. “Una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.”³⁸

2.1.3.7.4. Recursos de Infraestructura

Consiste en todo el equipo, materiales, maquinaria, muebles y enseres necesarios para la realización del proyecto. “Cuando llega el momento de decidir sobre la compra de equipo y materiales, se deben tomar en cuenta una serie de factores que afectan directamente la elección. La mayoría de la información que es necesario recabar será útil en la comparación de varios equipos y también es la base para realizar cálculos posteriores.”³⁹

2.1.3.7.5. Recursos Humanos

Es el personal necesario para llevar a cabo este proyecto. El diseño de una estructura administrativa debe ser dinámico y flexible considerado en la expansión y cambios de la empresa. “Una vez realizada la estructura organizacional inicial,

³⁸ BACA URBINA Gabriel; *Evaluación de proyectos*; Ed. Mc Graw Hill; Cuarta Edición; México; 2001; Pág. 107.

³⁹ BACA URBINA Gabriel; *Evaluación de proyectos*; Ed. Mc Graw Hill; Cuarta Edición; México; 2001; Pág. 105.

se procederá a elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple, para mostrar como quedarán los puestos y jerarquías dentro de la empresa “⁴⁰

2.1.3.7.6. Requisitos Legales

“Las etapas iniciales de un proyecto comprenden actividades como constitución legal, trámites gubernamentales, compra de terreno, construcción de edificio (o su adaptación), compra de maquinaria, contratación de personal, selección de proveedores, contratos escritos con clientes, pruebas de arranque, consecución del crédito más conveniente, entre otras muchas actividades iniciales, mismas que deben ser programadas, coordinadas y controladas. Todas estas actividades deben ser previstas adecuadamente desde las primeras etapas, ya que ésta es la mejor manera de garantizar la consecución de los objetivos de la empresa.”⁴¹

2.1.3.8. ESTUDIO FINANCIERO

El Estudio Financiero evalúa el potencial económico de un proyecto analizando el monto de los recursos económicos necesarios para su realización facilitando la toma de decisiones referente a actividades de inversión.

La realización del estudio financiero permite los niveles de inversión requerida para el establecimiento de la empresa.

La realización de un estudio financiero permite determinar las características económicas del proyecto estableciendo su racionalidad y acertada formulación, para lo cual es necesario presupuestar de manera adecuada el monto de las inversiones, ingresos y egresos, así como la generación de efectivo y valores de

⁴⁰ BORELLO Antonio; *El Plan de Negocios*; Ed. Mc Graw Hill; Colombia; 2001; Pág. 115.

⁴¹ BORELLO Antonio; *El Plan de Negocios*; Ed. Mc Graw Hill; Colombia; 2001; Pág. 116.

salvamento de las inversiones, presentando dicha información de manera sistemática y ordenada.

2.1.3.8.1. Inversión Inicial y Financiamiento

Aquí es en donde constan todos los rubros de la inversión necesaria y de financiamiento, para llevar a cabo el montaje de la empresa y el funcionamiento de la misma los cuales son:

Inversión Pre-Operacional

Constituye los recursos de financiamiento necesarios fijos o tangibles y diferidos o intangibles pre operaciones, los mismos que son necesarios para llevar a cabo el inicio de la empresa.

Inversión de Capital

“Los recursos necesarios para la etapa de instalación, constituyen el capital fijo del proyecto y señalan los requisitos para la inversión.”⁴²

“El capital constituye el conjunto de bienes que serán a su vez dedicados al consumo por otras unidades productoras o por los consumidores en general. De esta definición se desprende el hecho de que este tipo de bienes no serán objeto de transacción comercial corriente sino que pasarán a conformar la estructura productiva de la misma.”⁴³

⁴² EROSA Victoria; ***Proyectos de Inversión en Ingeniería***; Ed. Limusa Noriega; México; 1998; Pág. 78.

⁴³ MUÑOZ GUERRERO Mario; ***Proyectos; Universidad Central del Ecuador***; Quito-Ecuador; 2000; Pág. 135.

Inversión de Trabajo

“El capital de trabajo es la inversión adicional líquida que debe aportarse para que la empresa empiece a elaborar el producto. Contablemente se define como el activo circulante menos el pasivo circulante. A su vez, el activo circulante se conforma de los rubros valores e inversiones, inventario y cuentas por cobrar. Por su lado, el pasivo circulante se conforma de los rubros sueldos y salarios, proveedores, impuestos e intereses.”⁴⁴

Financiamiento

“El financiamiento es el abastecimiento y uso eficiente del dinero, línea de crédito y fondos de cualquier clase que se emplean en la realización de un proyecto o en el funcionamiento de una empresa.”⁴⁵

2.1.3.8.2. Estados Financieros Proyectados

Ingresos y Egresos

Se detallarán y proyectarán todos los ingresos percibidos por la empresa obtenidos por la venta de un servicio, así como los egresos en los que incurrirá la empresa para cumplir con sus actividades.

⁴⁴ BACA URBINA Gabriel; *Evaluación de proyectos*; Ed. Mc Graw Hill; Cuarta Edición; México; 2001; Pág. 198.

⁴⁵ EROSA Victoria; *Proyectos de Inversión en Ingeniería*; Ed. Limusa Noriega; México; 1998; Pág. 78.

Estado de Pérdidas y Ganancias

“Denominado también Estado de Resultados, Estado de Situación Económica, Estado de Rentas y Gastos, Estado de Operaciones, etc. se elabora al finalizar el período contable con el objeto de determinar la situación Económica de la empresa.”⁴⁶

Uno de los objetivos del Estado de Resultados proyectados es la determinación del flujo de Efectivo.

Flujo de Efectivo

“Se elabora al término de un ejercicio económico o período contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa. La información sobre los flujos de efectivo de una empresa es útil para proporcionar a los usuarios de estados financieros una base para evaluar la habilidad de la empresa para generar efectivo y sus equivalentes y las necesidades de la empresa para utilizar dicho flujos de efectivo.”⁴⁷

2.1.3.8.3. Evaluación Financiera

Valor Actual Neto – VAN

“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”⁴⁸

⁴⁶ BRAVO VALDIVIESO Mercedes; Contabilidad General; Ed. Nuevo día; Quinta Edición; 2004; Pág.192.

⁴⁷ BRAVO VALDIVIESO Mercedes; Contabilidad General; Ed. Nuevo día; Quinta Edición; 2004; Pág.192.

⁴⁸ BACA URBINA Gabriel; Evaluación de proyectos; Ed. Mc Graw Hill; Cuarta Edición; México; 2001; Pág. 213.

Tasa Interna De Retorno-TIR

“Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”⁴⁹

Período De Recuperación De Capital-PRC

“En la evaluación de proyectos, periodo de re-pagos o recuperación de la inversión.”⁵⁰

Punto de Equilibrio

Es el valor en el cual la utilidad es igual a cero, es decir los ingresos son iguales a los egresos.

“El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.”⁵¹

⁴⁹ BACA URBINA Gabriel; ***Evaluación de proyectos***; Ed. Mc Graw Hill; Cuarta Edición; México; 2001; Pág. 216.

⁵⁰ GÓMEZ Silvia, ÁLVAREZ Iván; ***Diccionario de Términos Financieros y de Bolsa***; Ed. Nomos; Colombia; 2003.

⁵¹ BACA URBINA Gabriel; ***Evaluación de proyectos***; Ed. Mc Graw Hill; Cuarta Edición; México; 2001; Pág. 171.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. DEFINICIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el Ecuador y el mundo actual, hoy en día, miles de madres trabajan y dependen de los centros infantiles para el cuidado de sus niños y niñas menores de cinco años. Ser al mismo tiempo madre y profesional es una situación complicada que exige compromiso no sólo de la mujer sino de la familia en general. Es entonces una alternativa de ayuda para la familia, la creación de centros infantiles que nacen de la necesidad de prodigar cuidados a niños durante la jornada de trabajo de sus padres. La ausencia de las madres por un período de tiempo, debido a varios factores como: necesidad de trabajo, estudios, superación personal, deseo de independencia, entre otros, ha originado cambios significativos en la vida familiar.

El trabajo femenino hoy en día es un hecho social, común e irreversible. La mujer ha tenido que salir a ganarse la vida, bien sea para colaborar con su aporte económico al sustento del hogar o para enfrentarlo ella sola cuando no cuenta con el apoyo de un compañero o esposo. En algunos casos, aún sin existir la necesidad económica, está de por medio el deseo de realización personal y superación profesional que impulsa a la mujer a buscar nuevos horizontes de vida.

La existencia de centros infantiles que cumplan con todos los requisitos de atención y seguridad que señala la ley; además de ofrecer la posibilidad de trabajo a la mujer, ayudan a mantener su tranquilidad psíquica y emocional.

Los padres que seleccionan centros de cuidado infantil deben escoger lugares con calidad donde se les proporcione actividades dirigidas por quienes los cuidan,

y estas les estimule su lenguaje y desarrollo cognitivo (pensar), y también su desarrollo social.

Para los padres, sus hijos son el tesoro más valioso, por lo que estos centros de cuidado diario no serán eficientes sino cumplen con la calidad y seguridad de que sus pequeños sean protegidos, vigilados y se les ayude en su proceso de desarrollo escolar y social.

Para determinar la conveniencia de crear este servicio en el sector de la Floresta en la ciudad de Quito, es preciso comprobar si su existencia generará beneficios atractivos a la inversión. En el estudio se deben tomar en cuenta las expectativas de los posibles clientes, como: infraestructura, ubicación del local, distribución interior, recursos humanos, equipo necesario, seguridad, accesorios adicionales, y precios a cobrar por los servicios.

3.2. ENTREVISTA CON EXPERTOS

Como método cualitativo de investigación se realizó entrevistas a dos expertos en el área infantil, quienes proporcionaron la siguiente información.

- Según la experta en niños Graciela Cárdenas de la Universidad de Texas en Austin – Estados Unidos de América, un Centro Infantil nace de la necesidad de apoyo para una adecuada dinámica familiar, disminuyendo así el riesgo de tensión, ansiedad, preocupación, entre otros factores por parte de los padres hacia sus niños.

Como criterio personal menciona que un centro infantil debe contar como mínimo con personal capacitado; instalaciones adecuadas, limpias y bien iluminadas; programas de estimulación, cuidado y salud; y sobre todo brindar un ambiente de tranquilidad tanto para niños como para sus padres.

Adicionalmente señala que el personal y los materiales utilizados en los centros infantiles deben estar acordes con los programas de estimulación para

los diferentes tipos de edad, como el número de niños por cada persona a su cuidado.

Como última pauta señala que lo ideal en hogares en los cuales un miembro familiar, especialmente los padres, pueden permanecer en casa, el ambiente familiar para niños menores a 2 años es el ideal, ya que de ésta manera reciben por parte de su familia la seguridad afectiva. También señala que a partir de los 2 hasta los 5 años de edad, que son muy importantes en la vida de una persona se realicen programas de estimulación y pre-socialización, ya que estas edades son determinantes y sus resultados serán visibles a largo plazo.

- De acuerdo con la Licenciada Nancy Carrillo, Jefa Técnica Docente de la Unidad Técnica de Desarrollo Infantil del Ministerio de Bienestar Social, el número máximo con el que los Centros de Desarrollo Infantil inician sus operaciones es de 30 niños y niñas, acudiendo aproximadamente el 60% de niños a horario en medio tiempo y el 40% restante a tiempo completo. Adicionalmente señala que aproximadamente hasta el mes de marzo ingresan niños a los centros educativos, en un promedio de 6 niños durante los dos primeros meses y de 3 en los siguientes meses. También menciona que durante el mes de agosto, que es el mes de vacaciones alrededor de el 20% de los niños permanecen en los centros infantiles.

3.3. OBJETIVOS DE LA ESTUDIO DE MERCADO

3.3.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de mercado que determine la necesidad de cuidado infantil, estimulación temprana y estudios dirigidos por parte de las madres de familia y profesionales que trabajan y/o estudian en el sector de La Floresta del Distrito Metropolitano de Quito.

3.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el promedio de padres con poca disponibilidad de tiempo para el cuidado de sus hijos y establecer la demanda de este servicio diario.
- Comprobar las preferencias de los clientes en relación a los servicios requeridos, con el fin de satisfacerlos.
- Indagar sobre las dificultades que presentan los consumidores para la contratación de un servicio de cuidado infantil.
- Establecer si el cliente está satisfecho con el cuidado y servicio que sus hijos reciben actualmente.
- Conocer las principales necesidades que tiene el consumidor en el momento de adquirir este servicio.
- Establecer el tipo de servicio que ofrece la competencia para evaluarla y mejorarla.
- Determinar el valor agregado que puede dar la empresa a sus potenciales clientes y el tiempo que lo requieren.

3.4. HIPÓTESIS

- **H₀**: Existe la factibilidad de crear un centro infantil en un sitio estratégico enfocado a un segmento meta, con servicios diferenciados.
- **H₁**: No existe la factibilidad de crear un centro infantil en un sitio estratégico enfocado a un segmento meta, con servicios diferenciados

3.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.5.1. MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La técnica que se utilizará para la recolección de datos en este proyecto será la encuesta⁵². Por medio de ella obtendremos información valiosa y especializada en poco tiempo, y luego nos permitirá realizar un análisis profundo de las necesidades y expectativas de los clientes - consumidores con respecto a la utilización del servicio de Cuidado Infantil y de Estudios Dirigidos.

3.5.2. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN

Según el Estudio de Población e Indicadores Del Barrio Sector Del Distrito Metropolitano De Quito Según Parroquias Y Administración Zonal realizado por la Unidad de Estudios e Investigación; DMTV-MDMQ, se determina la cantidad de personas (hombres y mujeres) que constituyen la población objetivo.

En la siguiente tabla resumen se encuentra la cantidad de personas que constituyen la población objeto de estudio en el sector de la Floresta siendo de 6.919 personas.

⁵² Anexo 1: Investigación de Mercado – Formulario de Encuesta

| POBLACIÓN E INDICADORES DEL BARRIO SECTOR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO SEGÚN PARROQUIAS Y ADMINISTRACIÓN ZONAL | | | | | | | |
|--|---------------------------|--------------------|------------|---------|--------------|-----------|------------------------------------|
| CÓDIGO BARRIO | BARRIO SECTOR | Superficie (Ha) | DEMOGRAFÍA | | | | |
| | | | POBLACIÓN | | | | |
| | | | Hombres | Mujeres | Total | Viviendas | Densidad demográfica Hab/Ha. |
| 4 | EUGENIO ESPEJO (Norte) | | | | | | |
| 401 | BELISARIO QUEVEDO | | | | | | |
| 4010002 | COND.S_PICHINCHA | 14.7 | 522 | 630 | 1,152 | 376 | 78.2 |
| 4010003 | EL ARMERO | 17.2 | 10 | 18 | 28 | 4 | 1.6 |
| 4010004 | LA GASCA | 64.0 | 2,573 | 3,112 | 5,685 | 1,778 | 88.8 |
| 4010005 | LA GRANJA | 38.3 | 1,691 | 1,727 | 3,418 | 988 | 89.2 |
| 4010006 | LA PRIMAVERA | 35.4 | 1,627 | 1,772 | 3,399 | 927 | 96.1 |
| 4010007 | LAS CASAS | 70.3 | 3,529 | 3,969 | 7,498 | 2,460 | 106.7 |
| 4010008 | LAS CASAS BAJO | 70.6 | 3,367 | 4,136 | 7,503 | 2,600 | 106.3 |
| 4010009 | MARIANA DE JESÚS | 47.2 | 1,897 | 2,413 | 4,310 | 1,463 | 91.3 |
| 4010010 | MIRAFLORES | 16.2 | 500 | 585 | 1,085 | 356 | 66.8 |
| 4010011 | PAMBACHUPA | 24.4 | 2,647 | 2,856 | 5,503 | 1,856 | 225.8 |
| 4010012 | S CLARA S_MILAN | 33.8 | 1,016 | 1,128 | 2,144 | 698 | 63.4 |
| 4010013 | S_CLARA S_MILAN | 36.5 | 1,748 | 1,815 | 3,563 | 940 | 97.6 |
| 4010014 | S_VICENTE | 32.2 | 670 | 701 | 1,371 | 411 | 42.6 |
| 4010018 | PROTEC. BELISARI | 622.6 | 408 | 386 | 794 | 201 | 1.3 |
| 402 | MARISCAL SUCRE | | | | | | |
| 4020001 | LA COLON | 42.6 | 984 | 1,128 | 2,112 | 964 | 49.6 |
| 4020002 | LA FLORESTA | 111.1 | 3,191 | 3,728 | 6,919 | 2,451 | 62.3 |
| 4020003 | MARISCAL SUCRE | 126.7 | 3,156 | 3,668 | 6,824 | 2,676 | 53.9 |
| Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001; INEC | | | | | | | |
| Elaboración: Unidad de Estudios e Investigación; DMTV-MDMQ | | | | | | | |
| Información adicional: eestevez@quito.gov.ec | | | | | | | |

Tabla 3: Población E Indicadores Del Barrio Sector Del Distrito Metropolitano De Quito Según Parroquias Y Administración Zonal

3.5.3. SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Una vez obtenidos los datos de la población objeto de estudio se procede a la obtención de la muestra para la realización de las encuestas en base al cuestionario elaborado para el efecto.

La Fórmula de Cálculo es la siguiente:

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1) * \left(\frac{\varepsilon}{Z}\right)^2 + p * q} \quad 53,$$

donde:

| | |
|---|-------|
| n = Tamaño de la Muestra | ? |
| N = Tamaño de la Población | 6.919 |
| ε = Error máximo permisible | 5% |
| Z = Nivel de confianza | 95% |
| p = Grado de Aceptación del negocio en el mercado | 0,5 |
| q = Nivel de rechazo $q = 1 - p$ | 0,5 |

$$n = \frac{6.919 * 0,5 * 0,5}{(6.919 - 1) * \left(\frac{0.05}{1,90330979}\right)^2 + 0,5 * 0,5}$$

$$n = 363$$

⁵³ Orozco Arturo, Investigación de Mercados: Concepto y Práctica, Grupo Editorial Norma, Pág. 22.

Según el resultado obtenido, con la finalidad que la información sea confiable y representativa, se realizarán 350 encuestas, las cuales proporcionarán los resultados que permitirán desarrollar los siguientes capítulos de este proyecto.

3.5.3.1. DIFICULTADES EN RECOPIACIÓN

Las dificultades encontradas en la Investigación de Mercado realizada en el sector de La Floresta, en especial en la recopilación de datos son las siguientes:

- Debido a la inseguridad en la que se vive actualmente, desconfianza de por parte de los entrevistados.
- Poca disponibilidad de tiempo.
- Falta de colaboración.
- Conocimiento insuficiente por parte de los entrevistados sobre el tema.

3.6. ANÁLISIS DE DATOS

3.6.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

A continuación se presentaran todos los resultados obtenidos a través de las encuestas. En total se realizaron 11 preguntas, las mismas que son presentadas con un grafico y su respectiva tabla de datos.

1. EDAD

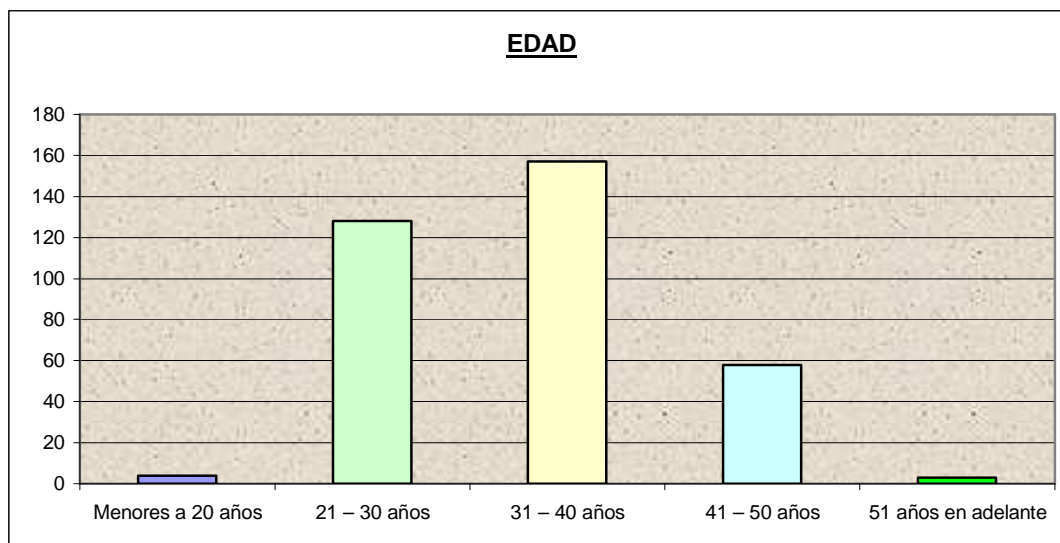


Gráfico 1: Preguntada 1. Encuesta

| CÓDIGO | EDAD | Valor | Porcentaje |
|--|---------------------|-------|------------|
| - | Menores a 20 años | 4 | 1% |
| 20 | 21 – 30 años | 128 | 37% |
| 30 | 31 – 40 años | 157 | 45% |
| 40 | 41 – 50 años | 58 | 17% |
| 50 | 51 años en adelante | 3 | 1% |
| Total | | 350 | 100% |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 1: Preguntada 1. Encuesta

Como se puede observar en el cuadro 1 la mayoría de los encuestados se encuentran entre 20 y 40 años, lo que nos indica que nos estamos dirigiendo a una población joven, que nos demuestra cuáles son los gustos y preferencias, además del tipo de cuidado y requerimientos para sus niños, posteriormente se encuentran las personas entre los 40 y 50 años con el 17% del total de las personas encuestadas y por últimos las personas menores a 20 años y mayor a 50 años con una mínima representación ya que son edades que por sus características físicas son muy tempranas, en el un caso, y muy tardías, en el segundo para disfrutar del beneficio de tener niños.

2. GÉNERO

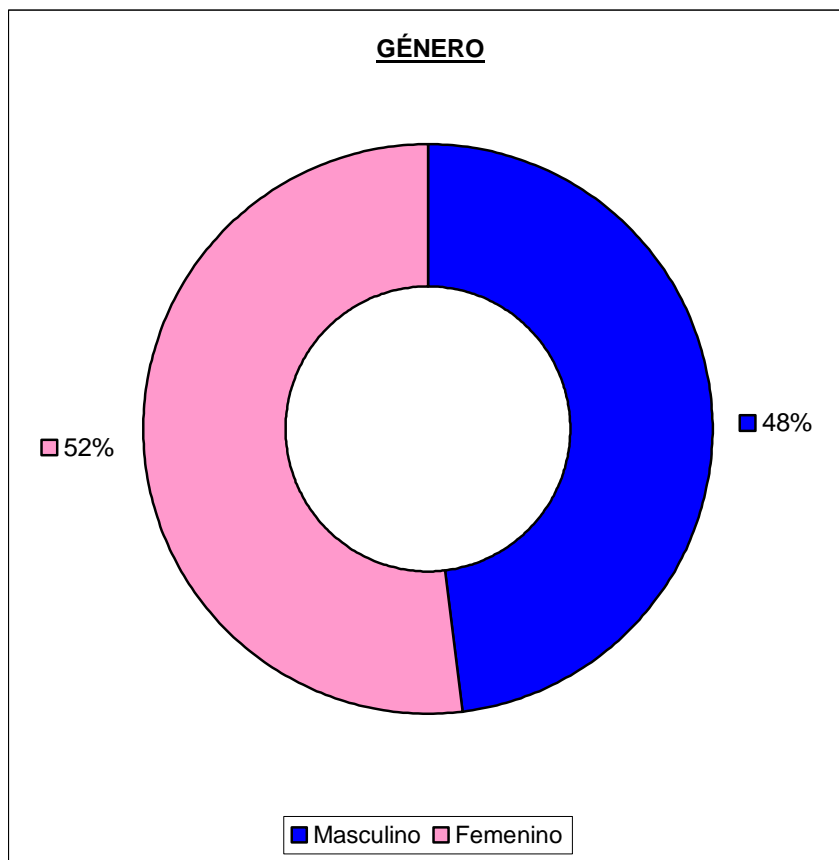


Gráfico 2: Pregunta 2. Encuesta

| CÓDIGO | GÉNERO | Valor | Porcentaje |
|--|-----------|-------|------------|
| 1 | Masculino | 168 | 48% |
| 0 | Femenino | 182 | 52% |
| Total | | 350 | 100% |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 2: Pregunta 2. Encuesta

Las encuestas realizadas son del 52% a personal femenino y 48% a personal masculino. Se ha encontrado la incidencia que en la actualidad poseen las mujeres en los trabajos y en el hogar la capacidad de decisión.

3. ACTIVIDAD A LA QUE SE DEDICA

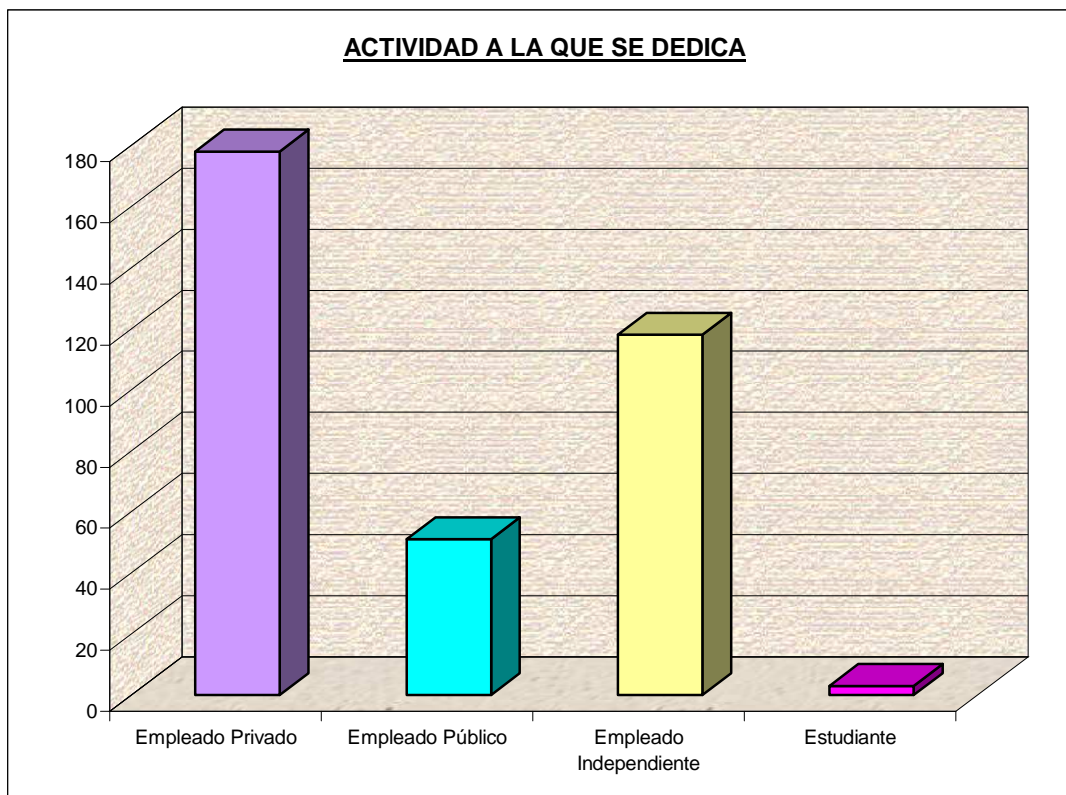


Gráfico 3 Pregunta 3. Encuesta

| CÓDIGO | ACTIVIDAD A LA QUE SE DEDICA | Valor | Porcentaje |
|--|------------------------------|------------|-------------|
| 0 | Empleado Privado | 178 | 51% |
| 1 | Empleado Público | 51 | 15% |
| 2 | Empleado Independiente | 118 | 34% |
| 3 | Estudiante | 3 | 1% |
| Total | | 350 | 100% |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 3: Pregunta 3. Encuesta

Aproximadamente la mitad de los encuestados son empleados privados, seguidamente los empleados independientes con el 34% del total, posteriormente prosiguen los empleados públicos y por último están los estudiantes.

4. NIÑOS MENORES DE 12 AÑOS EN EL SECTOR

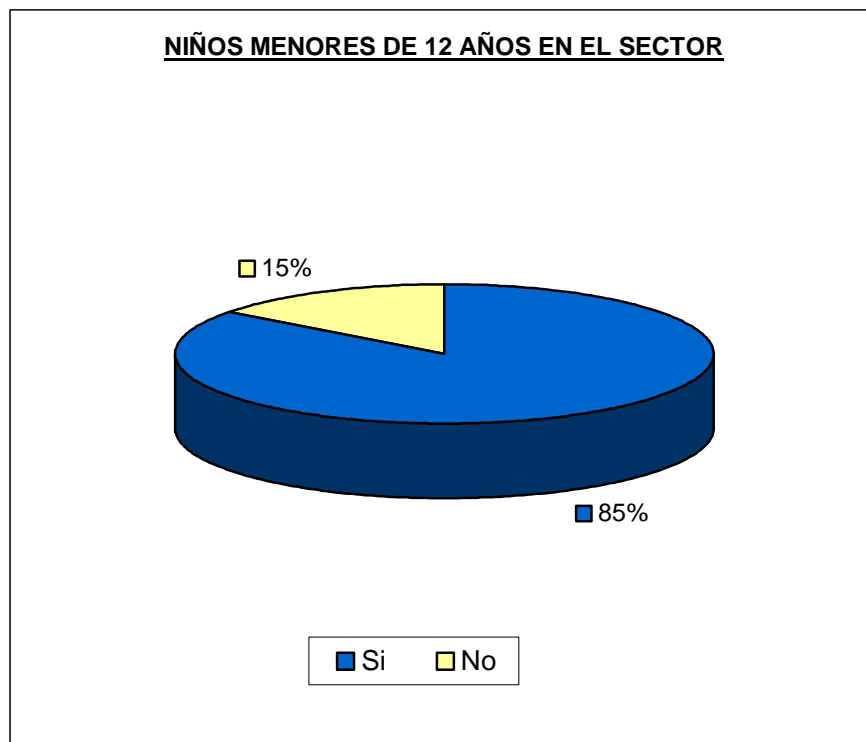


Gráfico 4: Pregunta 4. Encuesta

| CÓDIGO | NIÑOS MENORES DE 12 AÑOS EN EL SECTOR | Valor | Porcentaje |
|--|---------------------------------------|-------|------------|
| 1 | Si | 298 | 85% |
| 0 | No | 52 | 15% |
| Total | | 350 | 100% |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 4: Pregunta 4. Encuesta

Mediante esta pregunta se pudo observar que la mayoría de las personas encuestadas tienen niños que se encuentran entre las edades de 0 a 12 años, por lo que esto se constituye en la primera ventaja u oportunidad a ser aprovechada, indicándonos la factibilidad de implantar este tipo de negocio.

5. NÚMERO DE NIÑOS SEGÚN EDADES

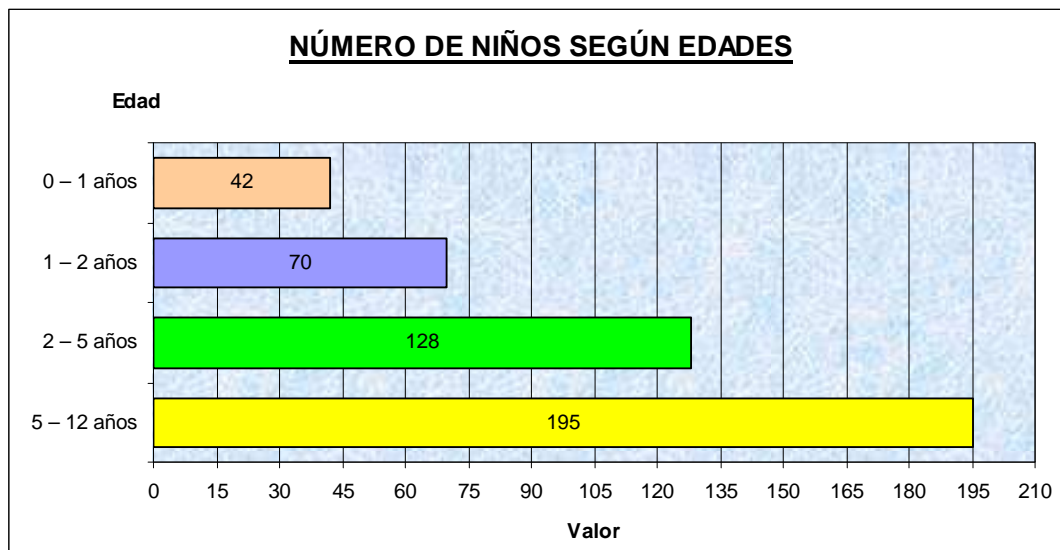


Gráfico 5: Pregunta 5. Encuesta

| NÚMERO DE NIÑOS SEGÚN EDADES | Valor | Porcentaje |
|--|--------------|-------------------|
| 0 – 1 años | 42 | 9% |
| 1 – 2 años | 70 | 14% |
| 2 – 5 años | 128 | 26% |
| 5 – 12 años | 195 | 40% |
| Total | 435 | 89% |
| No Contestan | 52 | 11% |
| Total | 487 | 100% |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

Cuadro 5: Pregunta 5. Encuesta

El objetivo de esta pregunta es obtener información de cuántos niños y entre que edades se encuentran por persona encuestada, determinándose así que la mayoría relativa se encuentra entre las edades de 5 a 12 años, lo mismo que nos permite apreciar que son niños en edad escolar, seguidamente se puede observar al grupo de niños que se encuentran entre las edades de 2 a 5 años y son niños

que se encuentran en edad de formación inicial, después se encuentran los niños de 1 a 2 años de edad y por último los bebés de hasta 1 año de edad.

6. TIPO DE CUIDADO INFANTIL

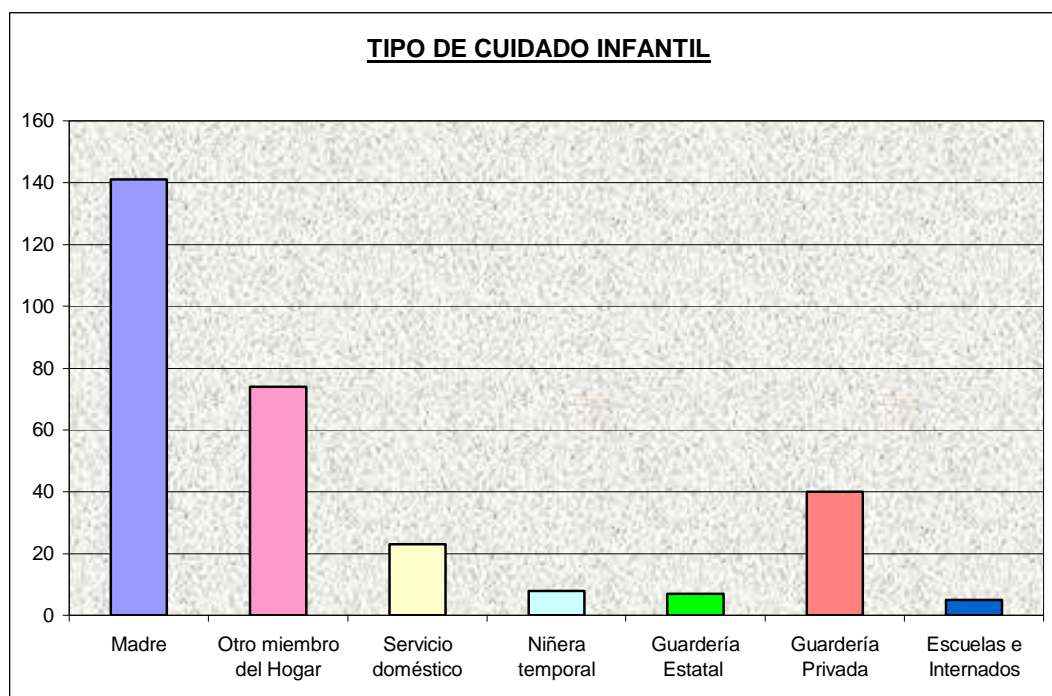


Gráfico 6: Pregunta 6. Encuesta

| CÓDIGO | TIPO DE CUIDADO INFANTIL | Valor | Porcentaje |
|--|--------------------------|-------|------------|
| 0 | Madre | 141 | 40% |
| 1 | Otro miembro del Hogar | 74 | 21% |
| 2 | Servicio doméstico | 23 | 7% |
| 3 | Niñera temporal | 8 | 2% |
| 4 | Guardería Estatal | 7 | 2% |
| 5 | Guardería Privada | 40 | 11% |
| 6 | Escuelas e Internados | 5 | 1% |
| Total | | 298 | 85% |
| x | No Contestan | 52 | 15% |
| Total | | 350 | 100% |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 6: Pregunta 6. Encuesta

Como se puede observar en el cuadro N°6 y en su respectivo gráfico el tipo de cuidado infantil materno es el que predomina comprendiendo aproximadamente la mitad, seguido se encuentran el tipo de cuidado infantil de otro miembro del hogar, entre los cuales están hermanos, tíos, abuelos, entre otros; guarderías privadas, servicio doméstico, y con igual participación las niñeras temporales y las guarderías estatales, por último con el 1% de los resultados están otros tipos de cuidado infantil como las escuelas e internados.

7. CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE CUIDADO INFANTIL

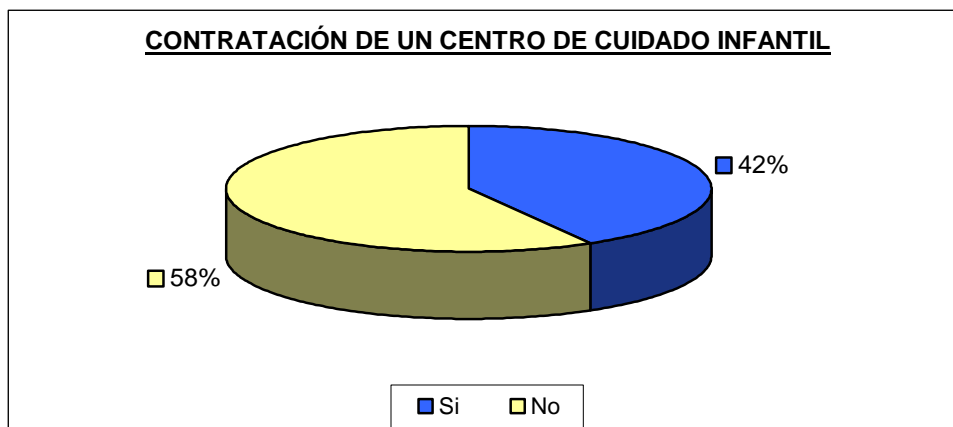


Gráfico 7: Preguntar 7. Encuesta

| CÓDIGO | CONTRATACIÓN DE UN CENTRO DE CUIDADO INFANTIL | Valor | Porcentaje |
|--|---|-------|------------|
| 1 | Si | 124 | 35% |
| 0 | No | 174 | 50% |
| Total | | 298 | 85% |
| x | No Contestan | 52 | 15% |
| Total | | 350 | 100% |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 7: Preguntar 7. Encuesta

Mediante esta pregunta se observa que aproximadamente más de la mitad de las personas encuestadas que sí tienen hijos menores de 12 años, es decir el 52%,

no ha contratado un servicio de cuidado infantil mientras que las personas restantes si contratan o han contratado alguna vez un servicio de cuidado infantil

7.1. FORMAS DE CONOCER EL CENTRO INFANTIL

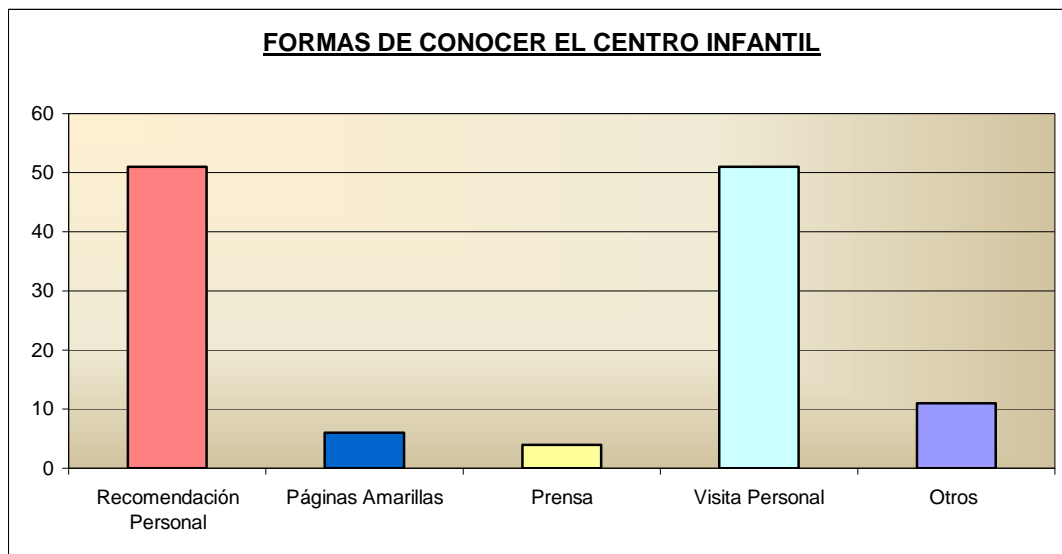


Gráfico 8: Pregunta 7.1. Encuesta

| CÓDIGO | FORMAS DE CONOCER EL CENTRO INFANTIL | Valor | Porcentaje |
|--|--------------------------------------|-------|------------|
| 0 | Recomendación Personal | 51 | 15% |
| 1 | Páginas Amarillas | 6 | 2% |
| 2 | Prensa | 4 | 1% |
| 3 | Visita Personal | 51 | 15% |
| 4 | Otros | 11 | 3% |
| Total | | 123 | 35% |
| x | No Contestan | 227 | 65% |
| Total | | 350 | 100% |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 8: Pregunta 7.1. Encuesta

Se ha realizado esta pregunta con el fin de conocer la forma en que las personas que si han contratado un servicio de cuidado infantil, conocieron del centro al que sus hijos asistían o acuden en la actualidad, predominando con igual importancia

entre éstas, las visitas personales de los padres realizadas a los centros y las recomendaciones personales; seguido a esto están otras formas de conocimiento como la publicidad, el trabajo o institución educativa y cercano al lugar de residencia; continuando se encuentran las páginas amarillas y por último la prensa.

7.2. RAZONES DE LA PRIVACIÓN DEL SERVICIO DE CUIDADO INFANTIL

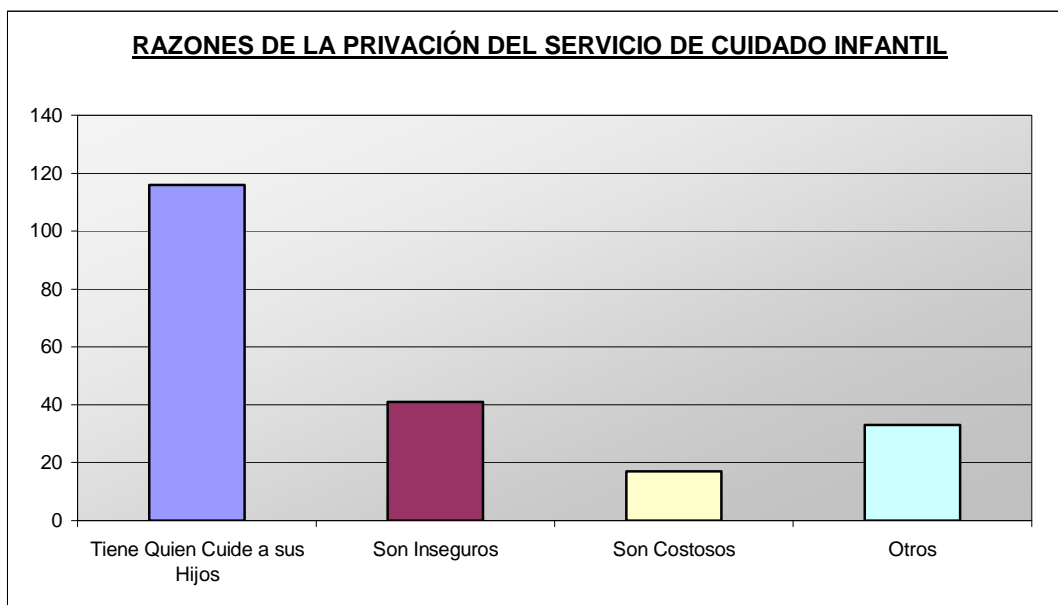


Gráfico 9: Pregunta 7.2. Encuesta

| CÓDIGO | RAZONES DE LA PRIVACIÓN DEL SERVICIO DE CUIDADO INFANTIL | Valor | Porcentaje |
|--|--|-------|------------|
| 0 | Tiene Quien Cuide a sus Hijos | 116 | 33% |
| 1 | Son Inseguros | 41 | 12% |
| 2 | Son Costosos | 17 | 5% |
| 3 | Otros | 33 | 9% |
| Total | | 207 | 59% |
| x | No Contestan | 143 | 41% |
| Total | | 350 | 100% |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 9: Pregunta 7.2. Encuesta

Esta pregunta permitió conocer las razones por las cuales las personas no han contratado un servicio de cuidado infantil o han dejado de adquirirlo, entre ellas la más principal es porque tienen quién se encargue del cuidado de sus niños, seguido esta la razón de que piensan que los centros de cuidado infantil son inseguros, posteriormente otras razones entre las cuales están: falta de conocimiento o de tiempo, porque ya se están en edad escolar, cambio de domicilio y en busca de un centro infantil; por último el costo es otra razón por la cual las personas no acceden a un centro de cuidado infantil.

8. EVALUACIÓN DEL SERVICIO

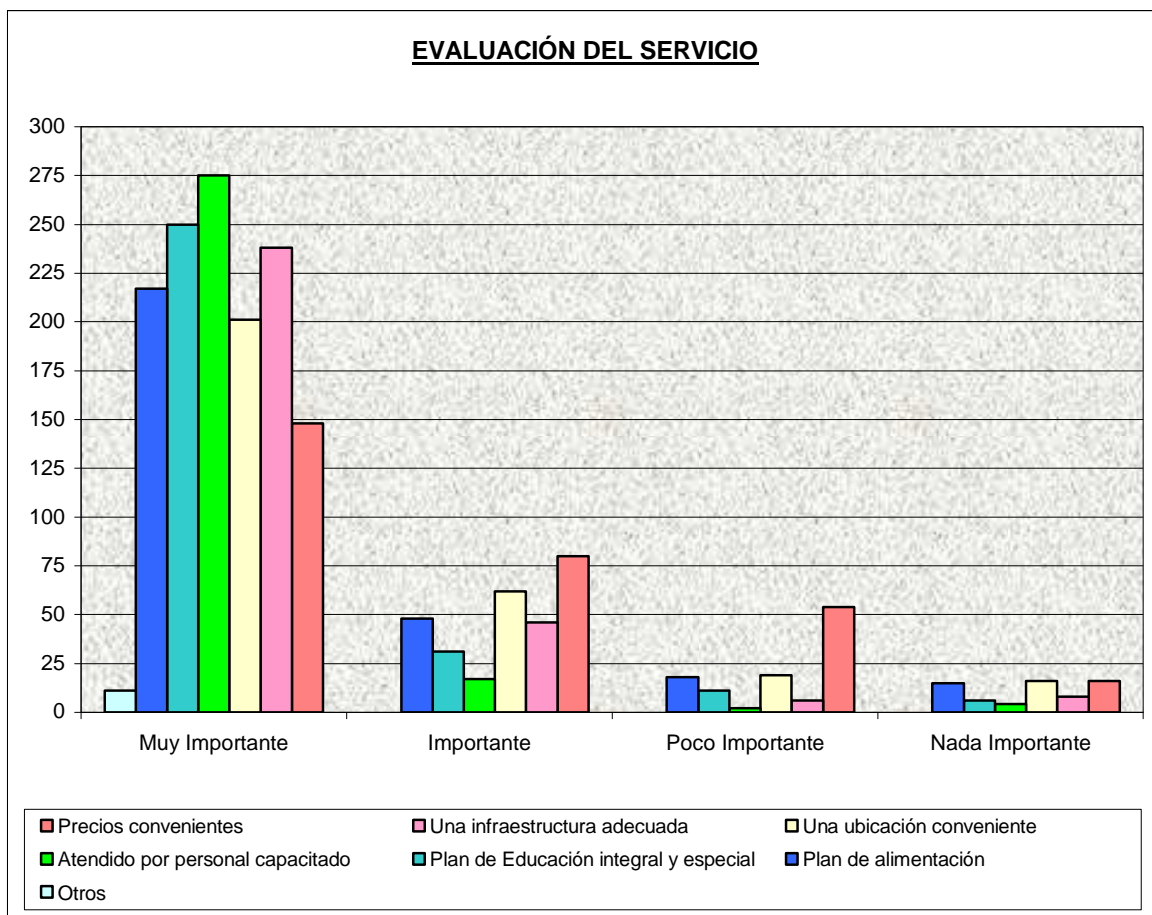


Gráfico 10: Pregunta 8. Encuesta

| EVALUACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO DEL SERVICIO | | | | | | | |
|--|----------------------|------------------------------|---------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|----------------------|-------|
| Razones | Precios convenientes | Una infraestructura adecuada | Una ubicación conveniente | Atendido por personal capacitado | Plan de Educación integral y especial | Plan de alimentación | Otros |
| Evaluación | | | | | | | |
| Nada Importante | 16 | 8 | 16 | 4 | 6 | 15 | 0 |
| Poco Importante | 54 | 6 | 19 | 2 | 11 | 18 | 0 |
| Importante | 80 | 46 | 62 | 17 | 31 | 48 | 0 |
| Muy Importante | 148 | 238 | 201 | 275 | 250 | 217 | 11 |
| Total | 298 | 298 | 298 | 298 | 298 | 298 | 11 |
| No Contestan | 52 | 52 | 52 | 52 | 52 | 52 | 339 |
| Total | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 | 350 |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | | | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | | | | |

Cuadro 10: Pregunta 8. Encuesta

Se ha realizado esta pregunta con la finalidad de conocer el grado de importancia de ciertas características presentes en un centro infantil como precios, infraestructura, ubicación, personal, plan educacional y alimenticio, entre otros al momento de la adquisición de servicio de cuidado infantil.

Las personas encuestadas consideran como un aspecto muy importante que un centro infantil cuente con un personal de atención, el mismo que sea capacitado, un plan de educación integral y especial, una infraestructura adecuada, un plan alimenticio, precios convenientes y otras características varias como materiales adecuados y requisitos legales. Éstas características fueron tomadas en cuenta para la definición del negocio en particular.

9. SERVICIOS A CONTRATAR

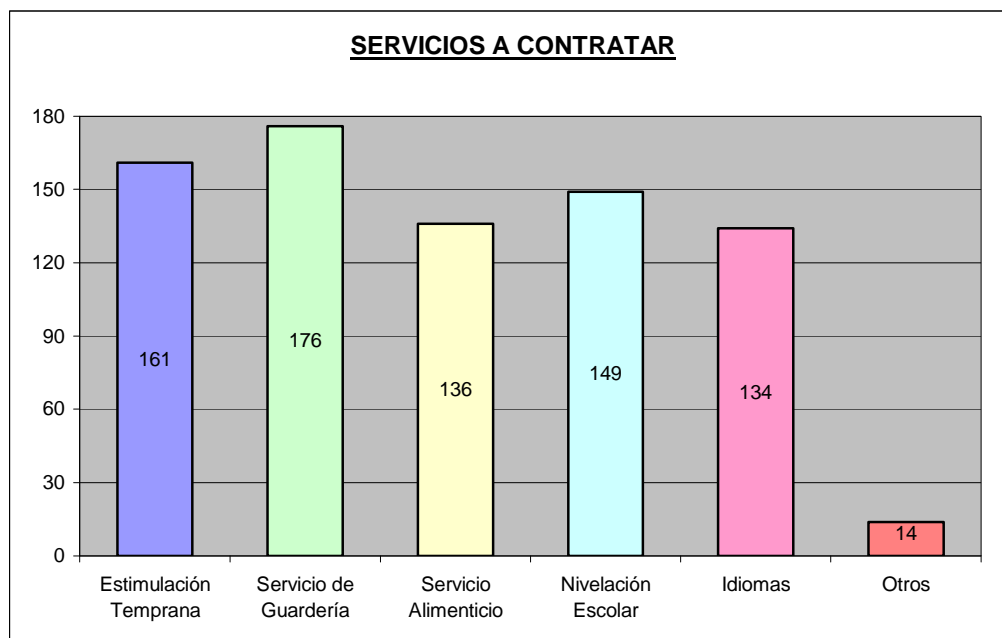


Gráfico 11: Pregunta 9. Encuesta

| SERVICIOS A CONTRATAR | Valor | No Contestan | Total | Porcentaje |
|--|------------|--------------|-------------|-------------|
| Estimulación Temprana | 161 | 189 | 350 | 21% |
| Servicio de Guardería | 176 | 174 | 350 | 23% |
| Servicio Alimenticio | 136 | 214 | 350 | 18% |
| Nivelación Escolar | 149 | 201 | 350 | 19% |
| Idiomas | 134 | 216 | 350 | 17% |
| Otros | 14 | 336 | 350 | 2% |
| Total | 770 | 1330 | 2100 | 100% |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | |

Cuadro 11: Pregunta 9. Encuesta

El servicio de guardería conjuntamente con la estimulación temprana son los más deseados al momento de adquirir un servicio de cuidado infantil por parte de los padres, seguido de un servicio de nivelación escolar, alimentación, idiomas y otros como transporte y computación.

10. DISPOSICIÓN PARA EL PAGO DEL SERVICIO

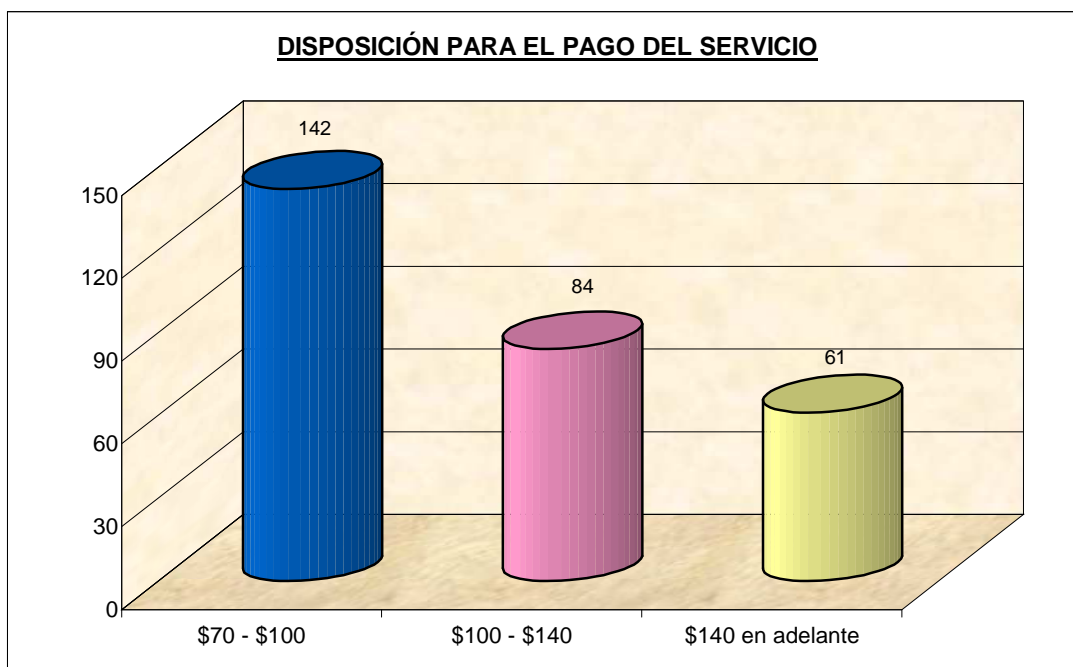


Gráfico 12: Pregunta 10. Encuesta

| CÓDIGO | DISPOSICIÓN PARA EL PAGO DEL SERVICIO | Valor | Porcentaje |
|--|---------------------------------------|-------|------------|
| 0 | \$70 - \$100 | 142 | 41% |
| 1 | \$100 - \$140 | 84 | 24% |
| 2 | \$140 en adelante | 61 | 17% |
| Total | | 287 | 82% |
| x | No Contestan | 63 | 18% |
| Total | | 350 | 100% |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 12: Pregunta 10. Encuesta

Con respecto a la disposición del pago del servicio, la mayor parte de los encuestados afirman estar dispuestos a pagar un precio comprendido entre \$70 y \$100 dólares, la cuarta parte de los mismos estarían dispuestos a pagar entre \$100 y \$140 y los restantes un precio mayor a los \$140.

11. CONTRATACIÓN DEL SERVICIO

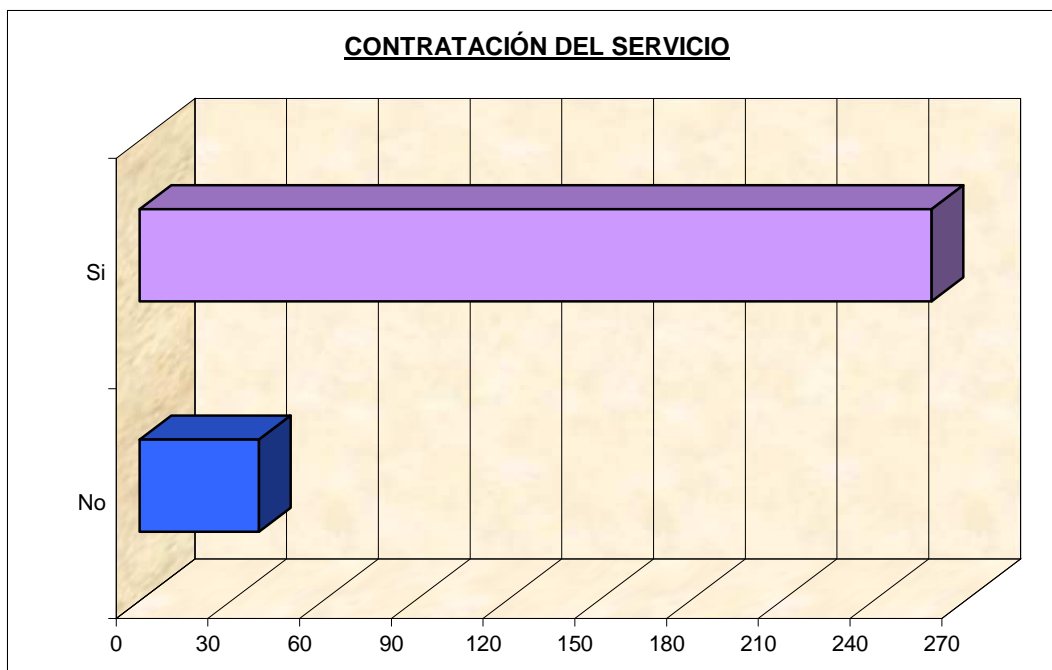


Gráfico 13: Pregunt 11. Encuesta

| CÓDIGO | CONTRATACIÓN DEL SERVICIO | Valor | Porcentaje |
|--|---------------------------|-------|------------|
| 1 | Si | 259 | 74% |
| 0 | No | 39 | 11% |
| Total | | 298 | 85% |
| x | No Contestan | 52 | 15% |
| Total | | 350 | 100% |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 13: Pregunt 11. Encuesta

La mayoría de los encuestados, el 74%, respondieron que sí contratarían este tipo de servicio, indicándonos la aceptación del mismo y disposición para la contratación del servicio, demostrando así en parte determinar que el negocio es factible.

11.1. RAZONES DE LA ACEPTACIÓN O NEGACIÓN DEL SERVICIO

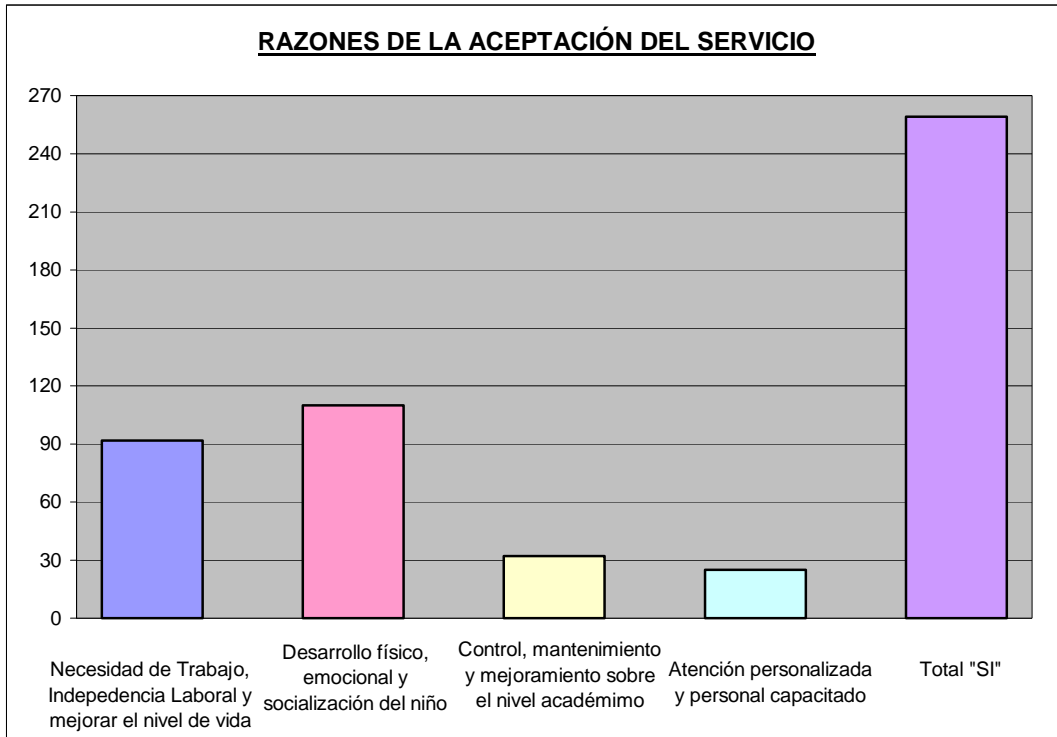


Gráfico 14: Pregunta 11. Encuesta

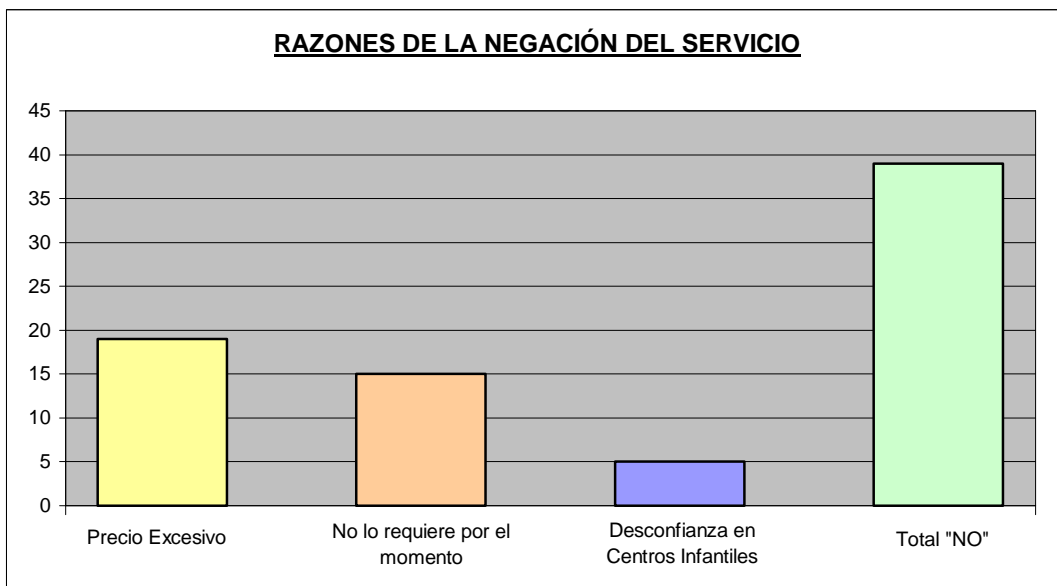


Gráfico 15: Pregunta 11. Encuesta

| CÓDIGO | RAZONES DE LA ACEPTACIÓN O NEGACIÓN DEL SERVICIO | Valor | Porcentaje |
|--|--|-------|------------|
| 0 | Necesidad de Trabajo, Independencia Laboral y mejorar el nivel de vida | 92 | 26% |
| 1 | Desarrollo físico, emocional y socialización del niño | 110 | 31% |
| 2 | Control, mantenimiento y mejoramiento sobre el nivel académico | 32 | 9% |
| 3 | Atención personalizada y personal capacitado | 25 | 7% |
| 4 | Precio Excesivo | 19 | 5% |
| 5 | No lo requiere por el momento | 15 | 4% |
| 6 | Desconfianza en Centros Infantiles | 5 | 1% |
| Total | | 298 | 85% |
| x | No Contestan | 52 | 15% |
| Total | | 350 | 100% |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 14: Pregunta 11. Encuesta

Las principales razones por las cuales los padres llevarían a sus niños a un centro de cuidado infantil son principalmente el Desarrollo físico, emocional y socialización del niño y la Necesidad de Trabajo, Independencia Laboral y mejorar el nivel de vida, seguido por el Control, mantenimiento y mejoramiento sobre el nivel académico y la Atención personalizada y personal capacitado, debido a que por las mencionadas razones los padres no pueden estar constantemente supervisando su desarrollo.

Contrariamente las razones principales para no acceder a un centro de cuidado infantil son el Precio Excesivo y que No lo requiere por el momento y con un mínimo de importancia la Desconfianza en Centros Infantiles, ya que los padres piensan que no hay mejor cuidado que el del hogar

3.6.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda se cuantificó en base a información primaria, la misma que se percibió a través de las encuestas realizadas a la población del sector de la Floresta, e información secundaria, obtenida de estudios realizados por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, el Instituto Nacional de Estadística y Censo – INEC y el Ministerio de Bienestar Social.

3.6.2.1. ANÁLISIS DE INFORMACIÓN DE FUENTES SECUNDARIAS

La información acerca de la proporción del incremento poblacional del Distrito Metropolitano es tomada de la proyección realizada por La Unidad de Estudios del Municipio, la cual se basa en los datos publicados en los Censos de Población y de Vivienda de los años 1990 y 2001 respectivamente realizado por el INEC, el la cual se puede apreciar en la Tabla 4, la Tasa de crecimiento demográfico, el incremento porcentual, la Proyección quinquenal de la población y su Tasa de Crecimiento (tc) del Distrito Metropolitano De Quito según áreas.

En el Sector de La Floresta específicamente las cifras presentadas por la Unidad de Estudios del Municipio para los indicadores de la Demografía, Educación, Pobreza y Empleo se muestran en la Tabla 5, en la cual se observa que la población objetivo del estudio es atractiva para el ingreso de una nueva empresa dedicada al cuidado infantil, puesto que el 93% de los hogares están en capacidad de consumo. Adicionalmente el nivel de educación superior del sector es de aproximadamente el 41% de su población, lo que conlleva a pensar que es un sector en el cual se concentra un porcentaje aceptable de personas con un buen nivel de estudios y trabajo.

| PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO POR QUINQUENIOS SEGÚN ÁREAS | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|------------------|------------------|---------------------------------|------------|---|------------|------------------|------------|------------------|------------|------------------|------------|------------------|------------|
| ÁREA | | Población Censo | | Tasa de crecimiento demográfico | Incremento | Proyección año y Tasa de Crecimiento (tc) | | | | | | | | | |
| | | 1990 | 2001 | % | % | 2005 | tc | 2010 | tc | 2015 | tc | 2020 | tc | 2025 | tc |
| TOTAL DISTRITO | | 1.388.500 | 1.842.201 | 2,6 | 33 | 2.007.767 | 2,2 | 2.215.820 | 2,0 | 2.242.527 | 1,8 | 2.633.748 | 1,7 | 2.843.418 | 1,5 |
| QUITO URBANO | U | 1.105.528 | 1.397.698 | 2,2 | 26 | 1.504.991 | 1,9 | 1.640.478 | 1,7 | 1.777.976 | 1,6 | 1.917.995 | 1,5 | 2.060.904 | 1,4 |
| DISPERSO URBANO | U | 24.535 | 13.897 | -5,0 | -43 | 10.612 | -6,5 | 7.603 | -6,5 | 5.246 | -7,2 | 3.404 | -8,3 | 2.011 | -10,0 |
| SUBURBANO | R | 258.439 | 430.606 | 4,8 | 67 | 492.163 | 3,4 | 567.740 | 2,9 | 641.305 | 2,5 | 712.349 | 2,1 | 780.504 | 1,8 |

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001; INEC

Elaboración: Unidad de Estudios; DMTV-MDMQ

Información adicional: eeestevez@quito.gov.ec

Tabla 4: Proyección De La Población Del Distrito Metropolitano De Quito Por Quinquenios Según Áreas

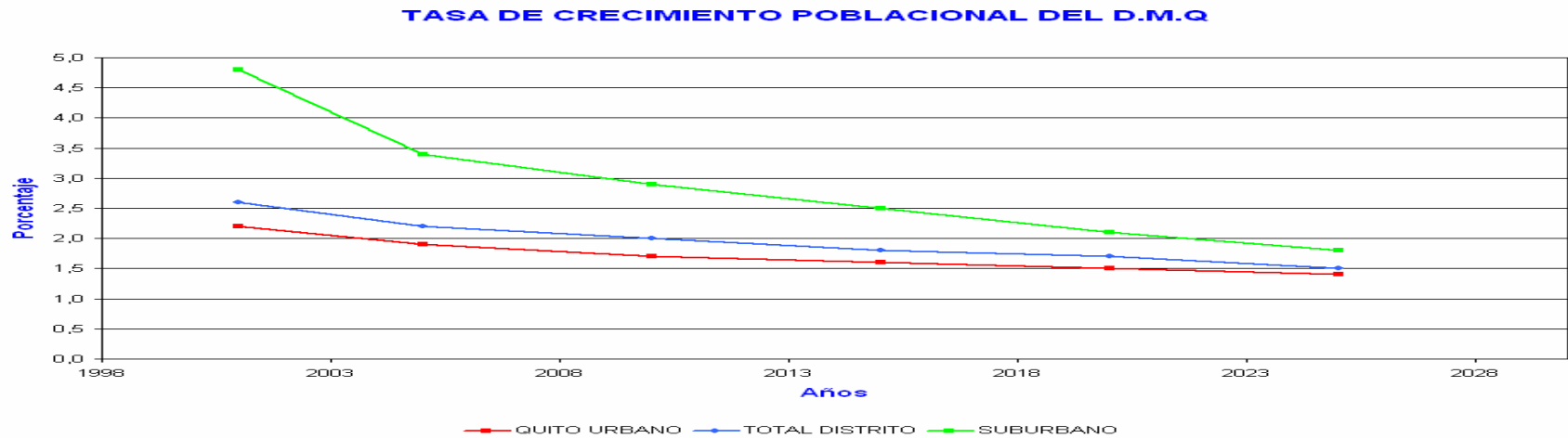


Gráfico 16: Tasa De Crecimiento Poblacional Del D.M.Q.

| POBLACIÓN E INDICADORES DEL SECTOR DE LA FLORESTA | | | | | | | | | | |
|---|----------------------|-------------------------------|----------------------|--------------------------|----------------------|---------------------------------------|---|--|---------------------|-----------|
| DEMOGRAFÍA | | | | | | POBREZA | | | | |
| Población | Viviendas | Densidad demográfica hab./Ha. | Masculinidad | | Feminidad | | Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) | | No Pobres | |
| | | | Razón (por 100 hab.) | Índice (por 100 mujeres) | Razón (por 100 hab.) | Índice (por 100 hombres) | Hogares % | Población | Hogares % | Población |
| 6.919 | 2.451 | 62,3 | 46,1 | 85,6 | 53,9 | 116,8 | 7% | 713 | 93% | 6.364 |
| EDUCACIÓN | | | | | | EMPLEO | | | | |
| Tasa de Analfabetismo (población de 10 años y +) | Nivel de Instrucción | | | | | Población Económicamente Activa (PEA) | Tasa bruta de participación laboral % | Tasa global de participación laboral % | Tasa de desempleo % | |
| | Ninguna | Primaria | Secundaria | Superior | Postgrado | | | | | |
| 1,3 | 45 | 855 | 2.234 | 2.591 | 193 | 3.430 | 49,6 | 58,1 | 2,8 | |
| Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001; INEC | | | | | | | | | | |
| Elaboración: Unidad de Estudios e Investigación; DMTV-MDMQ | | | | | | | | | | |
| Información adicional: eeestevez@quito.gov.ec | | | | | | | | | | |

Tabla 5: Población E Indicadores Del Sector De La Floresta

3.6.2.2. DEMANDA ACTUAL

La forma de cálculo de la demanda actual se tomo como referencia fundamental tres preguntas de las encuestas realizadas en la Investigación de Campo con el objetivo de recopilar información real y verídica de cuantas personas que fueron tomadas dentro de la muestra tienen niños, los mismos que se encuentran en las edades desde 0 a 12 años, pretenden contratar un servicio de cuidado infantil, las mismas que permitieron conocer el promedio de niños en el sector por persona como la edad en la que se encuentran, adicionalmente de conocer si sus padres contratarían o no dicho servicio mencionado.

Las dos primeras preguntas que se utilizarán para el análisis son: *¿Tiene usted niños menores de 12 años? Y ¿Entre qué edades se encuentran sus hijos y Cuántos hijos tiene?* Las cuales permiten determinar las edades en las que se encuentran los niños de las personas encuestadas que si son padres de familia. Los resultados obtenidos se resumen en los siguientes cuadros:

| NIÑOS MENORES DE 12 AÑOS EN EL SECTOR | Valor | Porcentaje |
|--|--------------|-------------------|
| Si | 298 | 85% |
| No | 52 | 15% |
| Total | 350 | 100% |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

Cuadro 15: Pregunta 4. Encuesta

| NÚMERO DE NIÑOS SEGÚN EDADES | Valor | Porcentaje |
|--|--------------|-------------------|
| 0 – 1 años | 42 | 9% |
| 1 – 2 años | 70 | 14% |
| 2 – 5 años | 128 | 26% |
| 5 – 12 años | 195 | 40% |
| Total | 487 | 100% |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

Cuadro 16: Pregunta 5. Encuesta

De las 350 personas encuestadas, el 85% que es relativamente la mayoría, afirman tener hijos menores de 12 años demostrándonos así que por el alto porcentaje registrado en las encuestas es un mercado atractivo para la idea de proyecto.

La tercera pregunta utilizada para este análisis es: *¿Acudiría usted al Centro de Cuidado Infantil?* Esta pregunta permite conocer el nivel de aceptación de los padres hacia dicho servicio. Se obtuvo los resultados resumidos en el cuadro siguiente:

| CONTRATACIÓN DEL SERVICIO | Valor | Porcentaje |
|--|--------------|-------------------|
| Si | 259 | 74% |
| No | 39 | 11% |
| Total | 350 | 100% |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

Cuadro 17: Pregunta 11. Encuesta

De las personas encuestadas que afirmaron tener niños menores de 12 años el 74% de las mismas también afirman que contratarían el servicio indicándonos que es un sector deseable para el ingreso de una nueva empresa de este tipo.

Para efectuar el cálculo de la demanda actual se considerará únicamente una conciliación entre las dos últimas preguntas en la cual al aplicar el porcentaje de aceptación del servicio que es del 85% en el total de niños que se encuentran dentro de las edades a los cuales se piensa orientar el servicio se obtuvo un total de 291. Los resultados obtenidos se resumen en cuadro siguiente:

| EDADES | NÚMERO DE NIÑOS | DEMANDA ACTUAL |
|--|------------------------|-----------------------|
| 1 – 2 años | 70 | 52 |
| 2 – 5 años | 128 | 95 |
| 5 – 12 años | 195 | 145 |
| Total | 393 | 291 |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

Cuadro 18: Demanda Actual

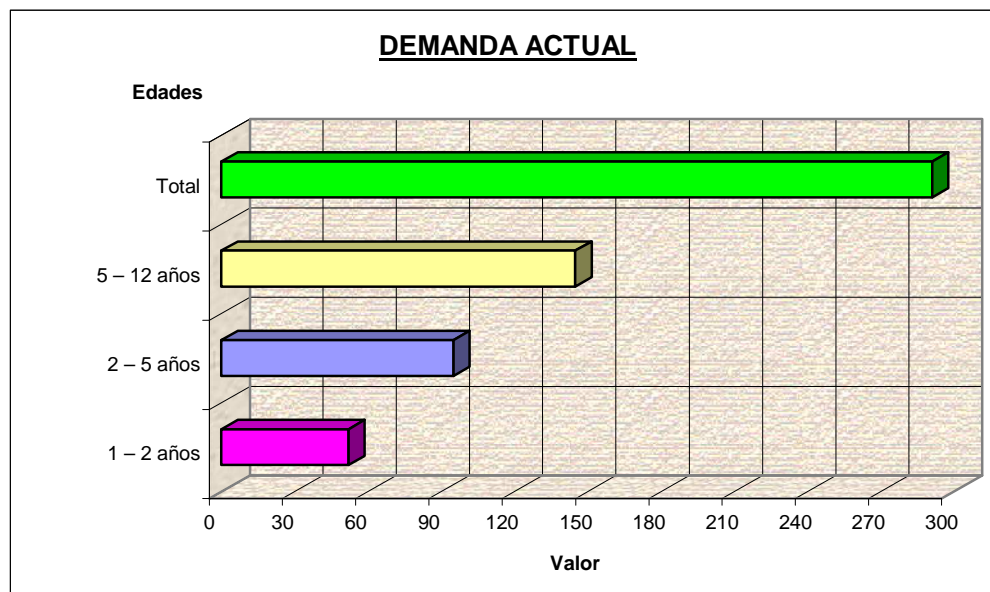


Gráfico 17: Demanda Actual

3.6.2.3. DEMANDA PROYECTADA

Una vez que se ha obtenido la demanda actual, es necesario proyectar la misma, con el fin de conocer la cantidad de niños que se encontrarán en edades de ir a un Centro de Desarrollo Infantil durante la incursión de la empresa en el mercado de la ciudad de Quito.

Existen varios métodos que permiten obtener la demanda proyectada, sin embargo debido a que en este caso no contamos con datos históricos, se procederá a utilizar el método de tasas de crecimiento.

Para llevar a cabo este método es necesario tener claro tres aspectos fundamentales: el primero, es la demanda actual, que es de 291; el segundo, el porcentaje de crecimiento demográfico; y el tercero, el número de años que van a proyectarse, en este caso 5 años.

Para obtener la tasa de crecimiento de la demanda hay que tomar en consideración la Tasa de Crecimiento Demográfica planteada por la Unidad de Estudios del Municipio de Quito, en este caso la tasa de crecimiento demográfico objeto al encontrarse el Sector de La Floresta dentro del perímetro urbano se considera la Tasa del Quito Urbano que es del 1.9% y no la del Total del Distrito que es del 2.2% para la proyección quinquenal desde el año 2005 hasta el año 2010. Los datos proyectados de la demanda se presentan en el siguiente cuadro:

| PROYECCIÓN DE LA DEMANDA | |
|--|-----------------|
| AÑOS | CANTIDAD |
| 2006 | 291 |
| 2007 | 297 |
| 2008 | 303 |
| 2009 | 309 |
| 2010 | 315 |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | |
| Elaboración: Karina Navarrete | |

Cuadro 19: Proyección De La Demanda

Como se puede observar en la tabla, la demanda para el año 2006 es de 297 personas incrementándose hasta llegar al año 210 de ser 321 personas, con lo que se puede observar entonces que la demanda tiene una tendencia lineal creciente como se muestra en el siguiente gráfico:

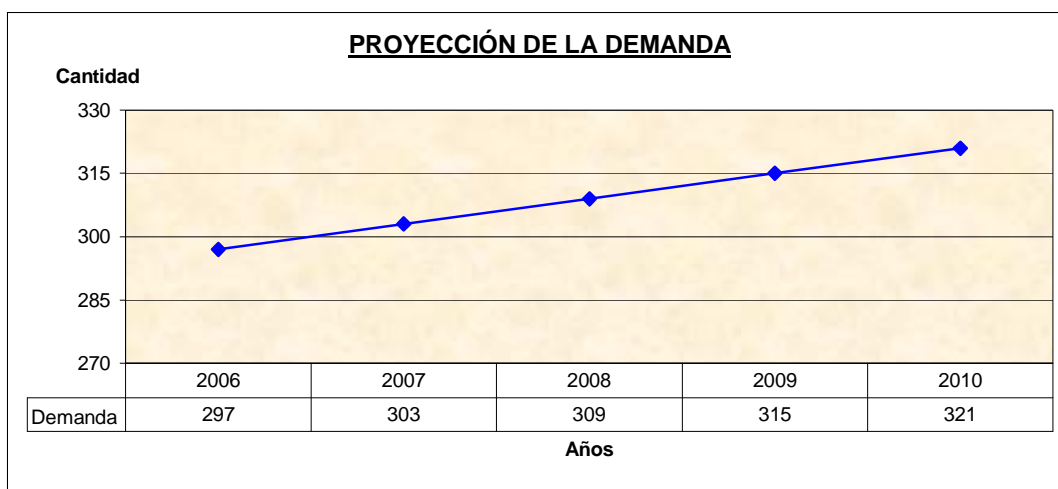


Gráfico 18: Proyección De La Demanda

3.6.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una empresa puede y quiere poner a disposición del mercado un servicio y esta en función de factores como son los precios en el mercado del producto, competencia, entre otros.

La cuantificación de la oferta del Servicio de Cuidado Infantil existente al momento en el sector de La Floresta ha sido obtenida de datos obtenidos de las encuestas realizadas y de datos proporcionados por el Ministerio de Bienestar Social.

3.6.3.1. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

3.6.3.1.1. Competencia Indirecta

Para la cuantificación de la competencia indirecta, se toma como referencia las encuestas realizadas a los habitantes del sector de La Floresta, para lo cual se presenta el siguiente cuadro resumen con los respectivos datos, tomando en cuenta la pregunta número seis de la encuesta: *¿Qué tipo de cuidado infantil reciben sus hijos?* En la que se puede observar que el cuidado maternal es que el predomina con indicadores significativos, le sigue en importancia como persona que cuida al niño Otro Miembro del Hogar, seguidamente, Guarderías, Servicio Doméstico Niñera Temporal y Escuelas.

| TIPO DE CUIDADO INFANTIL | Valor | Porcentaje |
|--|-------|------------|
| Madre | 141 | 47% |
| Otro miembro del Hogar | 74 | 25% |
| Servicio doméstico, Niñera Temporal y Escuelas | 36 | 12% |
| Guarderías | 47 | 16% |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

Cuadro 20: Pregunta 6. Encuesta

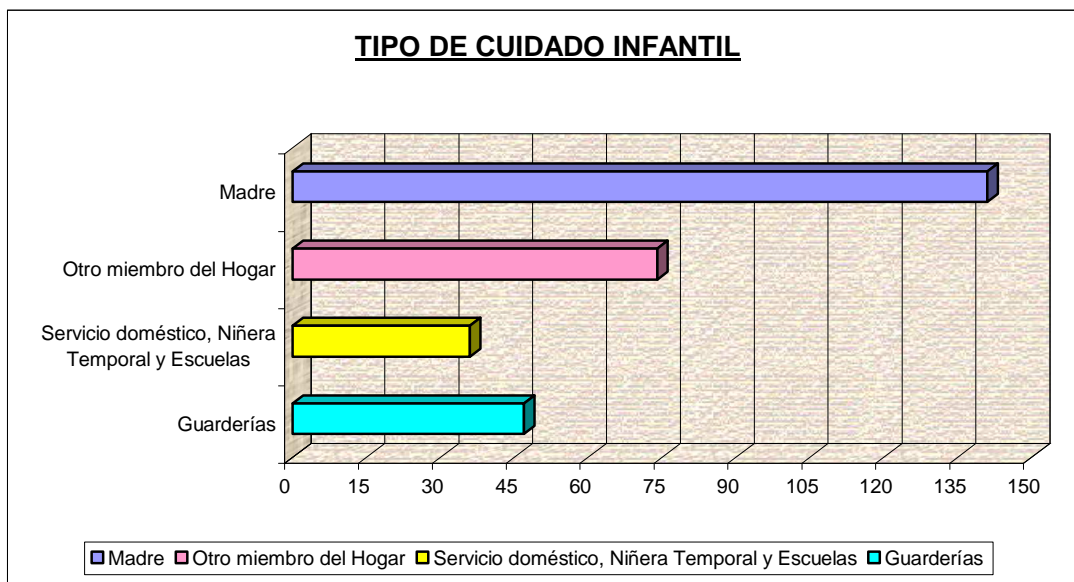


Gráfico 19: Tipo de Cuidado Infantil

3.6.3.1.2. Competencia Directa

Para la cuantificación de la competencia directa, se toma como base los datos de los Centros de Cuidado Infantil ubicados en el sector de La Floresta proporcionados por el Ministerio de Bienestar Social, presentados en el siguiente cuadro:

| CENTROS DE CUIDADO INFANTIL EN EL SECTOR DE LA FLORESTA | | |
|--|---|------------------|
| NOMBRE ORGANIZACIÓN | DIRECCIÓN | TELÉFONO |
| BEAR HUGS | Toledo no 1328 entre av. Coruña y Francisco Salazar | 2-521-214 |
| LE PIERROT ATELIER | Valladolid no.24-735 y Coruña | 2-545-536 |
| MAGREB | Rafael León Larrea 24-142 y Viscaya | 2-566-355 |
| POPEYES | Lugo e13-148 y pasaje 3 | 2-504-288 |
| ARCO IRIS DEL SABER | Avenida Colón 147 Y 12 De Octubre | 2-225-158 |
| **GETSEMANI | Roca E 1029 Y Av. 12 De Octubre | 2-541-888 |
| (**) Sin datos: En proceso de trámite | | |
| Fuente: Ministerio de Bienestar Social - Departamento de Desarrollo Infantil | | |

Cuadro 21: Centros De Cuidado Infantil En El Sector De La Floresta

3.6.3.2. OFERTA ACTUAL

En la forma de cálculo de la oferta actual se tomo como referencia la información proporcionada por el Ministerio de Bienestar Social, en dónde se puede observar el número de establecimientos, la capacidad máxima de atención con la que cuenta cada centro y el número de niños atendidos actualmente. Los resultados obtenidos se presentan en el siguiente cuadro:

| OFERTA ACTUAL | |
|--|------------------------|
| NOMBRE ORGANIZACIÓN | NIÑOS ATENDIDOS |
| Bear Hugs | 50 |
| Le Pierrot Atelier | 50 |
| Magreb | 20 |
| Popeyes | 26 |
| Arco Iris Del Saber | 30 |
| Total | 176 |
| Fuente: Ministerio de Bienestar Social - Departamento de Desarrollo Infantil | |

Cuadro 22: Oferta Actual

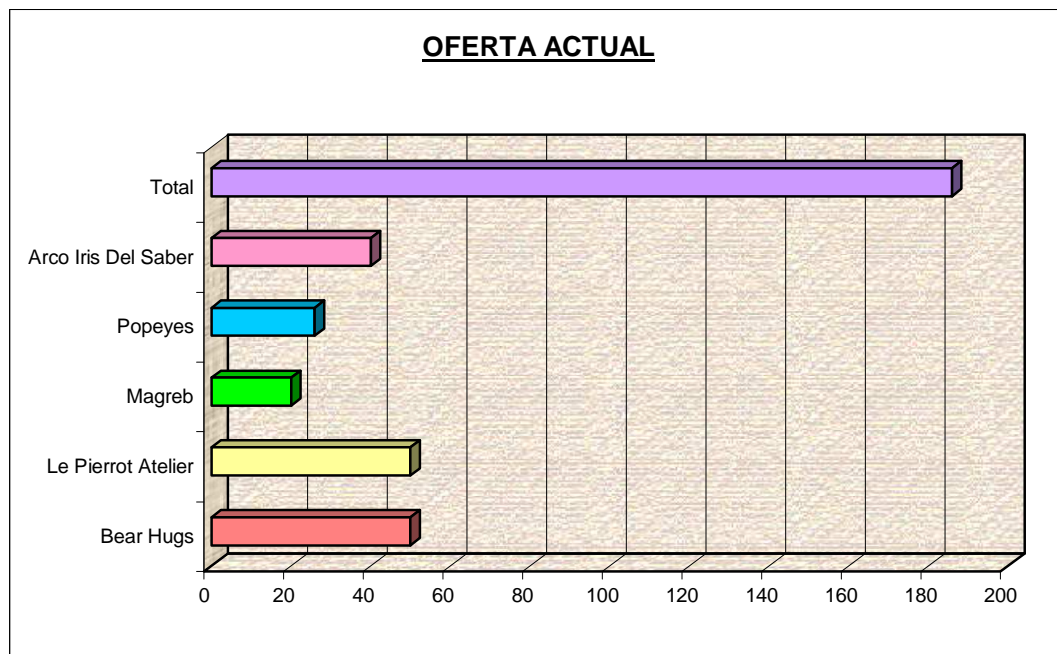


Gráfico 20: Oferta Actual

3.6.3.3. OFERTA PROYECTADA

Con la finalidad de conocer la cantidad de niños que llegaría a comprender la competencia, es necesario proyectar la oferta. Se pueden utilizar varios métodos para obtener la oferta proyectada, en este caso ya que no se cuenta con datos históricos, se utilizará el incremento promedio porcentual del sector, para el que es necesario tener en cuenta el número de años que se van a proyectar, el promedio porcentual de la tasa de incremento, y la oferta actual, que es de 176 personas.

Para obtener el promedio de la tasa de crecimiento porcentual del sector de la Oferta hay que tomar en consideración la diferencia entre la capacidad máxima de atención y la cantidad de niños atendidos en los centros infantiles que son la competencia directa, como se presenta en el cuadro siguiente:

| NOMBRE ORGANIZACIÓN | NIÑOS ATENDIDOS | CAPACIDAD MÁXIMA | Incremento | Porcentaje |
|--|------------------------|-------------------------|-------------------|-------------------|
| Bear Hugs | 50 | 50 | 0 | 0% |
| Le Pierrot Atelier | 50 | 50 | 0 | 0% |
| Magreb | 20 | 40 | 20 | 50% |
| Popeyes | 26 | 30 | 4 | 13% |
| Arco Iris Del Saber | 30 | 50 | 20 | 40% |
| Total | 176 | 220 | Promedio | 16% |
| Fuente: Ministerio de Bienestar Social - Departamento de Desarrollo Infantil | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | |

Cuadro 23: Tasa Promedio De Crecimiento De La Oferta

La oferta se proyectará en cinco años con la oferta actual como base y la tasa de crecimiento promedio del sector. Los datos proyectados de la oferta se presentan en el siguiente cuadro:

| PROYECCIÓN DE LA OFERTA | |
|--|----------|
| AÑOS | CANTIDAD |
| 2006 | 176 |
| 2007 | 204 |
| 2008 | 220 |
| 2009 | 220 |
| 2010 | 220 |
| Fuente: Ministerio de Bienestar Social - Departamento de Desarrollo Infantil | |
| Elaboración: Karina Navarrete | |

Cuadro 24: Proyección De La Oferta

La oferta máxima del sector actualmente es de 220 niños, ya que por razones varias como el espacio físico, el personal del centro, entre otros; no se puede incrementar, por lo mismo la proyección de la oferta para los dos primeros años es de 176 y 204; y para los años siguientes, hasta el año 2010 es de 220, como se muestra en el siguiente gráfico:



Gráfico 21: Oferta Proyectada

3.6.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Para determinar la demanda insatisfecha se considerará el incremento de la demanda y oferta y sus proyecciones en el tiempo, ya que esta mixtura representa al segmento de mercado no atendido actualmente, y que no será atendido en la posterioridad por los centros de desarrollo infantil ubicados en el sector de La Floresta, se considera esto debido a que el mercado objetivo para este proyecto son las niños de las personas que por diversas circunstancias no están accediendo al servicio y que representarán nuestro mercado por satisfacer.

Los valores en unidades, correspondientes a la oferta y demanda proyectadas se presentan en el siguiente cuadro resumen:

| PROYECCIONES | | |
|---|---------|--------|
| AÑOS | DEMANDA | OFERTA |
| 2006 | 291 | 176 |
| 2007 | 297 | 204 |
| 2008 | 303 | 220 |
| 2009 | 309 | 220 |
| 2010 | 315 | 220 |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta y : Ministerio de Bienestar Social | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

Cuadro 25: Demanda Y Oferta Proyectadas

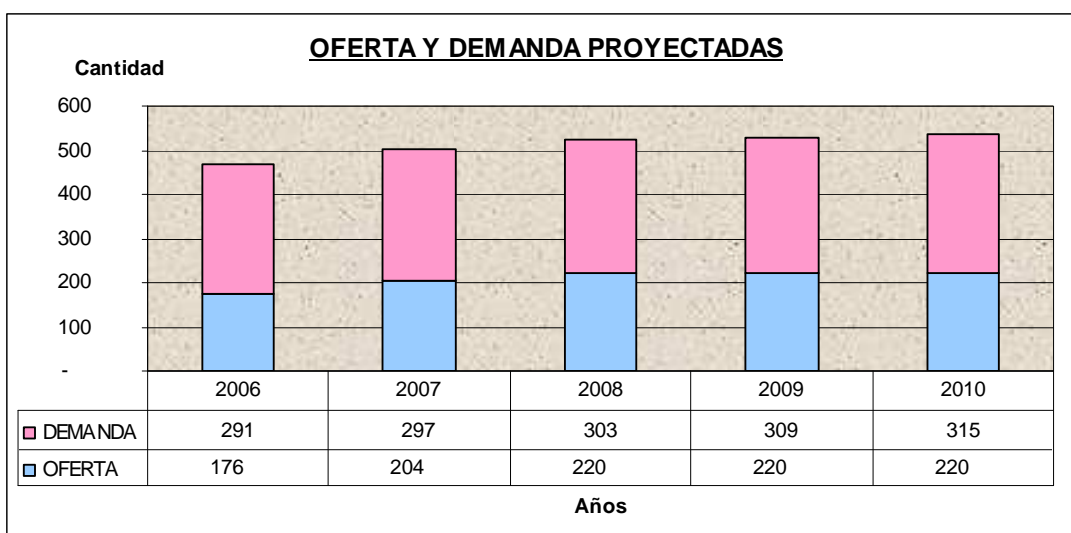


Gráfico 22: Oferta Y Demanda Proyectadas

La cuantificación de la demanda potencial insatisfecha se obtiene mediante la diferencia entre la demanda con la oferta y sus respectivas proyecciones en el tiempo, la misma que nos permite conocer la cantidad probable de consumo del servicio de cuidado infantil que ningún centro infantil actual de la competencia podrá satisfacer en el futuro.

Los datos proyectados de la demanda insatisfecha se presentan en el siguiente cuadro:

| AÑOS | PROYECCIONES | | DEMANDA INSATISFECHA | % | Incremento |
|---|--------------|--------|-------------------------|-----|------------|
| | DEMANDA | OFERTA | | | |
| 2006 | 291 | 176 | 115 | 24% | - |
| 2007 | 297 | 204 | 93 | 20% | -19% |
| 2008 | 303 | 220 | 83 | 17% | -11% |
| 2009 | 309 | 220 | 89 | 19% | 7% |
| 2010 | 315 | 220 | 95 | 20% | 7% |
| Fuente: Investigación de Campo. Encuesta y : Ministerio de Bienestar Social | | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | | |

Cuadro 26: Demanda Insatisfecha

Como se puede observar que el porcentaje de crecimiento de la demanda insatisfecha tiene una tendencia decreciente los primeros años, esto se debe a que el porcentaje de crecimiento de la oferta es mayor que el de la demanda, para seguidamente incrementarse en los últimos años en los cuales la capacidad máxima de los centros estaría copada. Sin embargo se puede apreciar que existe una demanda insatisfecha incluso si la capacidad máxima de servicio actual estaría colmada como se muestra en el siguiente gráfico:

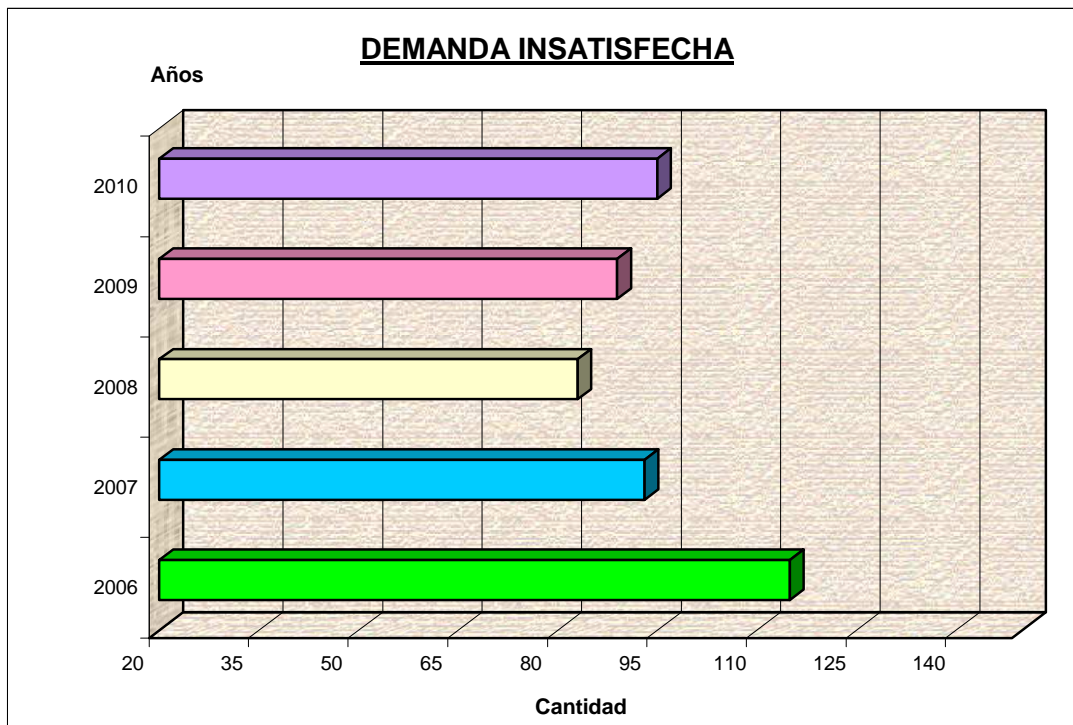


Gráfico 23: Demanda Insatisfecha

A pesar que se nota una baja en la demanda insatisfecha, hay que tomar en consideración que existen personas dispuestas a adquirir un nuevo servicio de cuidado infantil constituyendo así un mercado potencial.

3.6.5. ANÁLISIS DE PRECIOS

3.6.5.1. PRECIOS DEL MERCADO

Los precios de los diversos servicios brindados por los centros de desarrollo infantil de la competencia fueron tomados como referencia de la información suministrada por el Departamento de Desarrollo Infantil del Ministerio de Bienestar Social, en dónde se puede apreciar:

- El valor por inscripción y matrícula,
- La pensión por horario;
- Valores opcionales.
- Los horarios de atención.

Con estos datos se realiza un resumen de los precios de los centros de desarrollo infantil ubicados en el sector de la Floresta, los mismos que se presentan en las siguientes tablas resumen:

| BEAR HUGS | |
|--|--------------|
| <i>Precios</i> | |
| Matricula | \$ 120,00 |
| Pensión Medio Tiempo | \$ 80,00 |
| Pensión Tiempo Completo | \$ 110,00 |
| <i>Opcional</i> | |
| Lunch | \$ 20,00 |
| Almuerzo | \$ 30,00 |
| <i>Horarios</i> | |
| Medio Tiempo | 8:00 a 12:30 |
| Tiempo Completo | 8:00 a 17:30 |
| Fuente: Ministerio de Bienestar Social | |
| Elaboración: Karina Navarrete | |

Tabla 6: Precios Bear Hugs

| LE PIERROT ATELIER | |
|--|--------------|
| <i>Precios</i> | |
| Inscripción y matrícula | \$ 320,00 |
| Pensión medio tiempo | \$ 190,00 |
| Pensión tiempo completo | \$ 265,00 |
| Uniforme | \$ 40,00 |
| Seguro | \$ 30,00 |
| <i>Opcional</i> | |
| Transporte ida y vuelta | \$ 56,00 |
| Transporte ida o vuelta | \$ 30,00 |
| <i>Horario</i> | |
| Medio tiempo | 8:00 a 12:00 |
| Tiempo completo | 8:00 a 17:00 |
| Fuente: Ministerio de Bienestar Social | |
| Elaboración: Karina Navarrete | |

Tabla 7: Precios Le Pierrot Atelier

| MAGREB | |
|--|--------------|
| <i>Precios</i> | |
| Matrícula | \$ 35,00 |
| Pensión medio tiempo | \$ 50,00 |
| Pensión tiempo parcial | \$ 65,00 |
| Pensión tiempo completo | \$ 90,00 |
| <i>Horario</i> | |
| Medio tiempo | 8:00 a 12:30 |
| Tiempo parcial | 8:00 a 14:30 |
| Tiempo completo | 8:00 a 16:00 |
| Fuente: Ministerio de Bienestar Social | |
| Elaboración: Karina Navarrete | |

Tabla 8: Precios Magreb

| POPEYES | |
|--|---------------|
| <i>Precios</i> | |
| Matrícula | \$ 40,00 |
| Pensión medio tiempo | \$ 65,00 |
| Pensión tiempo completo | \$ 80,00 |
| Uniforme | \$ 4,00 |
| Seguro | \$ 2,50 |
| <i>Opcional</i> | |
| Natación | por contratar |
| Transporte ida o vuelta | \$ 30,00 |
| <i>Horario</i> | |
| Medio tiempo | 8:00 a 12:30 |
| Tiempo completo | 8:00 a 17:30 |
| Fuente: Ministerio de Bienestar Social | |
| Elaboración: Karina Navarrete | |

Tabla 9: Precios Popeyes

| ARCO IRIS DEL SABER | |
|--|--------------|
| <i>Precios</i> | |
| Inscripción | \$ 15,00 |
| Matrícula | \$ 20,00 |
| Pensión medio tiempo | \$ 50,00 |
| Pensión tiempo parcial | \$ 60,00 |
| Pensión tiempo completo | \$ 70,00 |
| <i>Horario</i> | |
| Medio tiempo | 7:30 a 12:00 |
| Tiempo parcial | 7:30 a 16:00 |
| Tiempo completo | 7:30 a 19:00 |
| Fuente: Ministerio de Bienestar Social | |
| Elaboración: Karina Navarrete | |

Tabla 10: Precios Arco Iris Del Saber

3.6.5.2. PRECIOS PROYECTADOS

La proyección de precios se realizó con base en los datos publicados por el Banco Central del Ecuador. La tendencia inflacionaria es de incrementarse mensualmente, sin embargo, debido a varios factores en estos primeros meses, desde enero hasta julio, no se presenta de esa forma, por lo que se consideró el promedio de la misma que es del 1,92%. Para los años siguientes los precios se proyectan considerando una inflación anual constante del 2%, la misma que es la esperada por la Reserva Federal de los Estados Unidos. En el cuadro siguiente se presenta el promedio de la inflación acumulada:

| FECHA | VALOR |
|-----------------------------------|--------------|
| 31-Diciembre-2006 | 2,87% |
| 30-Noviembre-2006 | 2,90% |
| 31-Octubre-2006 | 2,73% |
| 30-Septiembre-2006 | 2,38% |
| 31-Agosto-2006 | 1,79% |
| 31-Julio-2006 | 1,57% |
| 30-Junio-2006 | 1,54% |
| 31-Mayo-2006 | 1,78% |
| 30-Abril-2006 | 1,92% |
| 31-Marzo-2006 | 1,85% |
| 28-Febrero-2006 | 1,19% |
| 31-Enero-2006 | 0,48% |
| Promedio | 1,48% |
| Fuente: Banco Central Del Ecuador | |
| Elaboración: Karina Navarrete | |

Cuadro 27: Inflación Acumulada

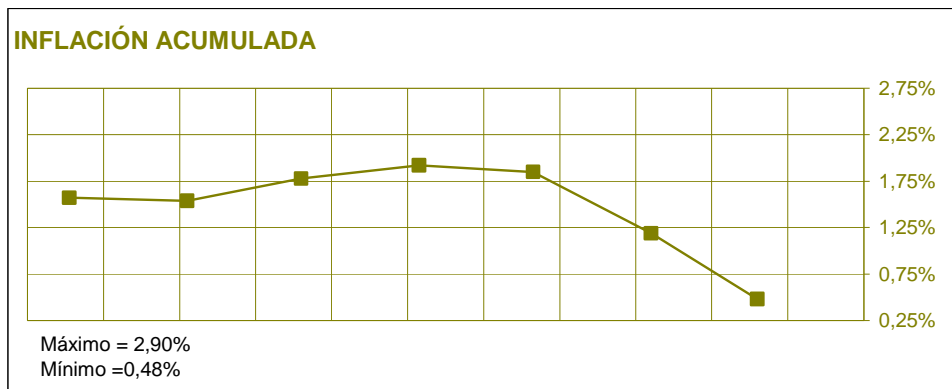


Gráfico 24: Inflación Acumulada

Los precios promedios al consumidor final de cada uno de los servicios ofrecidos de los centros de desarrollo infantil, se tomaron como base para el cálculo de los ingresos probables proyectados, los mismos que se presentan en la siguiente tabla resumen:

| PRECIOS | BEAR HUGS | LE PIERROT ATELIER | MAGREB | POPEYES | ARCO IRIS DEL SABER | Promedio |
|--|-----------|--------------------|----------|----------|---------------------|-----------|
| Inscripción y matrícula | \$ 120,00 | \$ 320,00 | \$ 35,00 | \$ 40,00 | \$ 35,00 | \$ 110,00 |
| Pensión medio tiempo | \$ 80,00 | \$ 190,00 | \$ 50,00 | \$ 65,00 | \$ 50,00 | \$ 87,00 |
| Pensión tiempo parcial | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 65,00 | \$ 0,00 | \$ 60,00 | \$ 25,00 |
| Pensión tiempo completo | \$ 110,00 | \$ 265,00 | \$ 90,00 | \$ 80,00 | \$ 70,00 | \$ 123,00 |
| Uniforme | \$ 0,00 | \$ 40,00 | \$ 0,00 | \$ 4,00 | \$ 0,00 | \$ 8,80 |
| Seguro | \$ 0,00 | \$ 30,00 | \$ 0,00 | \$ 2,50 | \$ 0,00 | \$ 6,50 |
| ADICIONALES | | | | | | |
| Transporte ida y vuelta | \$ 0,00 | \$ 56,00 | \$ 0,00 | \$ 30,00 | \$ 0,00 | \$ 17,20 |
| Transporte ida o vuelta | \$ 0,00 | \$ 30,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 6,00 |
| Lunch | \$ 20,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 4,00 |
| Almuerzo | \$ 30,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 0,00 | \$ 6,00 |
| Fuente: Ministerio de Bienestar Social | | | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | | | |

Tabla 11: Precios Promedio

Los valores en dólares, correspondientes al precio proyectado se presentan en la siguiente tabla resumen:

| AÑOS | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| PRECIOS | | | | | |
| Inscripción y matrícula | \$ 111,63 | \$ 113,28 | \$ 114,98 | \$ 116,73 | \$ 118,54 |
| Pensión medio tiempo | \$ 88,29 | \$ 89,59 | \$ 90,94 | \$ 92,33 | \$ 93,76 |
| Pensión tiempo parcial | \$ 25,37 | \$ 25,75 | \$ 26,13 | \$ 26,53 | \$ 26,94 |
| Pensión tiempo completo | \$ 124,82 | \$ 126,67 | \$ 128,57 | \$ 130,53 | \$ 132,55 |
| Uniforme | \$ 8,93 | \$ 9,06 | \$ 9,20 | \$ 9,34 | \$ 9,48 |
| Seguro | \$ 6,60 | \$ 6,69 | \$ 6,79 | \$ 6,90 | \$ 7,00 |
| ADICIONALES | | | | | |
| Transporte ida y vuelta | \$ 17,45 | \$ 17,71 | \$ 17,98 | \$ 18,25 | \$ 18,54 |
| Transporte ida o vuelta | \$ 6,09 | \$ 6,18 | \$ 6,27 | \$ 6,37 | \$ 6,47 |
| Lunch | \$ 4,06 | \$ 4,12 | \$ 4,18 | \$ 4,24 | \$ 4,31 |
| Almuerzo | \$ 6,09 | \$ 6,18 | \$ 6,27 | \$ 6,37 | \$ 6,47 |
| INFLACIÓN | 1,92% | 2% | 2% | 2% | 2% |
| Fuente: Ministerio de Bienestar Social | | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | | |

Tabla 12: Precios Proyectados

CAPÍTULO IV

PLAN ESTRATÉGICO

4.1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

La empresa incursionará en el sector servicios, específicamente en el de la educación inicial y complementaria, el cuidado infantil, haciéndose responsable del cuidado, estimulación, recreación e instrucción de los hijos de los clientes mientras éstos se encuentran laborando, estudiando o realizando sus actividades diarias para que tengan plena confianza sobre el cuidado de sus niños mientras ellos no pueden estar presentes y puedan desenvolverse tranquilamente en sus labores cotidianas.

El Centro de Desarrollo Infantil brindará una solución a la necesidad de cuidado infantil, ofreciendo servicios de guardería, estimulación y aprendizaje para niños hasta de cinco años de edad; y un servicio de cuidado complementario en las tardes para niños que se encuentran en edad escolar y que después de su jornada estudiantil no tienen quien se ocupe de su cuidado mientras les orientan y ayudan con sus tareas.

El cuidado infantil es un mercado de competencia perfecta lo que implica que existe la posibilidad de subsistir solo en base a diferenciación de un servicio innovador y a la calidad del mismo. Para el efecto se contará con el personal idóneo en relación de dependencia, programas de estudios y ejes transversales de juego y arte que expresa el Referente Curricular propuesto por el Ministerio de Bienestar Social. Igualmente se trabajará en base a los principios fundamentales de los niños y niñas, promocionando una formación y una educación de excelencia.

4.2. ANÁLISIS SITUACIONAL

“Las organizaciones pueden considerarse como entidades ecológicas, es decir, vistas como organismos que tienen relaciones recíprocas con su entorno.”⁵⁴

4.2.1. ANÁLISIS EXTERNO

4.2.1.1. AUDITORIA DEL ENTORNO

4.2.1.1.1. Factores Económicos

a.) Balanza Comercial.

Tradicionalmente la economía del Ecuador se basa en la agricultura, aproximadamente 2.985.000ha que corresponde al 29% de la superficie total del país. Según los resultados obtenidos por la Encuesta Demográfica Y De Salud Materna e Infantil. Endemain realizada en el país por el Centro de Estudios de Población y Desarrollo Social –CEPAR- se señala que: “La economía se basa principalmente en la producción de cereales, legumbres y frutas en las zonas templadas; caña de azúcar, café, arroz, banano y palma africana en las tropicales. Además de existir una exuberante producción de frutas del clima templado como chirimoyas, granadillas, mandarinas, aguacates, limones, etc. Siendo la provincia de Pichincha el primer productor de trigo y de maíz tierno y los valles de Cayambe y Machachi importantes centros de abastecimiento lechero, en donde predomina la cría de ganado vacuno y ovino”.

⁵⁴ SERNA GÓMEZ Humberto; *Planificación y Gestión Estratégica*; Ed. Legis; Colombia; 1994.

En 1965 se aprobó una ley de desarrollo industrial que dio paso a la expansión de empresas elaboradoras de productos textiles, artículos eléctricos, farmacéuticos, entre otras. “En 1970 hubo un importante incremento en la producción y exportación de petróleo, que se completó con la construcción del oleoducto transecuatoriano para facilitar el suministro desde los yacimientos ubicados en el Oriente hasta el puerto de Esmeraldas.”⁵⁵

Según datos publicados por La Dirección de Estadística Económica de la Dirección General de Estudios del Banco Central del Ecuador, en el país se registró un superávit comercial durante el período enero - abril del año 2006 de \$694.4 millones, que corresponde principalmente al crecimiento del valor de las exportaciones, que fueron del 34.5 % para este periodo, doblando al registrado por las importaciones que se ubicaron en el 17.6%. Para el caso de las exportaciones en el mismo periodo, el registro es de un nivel FOB de \$4072.4 millones, mientras que las importaciones registraron un valor FOB de \$3377.9 millones.

Para abril del 2006 la balanza comercial petrolera registró \$1894.2 millones, con un crecimiento significativo de 53.4% en relación con el período del año anterior, debido al incremento del precio del petróleo en el mercado internacional.

De la misma forma la balanza comercial no petrolera reveló un incremento de \$1199.8 millones, con un déficit de \$119 millones (11.0%), frente al registrado en período similar al del año 2005 que fue de \$1080.9 millones. “Por el lado de las *exportaciones no petroleras*, éstas presentaron un aumento de 11.1% en valor y 1.9% en volumen; las tradicionales lo hicieron en 18.2% en valor y 2.0% en volumen; y, las no tradicionales 4.9% y 1.5% respectivamente.”⁵⁶

⁵⁵ Fuente: Microsoft ® Encarta ® 2006. © 1993-2005 Microsoft Corporation

⁵⁶ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR; *Ecuador: Evolución de la Balanza Comercial Enero-Abril 2006*; Dirección General de Estudios; Ecuador; 2006; Pág. 2.

Los resultados para la Balanza Comercial se presentan en el siguiente cuadro y gráfico resumen:

| BALANZA COMERCIAL | | | |
|--|------------------|---------------------|--------------|
| - Período Enero – Abril de cada año - | | | |
| - USD millones FOB - | | | |
| Año | Petrolera | No Petrolera | Total |
| 2004 | 912 | -757 | 155 |
| 2005 | 1,235 | -1,081 | 154 |
| 2006 | 1,894 | -1,200 | 694 |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Cuadro 28: Balanza Comercial

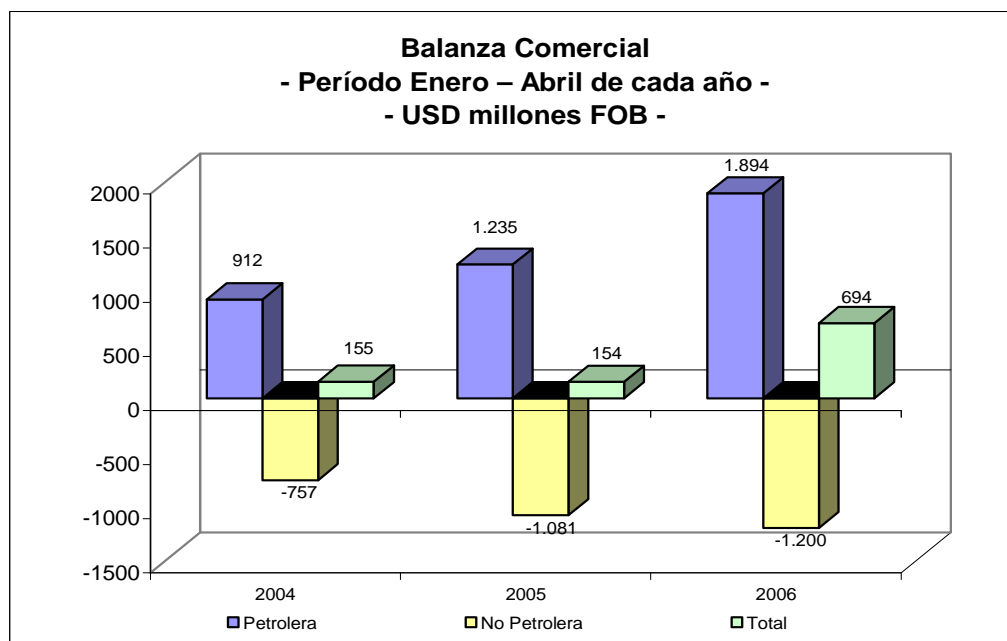


Gráfico 25: Balanza Comercial

Entre los principales productos primarios e industrializados para exportación se tiene:

| EXPORTACIONES MENSUALES (MILLONES USD FOB) | | |
|---|-------------|------------|
| PRODUCTOS | 2006 | |
| | Mar | Abr |
| Primarios | 832,6 | 923,5 |
| Petróleo crudo | 581,7 | 687,6 |
| Banano y plátano | 119,2 | 115,7 |
| Camarón | 56,2 | 52,8 |
| Flores naturales | 32,6 | 30,7 |
| Cacao | 12,8 | 12,3 |
| Otros primarios | 30,2 | 24,5 |
| Industrializados | 180,0 | 203,8 |
| Derivados de petróleo | 26,0 | 73,1 |
| Otros prod. mar elaborados | 35,7 | 30,7 |
| Manufacturas de metales | 36,8 | 30,2 |
| Químicos y fármacos | 7,9 | 6,1 |
| Manufacturas de textiles | 4,9 | 4,2 |
| Café elaborado | 4,5 | 4,4 |
| Otros industrializados | 64,1 | 55,0 |
| Fuente: Banco Central del Ecuador | | |

Cuadro 29: Exportaciones Mensuales

“Las *importaciones*, en general registraron incrementos en su valor de 17.6%, determinadas principalmente por un aumento del volumen en 15.4%, pero además por un ligero incremento de los precios de los productos importados, 2.0%, para los cuatro primeros meses el año 2006.”⁵⁷

Los principales factores que intervienen el incremento de las importaciones son: un incremento en la cantidad demandada del exterior de combustibles y lubricantes, logrando así una tasa de variación del volumen importado de 21.9%.

⁵⁷ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR; *Ecuador: Evolución de la Balanza Comercial Enero-Abril 2006*; Dirección General de Estudios; Ecuador; 2006; Pág. 3.

El incremento en el periodo enero – abril 2006 del precio de los productos importados del 2.0% corresponde principalmente a la crecimiento en los precios internacionales asociados al petróleo, los mismos que incrementan los costos de fabricación de productos industriales con componentes tecnológicos en su mayoría, los que representan una participación significativa en el total de las importaciones.

En el cuadro siguiente se presentan las importaciones ecuatorianas a EE.UU., país del cual proviene aproximadamente el 20% de las mismas.

En el mismo se percibe el incremento de precios de 2.71% para el período enero - abril 2006 del total de las exportaciones desde Estados Unidos hacia el Ecuador con respecto al año anterior.

| ÍNDICES DE PRECIOS DE LAS EXPORTACIONES DE EE.UU.: AÑO 2006 | | | | | | | |
|--|------------------------------|----------------------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------|
| - porcentaje de variación anual - | | | | | | | |
| | Exportaciones Totales | Alimentos y Bebidas | Prod. Industriales | Bienes de Capital | Eq. De Transporte | Bienes de consumo | Otros |
| Enero | 2,96 | 3,17 | 9,74 | -2,81 | 3,88 | 4,91 | -2,44 |
| Febrero | 2,77 | 15,00 | 12,98 | -10,20 | -4,10 | 9,46 | -0,29 |
| Marzo | 2,45 | -9,40 | 4,94 | -5,54 | -6,53 | 4,20 | -1,53 |
| Abril | 2,69 | -6,58 | 5,00 | -2,71 | 4,96 | 2,23 | 5,89 |
| Enero - Abril | 2,71 | -0,31 | 8,07 | -5,32 | 2,76 | 5,13 | 0,45 |
| Fuente: U.S. Bureau of Economic Analysis. | | | | | | | |
| Fuente: Banco Central Del Ecuador - Dirección General De Estudios | | | | | | | |

Cuadro 30: Índices de Precios de las Exportaciones de EE.UU.

b.) Producto Interno Bruto

En los datos presentados por el Banco Central se registra un incremento en el Producto Interno Bruto (PIB) a través de los años, el mismo refleja el valor total de la producción de bienes y servicios (ver cuadro 31); lo que representa según las autoridades del gobierno central que la economía de la población se ha restablecido. Para el análisis hay que tomar en cuenta también otros indicadores, como la inflación la cual se ha ido disminuyendo a partir del proceso de dolarización. Un aspecto positivo es el capital que se está dirigiendo para realización de nuevos proyectos en el país los cuales buscan generar nuevas fuentes de empleo y despunte de la economía.

| RESUMEN DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO | |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| FECHA | VALOR (En millones de Dólares) |
| 31-Enero-2005 | 36,244 |
| 31-Enero-2004 | 32,964 |
| 31-Enero-2003 | 28,691 |
| 31-Enero-2002 | 24,899 |
| 31-Enero-2001 | 21,250 |
| 31-Enero-2000 | 15,934 |
| 31-Enero-1999 | 16,675 |
| 31-Enero-1998 | 23,255 |
| 31-Enero-1997 | 23,635 |
| 31-Enero-1996 | 21,268 |
| 31-Enero-1995 | 20,195 |
| 31-Enero-1994 | 18,573 |
| 31-Enero-1993 | 10,056 |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Cuadro 31: Resumen del Producto Interno Bruto

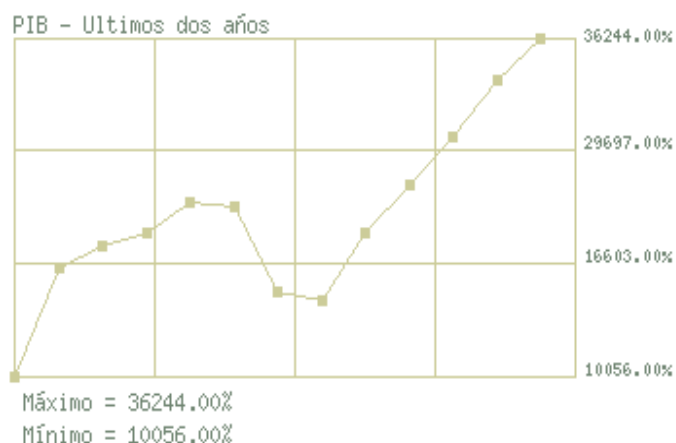


Gráfico 26: Resumen del Producto Interno Bruto

En las dos últimas décadas los gobiernos han tratado de establecer reformas tributarias para mejorar el manejo de las finanzas públicas y procesos de privatización para modernizar los servicios, aunque con resultados incipientes.

En los dos últimos años el valor más alto inflacionario se produjo en el mes de marzo, 2006 con el 4.23%, sin embargo para el mes de mayo la inflación se ha reducido en el 1.43%, llegando a ser de 2,80% como esta registrado en el cuadro 32 de la siguiente manera

| INFLACIÓN | |
|--------------------|-------|
| FECHA | VALOR |
| 31-Diciembre-2006 | 2,87% |
| 30-Noviembre-2006 | 3,21% |
| 31-Octubre-2006 | 3,21% |
| 30-Septiembre-2006 | 3,21% |
| 30-Agosto-2006 | 3,36% |
| 31-Julio-2006 | 2,99% |
| 30-Junio-2006 | 2,80% |
| 31-Mayo-2006 | 3,11% |
| 30-Abril-2006 | 3,43% |
| 31-Marzo-2006 | 4,23% |
| 28-Febrero-2006 | 3,82% |
| 31-Enero-2006 | 3,37% |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Cuadro 32: Resumen de la Inflación

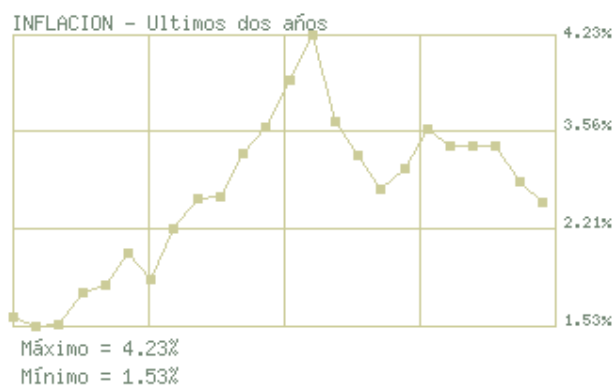


Gráfico 28: Resumen de la Inflación

d.) Moneda y Banca

La unidad monetaria que regía en el Ecuador desde el 22 de marzo de 1884 era el Sucre, sin embargo debido a la intensa crisis económica que se generó a finales del año 1999, la misma que desencadenó en la quiebra bancaria que exponía la creciente depreciación del sucre ecuatoriano con respecto al dólar estadounidense. El Presidente de la República de ese entonces, Jamil Mahuad decretó en enero del año 2000 adoptar el dólar de Estados Unidos como moneda para el país.

La divisa norteamericana empezó a regir totalmente desde el 10 de septiembre de 2001, produciendo a su paso confusión e insatisfacción por parte de la ciudadanía al tener que aprender un nuevo sistema de manejo de moneda y todas las implicaciones que comprendía. “Este hecho implicó una reestructuración de las

funciones del Banco Central del Ecuador, creado en 1927, hasta entonces entidad bancaria responsable de la emisión de moneda”⁵⁹.

La dolarización dio una mayor estabilidad de la economía. En el año 2002, la tasa de crecimiento del PIB fue del 3.4%, una de las más altas de América Latina.

e.) Salarios - Población

Conforme a la información suministrada por el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, y a la publicada por el Banco Central, el salario mínimo vital más las remuneraciones complementarias (Décimos, Vacaciones y Bonificaciones) entre 1994 y 1999 han tenido un promedio mensual de \$132, correspondiendo el 18% al salario mínimo vital y 82% a remuneraciones complementarias.

Para el 2006, el salario mínimo vital nominal promedio y el salario unificado nominal se mantienen invariables en relación con el año anterior en \$186,60 y \$160,00 respectivamente pese al incremento en porcentaje de personas sin empleo.

El siguiente cuadro presenta los datos registrados por el Banco Central de los salarios para los años 2005 y 2006; y del mercado laboral de las principales ciudades, Quito, Guayaquil y Cuenca, para los meses de abril y mayo del año 2006.

⁵⁹ Fuente: Microsoft © Encarta © 2006. © 1993-2005 Microsoft Corporation

| SALARIOS | 2005 | 2006 |
|--|---------------|--------|
| | En Dólares | |
| Salario mínimo vital nominal promedio | 186,60 | 186,60 |
| Salario unificado nominal | 160,00 | 160,00 |
| Índice de salario real ^(b) | 176,95 | 177,20 |
| MERCADO LABORAL ⁽²⁾ | 2006 | |
| | Abr | May |
| | En Porcentaje | |
| Desocupación total | | |
| Total | 10,25 | 10,09 |
| Quito | 10,98 | 11,01 |
| Guayaquil | 10,66 | 10,52 |
| Cuenca | 4,06 3, | 28 |
| Tasa de subocupación total | | |
| Total | 50,62 | 49,65 |
| Quito | 45,16 | 40,98 |
| Guayaquil | 55,80 | 56,25 |
| Cuenca | 46,78 | 50,44 |
| ^(b) Salario mínimo vital reflejado en función al IPC mensual | | |
| ⁽²⁾ Fuente: Encuesta de Indicadores de Coyuntura del Mercado Laboral. FLACSO. | | |
| Fuente: Banco Central del Ecuador | | |

Cuadro 33: Cifras Económicas del Ecuador Salarios Y Mercado Laboral

En la ciudad de Quito durante el periodo 1998-2000 alrededor de 2.500 empresas de la construcción, manufactura y comercio, han culminado con sus operaciones debido a la crisis económica nacional, generando una pérdida considerable de empleos. A esto se suma unas pocas oportunidades laborales, la depreciación del salario real y el deterioro de las condiciones de vida de la población, por lo que se ha incrementado la informalidad y las migraciones al extranjero que han dejado hogares quebrantados.

“La pobreza en el Distrito Metropolitano de Quito es un fenómeno latente que afecta a un grupo importante de la población (45%) y la margina de cualquier posibilidad de desarrollo en ámbitos laborales, educativos, de salud y participación ciudadana, lo que incide negativamente en el propio desarrollo de la urbe pues destruye al capital humano.”⁶⁰

⁶⁰ MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO; *Plan Equinoccio 21 Quito hacia el 2025*; Ecuador; 2005: Pág. 26.

4.2.1.1.2. Factores Políticos

a.) Sistema de Gobierno

A través de la historia el Ecuador se ha confrontado por establecer una identidad nacional republicana en base a los tres poderes del estado, Ejecutivo, Legislativo y Judicial, y por converger en una integración nacional, consiguientemente su capacidad de percepción se confina al no poder ejercer una hegemonía coherente y vivir fracasos políticos constantemente que afectan directamente al población.

b.) Partidos Políticos

A pesar de que Ecuador tiene apenas el tamaño del estado de Colorado, en Estados Unidos, y una población de 13 millones de personas aproximadamente, actualmente en el país hay 17 partidos políticos oficiales con representación en el parlamento, lo que indica que existe más de un partido político por cada millón de habitantes, exponiendo ser un país quebrantado políticamente.

Los partidos políticos existentes son los siguientes:

1. Movimiento Patria Solidaria - MPS
2. Movimiento Fuerza Ecuador - MFE
3. Movimiento Popular Democrático - MPD
4. Partido Comunista Marxista Leninista del Ecuador - PCMLE
5. Partido Conservador Ecuatoriano - PCE
6. Partido Concentración de Fuerzas Populares - CFP
7. Democracia Popular - Unión Demócrata Cristiana - DP
8. Izquierda Democrática - ID
9. Alianza Nacional - AN

10. Partido Acción Popular Revolucionaria Ecuatoriana - APRE
11. Partido Unión Popular Latinoamericana - UPL
12. Partido Socialista Ecuatoriano
13. Partido Social Cristiano - PSC
14. Partido Roldosista Ecuatoriano .PRE
15. Partidos Políticos Ecuatorianos
16. Página de los Pueblos del Ecuador
17. Viviendo la Democracia. Org

c.) Inestabilidad Política

La inestabilidad Política en el país ha estado presente desde los inicios de la Republica apreciándose con notoriedad a partir de los Gobiernos de Velasco Ibarra hasta la actualidad, lo que ha conllevando a que la Inversión Extranjera sea prácticamente inexistente, a un incremento en los últimos años de migración a otros países, y por consiguiente a la desintegración familiar.

Los grupos sociales de la república, tienen controlado y monopolizado los poderes del estado, esto conduce a una desestabilizad interna, que afecta al rendimiento de la población ecuatoriana. Un ejemplo de esto, es la paralización de las actividades, con fines netamente políticos, lo que ocasiona numerosos inconvenientes, como es la falta de transportes, ya que éstos no salen a laborar, por temor a ser agredidos, o son ellos mismos los que ocasionan estos paros. Los niños no pueden asistir a clases normalmente, retrasándose notoriamente su avance educativo que no se pueden igualar a otros países donde si respetan a las personas y sus actividades diarias. Y muchas otras labores en todos los estratos sociales, se ven afectados.

4.2.1.1.3. Factores Sociales Y Culturales

a.) Demografía

La composición de la población es diversa, está constituida por, mestizos, indígenas, mulatos y negros, además de inmigrantes nacionales y extranjeros. Esta mezcla social y cultural constituye una base cultural valiosa.

Según INEC la población del Distrito Metropolitano en el 2001 era de 1.842.201 habitantes, de los cuales 1.411.595 habitantes, o sea el 77% corresponde al área urbana y 258.439 habitante, el 23% al área suburbana y rural.

En los últimos años, debido a varios factores como el desastre bancario de 1999, la tasa de crecimiento demográfico del DMQ tiene una tendencia decreciente debido a que el Distrito pasa de destino inmigratorio a convertirse en centro remitente de fuerza de trabajo calificada agravando la problemática social. No obstante en los últimos 5 años la población urbana se ha incrementado en el 26% con lo que se puede derivar que a pesar que la tasa decrece siguen naciendo niños y la población se incrementa anualmente.

b.) Educación

Los niveles de educación del DMQ, especialmente del área urbana son relativamente altos, dependiendo considerable de la relación entre la obtención de una buena remuneración merecida con los niveles de alcanzaos de educación. “Sin embargo, si se compara la población pobre con la no pobre se observa que en la primera hay el doble de analfabetos, tres veces más analfabetos

funcionales, tres años menos de escolaridad y seis veces menos población universitaria.”⁶¹

Los datos para la educación se presentan en el siguiente cuadro resumen:

| EDUCACIÓN | | | | | | | |
|---|---------|--------|----------------------|----------|------------|----------|-----------|
| Tasa de Analfabetismo (población de 10 años y +) | | | Nivel de Instrucción | | | | |
| Hombres | Mujeres | Total | Ninguna | Primaria | Secundaria | Superior | Postgrado |
| 3385,3 | 5935,6 | 4678,1 | 53.490 | 522.750 | 662.747 | 299.597 | 9.193 |
| Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001; INEC | | | | | | | |
| Elaboración: Unidad de Estudios e Investigación; DMTV-MDMQ | | | | | | | |
| Información adicional: eeestevez@quito.gov.ec | | | | | | | |

Cuadro 34: Cifras Económicas del Ecuador Salarios Y Mercado Laboral

c.) Salud

Los indicadores de salud en el DMQ revelan una esperanza de vida al nacer de 68 años para el sector urbano y 64 años para el sector rural, una tasa de mortalidad del 5.1 por cada 10.000 habitantes, debido principalmente a enfermedades cerebro-vasculares, afecciones originadas en el periodo prenatal, enfermedades del corazón y accidentes de tránsito. Entre las principales causas de enfermedad ambulatoria las estadísticas vitales realizadas por el INEC se distinguen infecciones respiratorias agudas, las causadas por parásitos y afecciones al aparato digestivo, infección de las vías urinarias, desnutrición, dermatitis, entre otras. Los egresos hospitalarios más frecuentes son partos, neumonía, hipertrofia prostática, bronquitis, colecistitis, entre otros.

Con respecto a la salud maternal e infantil, la tasa de fecundidad es de 3,4 niños por mujer, siendo en el área urbana menor, de 3 niños por mujer, la tasa de mortalidad infantil para el área urbana es de 29,4 niños por cada 1.000 niños

⁶¹ MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO; *Plan Equinoccio 21 Quito hacia el 2025*; Ecuador; 2005: Pág. 26.

nacidos vivos y para el área rural de 42,8. Los indicadores de desnutrición infantil desarrollados por el DANS-CONADE-MSP revelan que un 46% de los niños menores de 5 años son desnutridos. A pesar de éstos indicadores las condiciones de salud del DMQ son mejores que en las demás ciudades del país

d.) Seguridad

La seguridad en el DMQ depende de la localización geográfica, en dónde existen riesgos de erupciones volcánicas, sismos y deslizamientos; del quebrantamiento sociocultural, el mismo que se refleja en la pérdida de valores sociales, y en el incremento de la delincuencia, expresada en diversas formas como asaltos, lavado de dinero, extorsiones, secuestros Express, narcotráfico y contrabando.

Las situaciones de inseguridad provienen de la desigualdad social y económica, de la falta de responsabilidad social, de la escasez de recursos destinados al control de la misma, de una base cultural basada en la violencia y machismo, de la fragilidad social y de la falta de prevención e instrucción para enfrentarse ante desastres naturales.

La violencia en el DQM se ha incrementado desde el año 1990 reflejándose en los indicadores del Departamento de Medicina Legal de la Policía Nacional, los mismos que son: “la tasa promedio de suicidios entre 1995 y 2000 fue de 4,25 por 100.000 habitantes; la de homicidios de 12,09; la de homicidios entre hombres de 10,79; para las mujeres la tasa es de 1,3. La proporción entre hombres y mujeres es de 8 a 1. En el 2003 la mayoría de muertes violentas se produjeron por accidentes de tránsito. El promedio diario de muertes violentas fue de 3,63 y el de homicidios se situó en 0,92. La percepción de inseguridad en el 2003 se ubicó en alrededor de 78%⁶².”

⁶² MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO; *Plan Equinoccio 21 Quito hacia el 2025*; Ecuador; 2005: Pág. 26.

Para los últimos años el cabildo tiene como proyecto de aplicación convertir a la ciudad en un territorio seguro, la misma que se presente al exterior como estable y confiable, en la cual las empresas y la población adquieran un nivel de vida apropiado, por medio del control de todas las formas de violencia.

4.2.1.1.4. Factores Tecnológicos

a.) Nivel de Tecnología

El Distrito al ser la capital atrae a la inversión y generación de nuevas tecnologías empresariales. El cabildo busca ostentar el título de Distrito Industrial, en el que la interacción y concordancia con las esferas sociales, políticas y económicas lo caracterizarían. Al transformarse en un centro de gestión estratégico uno de los elementos esenciales es el sistema educativo y la formación permanente. De esta forma la tecnología pasaría a ser parte integral del sistema educativo, con nuevos programas de fácil comprensión adaptados para niños

4.2.1.1.5. Factores Geográficos

a.) Ubicación

Constituyéndose como la capital del Ecuador y siendo una de las más antiguas de Sudamérica; Quito se encuentra ubicada al norte del país, en las faldas del volcán Pichincha a 2850m de altura, con una superficie de 4.204 Km², y con una población de 1.920.498 habitantes

Sus límites son:

- Norte: Provincia de Imbabura.
- Sur: Cantones Rumiñahui y Mejía.
- Este: Cantones Pedro Moncayo, Cayambe y Provincia del Napo.
- Oeste: Cantones Pedro Vicente Maldonado, Los Bancos y Santo Domingo de los Colorados.

Sus Parroquias son: Alangasí, Amaguaña, Atahualpa, Calacalí, Calderón, Conocoto, Cumbayá, Chavezpamba, Checa, Guayllabamba, Guala, Guangopolo, El Quinche, La Merced, Llano Chico, Llano Grande, Lloa, Nanegal, Nanegalito, Nayón, Nono, Pacto, Perucho, Pomasqui, Píntag, Puéllaro, Puembo, San José de Minas, Tumbaco, Tababela, Yaruquí, Zámiza.

La ciudad de Quito se presenta como un destino turístico atractivo y único que entremezcla el pasado colonial junto con la arquitectura moderna, contando con el mejor Centro Histórico conservado en América Latina. Se crea un alto valor patrimonial y cultural destacándose la Catedral, construida en el siglo XVI, y las iglesias de San Francisco, San Agustín, La Compañía y Santo Domingo.

*b.) Clima*⁶³

A pesar de su altitud, su localización geográfica con relación a la línea ecuador revela un clima variado, exuberante y sumamente agradable, que va desde el tropical hasta el templado alcanzando una temperatura anual promedio de 12.8°C. Durante los meses de noviembre a abril se disfruta un clima lluvioso; en cambio entre los meses de mayo a octubre de un clima veraniego, la temperatura varía según las horas del día desde 7°C en la mañana, 21 C al mediodía hasta 7°C al anochecer.

⁶³ Fuente: Microsoft © Encarta © 2006. © 1993-2005

Uno de los factores que afectan el clima del Distrito Metropolitano en la actualidad es el efecto invernadero, fenómeno producido por que los gases componentes de la atmósfera retienen parte de la energía que el suelo emite al haber sido calentada por la radiación solar afectando así a todos los cuerpos. De acuerdo con el actual consenso científico, el efecto invernadero se está viendo acentuado en la Tierra por la emisión de gases como el dióxido de carbono y el metano, debido a la actividad económica humana.

Este fenómeno evita que la energía recibida constantemente del Sol hacia la Tierra vuelva inmediatamente al espacio. La Tierra, como todo cuerpo caliente, emite radiación, pero al ser su temperatura mucho menor que la solar, emite radiación infrarroja de una longitud de onda mucho más larga que la que recibe. En zonas de la Tierra cuya atmósfera tiene poca proporción de gases de efecto invernadero (especialmente de vapor de agua), como en los grandes desiertos, las fluctuaciones de temperatura entre el día (absorción de radiación solar) y la noche (emisión hacia el cielo nocturno) son muy grandes.

Desde hace unos años el hombre está produciendo un aumento de los gases de efecto invernadero con lo que la atmósfera retiene más calor y devuelve a la Tierra aún más energía causando un desequilibrio del balance radiativo y un calentamiento global.

c.) Vías de Acceso

La ciudad se comunica principalmente por medio de la carretera Panamericana que la atraviesa de norte a sur, principal arteria de comunicación del país. Las principales carreteras de la ciudad son: La autopista del Valle de los Chillos que comunica a Quito con Sangolquí, la carretera Quito – Santo Domingo de los Colorados, la Quito – San Antonio de Pichincha, y la Quito – Tumbaco – Quinche, además de existir carreteras de menor importancia que conectan a la capital con las demás ciudades. El aeropuerto de Quito, Mariscal Sucre, al ser internacional opera con líneas comerciales nacionales e internacionales.

4.2.1.2. MATRIZ DE IMPACTOS EXTERNO

La identificación de los factores de análisis suministra la información necesaria para elaborar la matriz de capacidad externa, en la misma que se aprecia las amenazas y oportunidades del medio con su respectiva valoración, de la misma manera el impacto e importancia que éstos constituyen a nivel exterior para la empresa.

| MATRIZ DE IMPACTOS EXTERNO | | | |
|---|----------------------|-----------------|----------------|
| CALIFICACIÓN | Oportunidades | Amenazas | Impacto |
| FACTORES | | | |
| FACTORES ECONÓMICOS | | | |
| Balanza Comercial | | Bajo | Bajo |
| Producto Interno Bruto | | Bajo | Bajo |
| Inflación | | Alto | Medio |
| Moneda y Banca | | Bajo | Bajo |
| Salarios – Población | Bajo | | Bajo |
| FACTORES POLÍTICOS | | | |
| Sistema de Gobierno | Bajo | | Medio |
| Partidos Políticos | | Bajo | Bajo |
| Inestabilidad Política | | Alto | Alto |
| FACTORES SOCIALES Y CULTURALES | | | |
| Demografía | Alto | | Alto |
| Educación | Medio | | Medio |
| Salud | Medio | | Medio |
| Seguridad | Medio | | Medio |
| FACTORES TECNOLÓGICOS | | | |
| Nivel de Tecnología | Alto | | Medio |
| FACTORES GEOGRÁFICOS | | | |
| Ubicación | Alto | | Alto |
| Clima | Medio | | Medio |
| Vías de Acceso | Alto | | Medio |
| Fuente: Serna Gómez Humberto. Planeación y Gestión Estratégica. | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 35: Matriz De Impactos Externo

4.2.1.3. ANÁLISIS COMPETITIVO DE LA INDUSTRIA

4.2.1.2.1. *Amenazas de Entrada*

Las barreras de entradas presentadas en este tipo de industria se dan cuando las empresas competencia presentan una ventaja competitiva muy distintiva que asegura la lealtad de los consumidores. Sin embargo los servicios adicionales presentados por las empresas competencia en el sector son básicamente los mismos a diferencia un centro infantil, el mismo que basa en el sistema europeo francés, no obstante sus costos son demasiado elevados en relación con los del sector y su orientación es a un segmento del mercado distinto a los demás centros. De los restantes se distingue uno en su orientación de mercado, a una población medio alta, sin embargo este centro no presenta servicios opcionales que lo distinguan.

Otra amenaza de entrada presentada para esta industria es la Política gubernamental, ya que para el funcionamiento de un centro se necesita del Acuerdo Ministerial, La Dirección Nacional de Protección de Menores es el ente regularizador del costo de las pensiones; y la obligación de asignar el 10 de becas de la capacidad.

4.2.1.2.2. *Intensidad de la Rivalidad*

“La rivalidad entre los competidores adopta la conocida forma de manipular para alcanzar una posición, recurriendo a tácticas como la competencia de precios, las guerras de publicidad, la introducción de productos y un mejor servicio o garantías a los clientes”⁶⁴. De acuerdo al Estudio de Mercado se obtuvo que la intensidad de la rivalidad actualmente es moderada debido a la ausencia de diferenciación

⁶⁴ PORTER Michael; *Estrategia Competitiva*; Ed. Continental; México; 2000; Págs. 33.

tanto en precio como en servicio ofrecido por las empresas competencia del sector.

4.2.1.2.3. *Presión de Productos Sustitutos*

Como productos sustitutos, sin considerar el cuidado materno, ya que son los padres los que toman la decisión de compra, se considera el cuidado por parte de otros familiares, servicio doméstico, niñera temporal y en algunos casos escuelas e internados, los cuales se presentan en el siguiente gráfico:

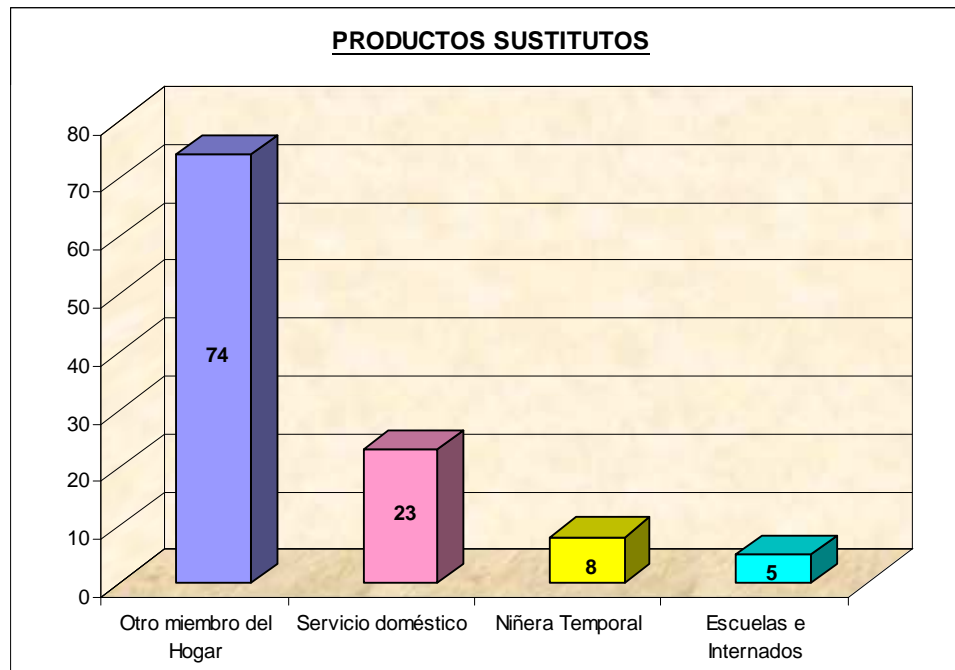


Gráfico 29: Productos Sustitutos

Fuente: Investigación de Campo. Encuesta

Elaboración: Karina Navarrete

El cuidado por parte de otro miembro del Hogar es el optado, le siguen el servicio doméstico, niñera temporal, escuelas e internados, a diferencia de un centro infantil los tres primeros tipos de cuidado no cuentan con la capacitación adecuada para brindar una ecuación adicional a un niño, y con respecto a las

escuelas la mayoría que ésta ubicada en el sector no brinda un servicio de atención adicional al programado.

4.2.1.2.4. Poder de negociación de los compradores

La sensibilidad al precio es un factor determinante de compra en el país, no obstante, en el cuidado y enseñanza de niños muchos padres prefieren la calidad del servicio ante el costo. Al no existir numerosos costos cambiantes el comprador en ésta industria esta ligado al vendedor.

4.2.1.2.5. Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores influyen directamente en los costos de producción, en este tipo de industria los proveedores son varios y son los que se encuentran en el mercado, pese a no tener relación directa con los proveedores, éstos poseen un poder módico ya que las características del mercado de la ciudad son cambiantes y dependen en algunos de los casos de factores gubernamentales.

4.2.2. ANÁLISIS INTERNO

4.2.2.1. AUDITORIA ORGANIZACIONAL

La Auditoria Organizacional consiste en realizar el análisis valorativo de la situación presente de la empresa.

4.2.2.1.1. Capacidad Directiva

Al constituirse como empresa nueva, la imagen corporativa se conducirá a la colocación en el mercado hacia la notoriedad de la misma haciendo que el potencial de la dirección se fundamente a la generación de planes estratégicos con el propósito de satisfacer adecuadamente las necesidades de los clientes mediante la capacitación permanente del personal del Centro creando así un ambiente laboral agradable para los niños y los trabajadores.

La dirección manifestará previsión por la creación de un ambiente laboral complacido por su comunicación y control a través de la realimentación con todo el personal.

4.2.2.1.2. Capacidad Competitiva

El Centro brindará servicios de guardería, adicionalmente también propondrá a los padres un servicio de cuidado en la tarde para los niños y niñas que se encuentran en edad escolar facilitando su atención y cuidado durante estas horas. Como servicio suplementario se realizará evaluaciones a los padres de familia para conocer si sus necesidades se encuentran satisfechas.

La realización del menú de los niños y niñas será diseñada por un nutricionista, para así atender sus necesidades básicas de alimentación.

4.2.2.1.3. Capacidad Financiera

Al ser una empresa nueva la capacidad de trabajar con recursos propios se sujeta a factores de proporciones de inversión, por lo que se financiará en una parte el proyecto, lo restante deberá sujetarse a formas externas de

financiamiento, además de investigar el sitio apropiado para la localización del mismo y comenzar con la construcción sus adecuaciones.

Los precios del mercado están sujetos a los propuestos por el Ministerio de Bienestar Social garantizando una estabilidad en los ingresos.

4.2.2.1.4. Capacidad Tecnológica

La capacidad en cuanto a tecnología se refiere la empresa contará con programas computarizados para el aprendizaje de los niños en ésta área.

4.2.2.1.5. Capacidad del Talento Humano

El personal debe contar con un nivel académico de acuerdo al puesto además de contar con experiencia en el área, se realizarán motivaciones al personal mediante incentivos de acuerdo a su desempeño con la finalidad de crear un sentido de pertenencia de los trabajadores hacia la empresa.

4.2.2.2. MATRIZ DE IMPACTOS INTERNO

La identificación de las capacidades internas suministran la información necesaria para elaborar la matriz del perfil de capacidad interna, en la misma que se distingue las fortalezas y debilidades de la empresa con su respectiva valoración, de la misma manera el impacto e importancia que éstos constituyen a nivel interno para la empresa.

| MATRIZ DE IMPACTO INTERNO | | | |
|---|------------------|------------------|----------------|
| CALIFICACIÓN | Fortaleza | Debilidad | Impacto |
| CAPACIDADES | Alto | Alto | Alto |
| CAPACIDAD DIRECTIVA | | | |
| Imagen Corporativa | | Alto | Alto |
| Uso de Planes y Análisis Estratégicos | Alto | | Alto |
| Orientación Empresarial | Alto | | Alto |
| Flexibilidad de la Estructura Organizacional | Medio | | Medio |
| Habilidad para responder al entorno cambiante | Medio | | Medio |
| CAPACIDAD COMPETITIVA | | | |
| Fuerza de Servicio | Alto | | Alto |
| Satisfacción del cliente | Alto | | Alto |
| Administración de clientes | Alto | | Alto |
| CAPACIDAD FINANCIERA | | | |
| Acceso a capital cuando se requiere | | Alto | Alto |
| Facilidad para salir del mercado | Bajo | | Bajo |
| Habilidad para competir con precios | Bajo | | Bajo |
| Disponer de un local propio | | Alto | Alto |
| CAPACIDAD TECNOLÓGICA | | | |
| Nivel tecnológico utilizado | Medio | | Medio |
| CAPACIDAD DEL TALENTO HUMANO | | | |
| Nivel académico del talento humano | Alto | | Alto |
| Experiencia en el área | Alto | | Alto |
| Motivación | Medio | | Medio |
| Pertenencia | Medio | | Medio |
| Fuente: Serna Gómez Humberto. Planeación y Gestión Estratégica. | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 36: Matriz De Impactos Externo

4.3. ANÁLISIS DE VULNERABILIDAD

4.3.1. ANÁLISIS FODA

La identificación de los factores de análisis suministra la información necesaria para determinar las amenazas y oportunidades y manera de impacto e importancia que constituyen a nivel exterior para la empresa.

De igual forma la identificación de las capacidades internas suministra la información necesaria para determinar las fortalezas y debilidades de la empresa y su impacto e importancia que constituyen a nivel interno para la empresa.

Para la realización de análisis FODA se enumerarán las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa, resultado del análisis de tanto de los factores internos y externos.

4.3.1.1. FORTALEZAS

1. Generar planes estratégicos para satisfacer adecuadamente las necesidades de nuestros clientes.
2. El servicio con el que cuenta el centro es característico y diferenciado, en el cual la interrelación con los niños y la enseñanza este llena de armonía creado así el mejor servicio en el mercado.
3. El ambiente laboral, mediante la motivación al desempeño y capacitación permanente, disfruta de una comunicación beneficiosa debido a que se cuenta con un profesional capacitado.
4. Realizar evaluaciones a los padres de familia para conocer si sus necesidades están satisfechas.
5. Constantemente realizar retroalimentación con todo el personal.

6. El mercado esta regido por los precios dados por el Ministerio De Bienestar Social esto nos garantiza una estabilidad en los ingresos.

4.3.1.2. OPORTUNIDADES

1. Mercado Libre y de fácil acceso que no presenta barreras de entrada o salida considerables para posicionar una nueva empresa.
2. Existencia de demanda insatisfecha y incremento de la tasa de crecimiento demográfico anualmente.
3. Mantenimiento y liderazgo en el mercado superando a las otras instituciones.
4. Presencia de mano de obra calificada y comprometida.
5. Mejoramiento de la posición financiera.

4.3.1.3. DEBILIDADES

1. Al ser una empresa nueva existe desconocimiento al inicio.
2. El no contar con un local propio sino arrendado.
3. No contar con una imagen corporativa en el mercado.

4.3.1.4. AMENAZAS

1. Dificultades Financieras por la utilización de recursos ajenos y altas tasas de interés
2. El incremento de la inflación debido a factores políticos.
3. El acrecentamiento de la inestabilidad política
4. El desarrollo e innovación de la competencia
5. El ingreso de nuevos competidores.

4.3.2. FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO O MATRIZ FODA CRÍTICA

Los factores determinantes para el éxito se han determinado de la auditoria del entorno y de la auditoria organizacional. La Matriz de Holmes que se ha desarrollado y se encuentra en el Anexo 2, es útil para priorizar los factores indicados anteriormente que a continuación se presentan:

| FORTALEZAS |
|--|
| El servicio con el que cuenta el centro es característico y diferenciado, en el cual la interrelación con los niños y la enseñanza este llena de armonía creado así el mejor servicio en el mercado. |
| Estabilidad en los precios. |
| El ambiente laboral, mediante la motivación al desempeño y capacitación permanente, disfruta de una comunicación beneficiosa debido a que se cuenta con un profesional capacitado. |

| OPORTUNIDADES |
|---|
| Existencia de demanda insatisfecha y incremento de la tasa de crecimiento demográfico anualmente. |
| Mantenimiento y liderazgo en el mercado superando a las otras instituciones. |
| Mejoramiento de la posición financiera. |

| DEBILIDADES |
|--|
| Al ser una empresa nueva existe desconocimiento al inicio. |
| El no contar con un local propio sino arrendado. |
| No contar con una imagen corporativa en el mercado. |

| AMENAZAS |
|---|
| Dificultades Financieras por la utilización de recursos ajenos y altas tasas de interés |
| El desarrollo e innovación de la competencia |
| El ingreso de nuevos competidores. |

4.3.3. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS (EFE)

“La matriz de evaluación de los factores externos (EFE) permite a los estrategas resumir y evaluar la información económica, social, cultural, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva.”⁶⁵

| MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (EFE) | | | |
|---|-------------|---------------------|-----------------------|
| FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO | Peso | Calificación | Peso Ponderado |
| OPORTUNIDADES | | | |
| Existencia de demanda insatisfecha e incremento de la tasa de crecimiento demográfico anualmente. | 0,25 | 4 | 1,00 |
| Mantenimiento y liderazgo en el mercado superando a las otras instituciones. | 0,20 | 4 | 0,80 |
| Mejoramiento de la posición financiera. | 0,20 | 3 | 0,60 |
| AMENAZAS | | | |
| Dificultades Financieras por la utilización de recursos ajenos y altas tasas de interés | 0,15 | 2 | 0,30 |
| El desarrollo e innovación de la competencia | 0,10 | 2 | 0,20 |
| El ingreso de nuevos competidores. | 0,10 | 1 | 0,10 |
| Total | 1,00 | | 3,00 |
| Fuente: David Fred. Conceptos de Administración Estratégica. | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 37: Matriz De Evaluación De Factores Externos (EFE)

⁶⁵ DAVID Fred; **Conceptos de Administración Estratégica**; Ed. Prentice Hall Hispanoamericana; Quinta Edición; 1997; Pág. 144.

- De acuerdo a los resultados de la matriz EFE el principal factor de oportunidad para el ingreso de la empresa en el mercado es la existencia de demanda insatisfecha y el incremento de la tasa de crecimiento demográfico anualmente.
- En igual razón de importancia se encuentra el mantenimiento y liderazgo en el mercado superando a la competencia que la empresa tiene como propósito llegar, esto está estrechamente vinculando con el mejoramiento de la posición financiera, debido a que mientras mayor sea el liderazgo en el mercado la posición financiera se incrementará.
- De la misma manera la principal amenaza para la empresa son las dificultades financieras que se pueden presentar por la utilización de recursos ajenos; y, las altas y cambiantes tasas de interés, debido a que es una obligación de la empresa contraída con terceros.
- El desarrollo e innovación de la competencia así como el ingreso de nuevos competidores en el mercado representan una amenaza que la empresa debe evitar siendo pionera en los servicios a ofrecer.

4.3.4. MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS (EFI)

“Este instrumento para formular estrategias resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas.”⁶⁶

⁶⁶ DAVID Fred; Conceptos de Administración Estratégica; Ed. Prentice Hall Hispanoamericana; Quinta Edición; 1997; Pág. 184.

| MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (EFI) | | | |
|--|-------------|---------------------|-----------------------|
| FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO | Peso | Calificación | Peso Ponderado |
| FORTALEZAS | | | |
| El servicio con el que cuenta el centro es característico y diferenciado, en el cual la interrelación con los niños y la enseñanza este llena de armonía creado así el mejor servicio en el mercado. | 0,30 | 4 | 1,20 |
| Estabilidad en los precios. | 0,10 | 3 | 0,30 |
| El ambiente laboral, mediante la motivación al desempeño y capacitación permanente, disfruta de una comunicación beneficiosa debido a que se cuenta con un profesional capacitado. | 0,05 | 3 | 0,15 |
| DEBILIDADES | | | |
| Al ser una empresa nueva existe desconocimiento al inicio. | 0,20 | 2 | 0,40 |
| El no contar con un local propio sino arrendado. | 0,20 | 2 | 0,40 |
| No contar con una imagen corporativa en el mercado. | 0,15 | 1 | 0,15 |
| Total | 1 | | 2,60 |
| Fuente: David Fred. Conceptos de Administración Estratégica. | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 38: Matriz De Evaluación De Factores Internos (EFI)

- La principal fortaleza con la que cuenta la empresa es que el servicio a ofrecer es característico y diferenciado, en el mismo en el que la interrelación con los niños y la enseñanza estén proporcionen un ambiente lleno de armonía, en el mismo que los clientes se sientan completamente satisfechos, creado así el mejor servicio en el mercado.
- Debido a que los precios se encuentran regidos por un organismo controlador, se constituye en una fortaleza porque los clientes tienen tranquilidad que durante el periodo lectivo no se van a incrementar los precios.

- La creación del ambiente laboral, mediante la motivación al desempeño y capacitación permanente permite disfrutar de una comunicación que es beneficiosa para los trabajadores creando una fortaleza.
- El ser una empresa nueva y no contar con una imagen corporativa establecida en el mercado crean en la mente del consumidor cierta reserva y desconfianza, estas debilidades deben ser eliminadas en el transcurso del tiempo.

4.3.5. MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO (MPC)

“La matriz del perfil competitivo identifica a los principales competidores de la empresa, así como sus fuerzas y debilidades particulares, en relación con un muestra de la posición estratégica de la empresa.”⁶⁷

El estudio de los Factores Externos que afectan una empresa, Auditoria del Entorno y Análisis Competitivo de la Industria; y el estudio de los Factores Internos ofrecen un fundamento que permite la evaluación de la empresa en relación con la competencia.

⁶⁷ DAVID Fred; *Conceptos de Administración Estratégica*; Ed. Prentice Hall Hispanoamericana; Quinta Edición; 1997; Pág. 145.

| MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO (MPC) | | | | | | | | | | | |
|--|----------------------|------------------|-------------------------|---------------------------|-------------------------|---------------|-------------------------|----------------|-------------------------|----------------------------|-------------------------|
| FACTORES CRÍTICOS PARA EL ÉXITO | PESO ASIGNADO | BEAR HUGS | | LE PIERROT ATELIER | | MAGREB | | POPEYES | | ARCO IRIS DEL SABER | |
| | | Calif. | Calif. Ponderada | Calif. | Calif. Ponderada | Calif. | Calif. Ponderada | Calif. | Calif. Ponderada | Calif. | Calif. Ponderada |
| Capacidad Directiva | 0,25 | 3 | 0,75 | 2 | 0,5 | 3 | 0,75 | 2 | 0,5 | 2 | 0,5 |
| Capacidad Competitiva | 0,30 | 3 | 0,9 | 3 | 0,9 | 2 | 0,6 | 2 | 0,6 | 1 | 0,3 |
| Capacidad Financiera | 0,15 | 2 | 0,3 | 3 | 0,45 | 2 | 0,3 | 2 | 0,3 | 2 | 0,3 |
| Capacidad Tecnológica | 0,10 | 3 | 0,3 | 3 | 0,3 | 1 | 0,1 | 2 | 0,2 | 1 | 0,1 |
| Capacidad Del Talento Humano | 0,20 | 1 | 0,2 | 1 | 0,2 | 1 | 0,2 | 1 | 0,2 | 1 | 0,2 |
| Total | 1,00 | | 2,45 | | 2,35 | | 1,95 | | 1,8 | | 1,4 |
| Fuente: David Fred. Conceptos de Administración Estratégica. | | | | | | | | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | | | | | | | | |

Cuadro 39: Matriz Del Perfil Competitivo (MPC)

De la matriz elaborada, la empresa que resultante de mayor valor total, es la principal competencia. En este caso, la principal competencia es el Centro Infantil Bear Hugs, el mismo que posee una calificación ponderada de 2,45, siendo mayor con respecto de los demás Centros.

4.3.6. MATRIZ FODA PARA LA FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS

“La matriz FODA es un marco conceptual para el análisis sistemático que facilita el apareamiento entre las amenazas y oportunidades externas con las debilidades y fortalezas internas de la organización.”⁶⁸

El análisis de la matriz FODA servirá de un fundamento para la formulación de estrategias que maximicen el potencial de la empresa y minimicen las inseguridades para la misma.

⁶⁸ KOONTZ Harold, WEIHRICH Heinz; *Administración una Perspectiva Global*; Ed. Mc Graw Hill; México; Onceava Edición; 1994; Pág. 173.

| MATRIZ FODA | FACTORES INTERNOS | |
|---|---|---|
| | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
| | El servicio con el que cuenta el centro es característico y diferenciado, en el cual la interrelación con los niños y la enseñanza este llena de armonía creado así el mejor servicio en el mercado. (F ₁) | Al ser una empresa nueva existe desconocimiento al inicio. (D ₁) |
| Estabilidad en los precios. (F ₂) | El no contar con un local propio sino arrendado. (D ₂) | |
| FACTORES EXTERNOS | El ambiente laboral, mediante la motivación al desempeño y capacitación permanente, disfruta de una comunicación beneficiosa debido a que se cuenta con un profesional capacitado. (F ₃) | No contar con una imagen corporativa en el mercado. (D ₃) |
| OPORTUNIDADES | ESTRATEGIAS – FO | ESTRATEGIAS - DO |
| Existencia de demanda insatisfecha e incremento de la tasa de crecimiento demográfico anualmente. (O ₁) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diversificar los servicios acorde con las necesidades del cliente. (F₁,O₃) ▪ Modificar los horarios de atención de acuerdo a las necesidades de los clientes. (F₁,O₁) ▪ Diseñar programas para el desarrollo del Recurso Humano (F₂,O₂) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Promocionar los servicios a brindar. (D₁,O₃) ▪ Mantener y mejorar tanto las instalaciones como los materiales de estudio para que los niños y padres de familia se sientan en un ambiente agradable. (D₂,O₁) |
| Mantenimiento y liderazgo en el mercado superando a las otras instituciones. (O ₂) | | |
| Mejoramiento de la posición financiera. (O ₃) | | |
| AMENAZAS | ESTRATEGIAS – FA | ESTRATEGIAS - DA |
| Dificultades Financieras por la utilización de recursos ajenos y altas tasas de interés (A ₁) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Adopción de filosofías para crear mayor sentido de pertenencia de los empleados. (F₃,A₂) ▪ Establecer políticas de descuento atractivas para los clientes (F₃,A₁,A₂) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseñar un programa de servicio al cliente para mantener su lealtad (D₁,D₃,A₂) ▪ Monitorear las necesidades de los clientes mediante el diseño de cuestionarios. (D₃,A₂) |
| El desarrollo e innovación de la competencia (A ₂) | | |
| El ingreso de nuevos competidores. (A ₃) | | |

Cuadro 40: Matriz FODA

4.3.7. ESTRATEGIA EMPRESARIAL GENÉRICA

Basándose en los resultados obtenidos en el Estudio de Mercado, se considera que los aspectos más importantes para los consumidores del sector de la Floresta son: calidad y precio. Con el fin de superar el desempeño de los competidores, se ha decidido utilizar la estrategia de Diferenciación, la misma que permitirá generar un servicio que cumpla con las necesidades de los clientes.

La diferenciación del servicio como estrategia, debido a que el negocio se orienta al cuidado infantil, proporciona la generación de servicios complementarios indispensables para los clientes, para lo que se efectuarán estudios con la finalidad de determinar las necesidades y preferencias de los consumidores, para establecer la posibilidad de incorporar una característica diferente o varias al servicio que incluya los atributos deseados.

Con esta estrategia se puede crear un servicio que sea percibido por los clientes como exclusivo de una manera importante, debido a que se basa fundamentalmente en un servicio excelente de calidad, innovación y capacidad de satisfacer las necesidades intrínsecas de los consumidores. Lo que hará que el servicio merezca la fidelidad del cliente, puesto que los consumidores tienden a apreciar notablemente las características que lo distinguen de sus competidores.

Considerando que con esta estrategia se persigue el establecimiento de los servicios que buscan los padres para sus niños, se los examinará con el objeto de adecuarlos a las necesidades básicas que los clientes requieren.

Para efectuar esta estrategia con resultados favorables, es necesario desarrollar habilidades distintivas que hagan que el servicio sea percibido como exclusivo haciéndose merecedor de la lealtad de los clientes.

4.4. DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

4.4.1. MISIÓN

4.4.1.1. ELEMENTOS DE LA DECLARACIÓN DE LA MISIÓN

| | |
|--|--|
| <i>Negocio:</i> | Centro de Cuidado Infantil |
| <i>Clientes:</i> | Padres de Familia |
| <i>Consumidor Final:</i> | Niños y niñas menores a 12 años |
| <i>Servicio:</i> | Atención y Cuidado Integral |
| <i>Filosofía:</i> | Mantener y mejorar la calidad de vida de los clientes |
| <i>Concepto de sí misma:</i> | Nivel formativo, pedagógico, psicológico y el fortalecimiento del desarrollo emocional y físico del niño |
| <i>Interés por los empleados:</i> | Participación de todos los integrantes del Centro |

4.4.1.2. DECLARACIÓN DE MISIÓN

Brindar el servicio de atención y cuidado integral a los niños y niñas menores de doce años; con un nivel formativo, pedagógico, psicológico y fortaleciendo el desarrollo emocional y físico del niño, utilizando materiales y equipos innovadores y estimulantes para el desarrollo intelectual, con plena participación de todos los integrantes de nuestra empresa para contribuir a mantener y mejorar la calidad de vida de nuestros clientes.

4.4.2. VISIÓN

4.4.2.1. ELEMENTOS DE LA DECLARACIÓN DE LA VISIÓN

| | |
|--|---|
| <i>Horizonte de Tiempo:</i> | Año 2010 |
| <i>Negocio:</i> | Centro de Cuidado Infantil |
| <i>Servicio:</i> | Atención y Cuidado Integral |
| <i>Filosofía:</i> | Ser honestos, responsables brindando un óptimo servicio y alcanzando los objetivos propuestos. |
| <i>Concepto de sí misma:</i> | Excelencia en el servicio |
| <i>Interés por los empleados:</i> | Perfil organizacional y marco legal actualizados. Trabajo en equipo y pensamiento crítico |

4.4.2.2. DECLARACIÓN DE VISIÓN

Ser una organización sólida, eficiente, innovadora, y de prestigio en el sector de Cuidado Infantil para el 2010, en base a la excelencia del servicio. Ser honestos, responsables para brindar un óptimo servicio y alcanzar los objetivos propuestos; con un perfil organizacional y un marco legal actualizados, apoyada en el pensamiento crítico y el trabajo en equipo.

4.4.3. VALORES Y PRINCIPIOS EMPRESARIALES

4.4.3.1. VALORES

4.4.3.1.1. Trabajo En Equipo

El trabajo y atención estarán orientados a cumplir las metas propuestas, todos los funcionarios y empleados deberán estar compenetrados con su accionar diario para evitar fallas que perjudiquen a todo el personal. “Llegar juntos es el principio; mantenerse juntos es el progreso; trabajar juntos es el éxito.”⁶⁹

4.4.3.1.2. Motivación

La empresa retribuirá el esfuerzo de sus trabajadores a través del reconocimiento mediante cursos, capacitación y premios de tal manera que va a comprometer sus mejores esfuerzos en su labor diaria.

4.4.3.1.3. Honestidad

Cada día se encontrará la oportunidad de ser mejor, respetando la Ley, la moral, la salud y nuestro compromiso como empresa. Cuando se trabaja con personas honestas cualquier proyecto se puede realizar y la confianza colectiva se transforma en una fuerza de gran valor.

⁶⁹ Pensamiento. Henry Ford.

4.4.3.1.4. Lealtad

Quienes son leales poseen un alto sentido del compromiso y ello les permite ser constantes en sus afectos y cumplidores de su palabra. “Los caminos de la lealtad son siempre rectos.”⁷⁰ Nadie puede deshonrar o hacer falsas acusaciones de otras personas.

4.4.3.1.5. Puntualidad

Las tareas se las realizarán con cuidado y se mantendrá una diligencia en hacer las cosas a su debido tiempo.

4.4.3.1.6. Limpieza

Este es uno de los más importantes debido a que es el fundamento para un adecuado servicio a nuestros clientes, hay que inculcarlo en todos quienes laboran en la empresa para que cada proceso sea realizado con los mejores niveles de aseo.

4.4.3.1.7. Respeto

El respeto es la base fundamental para una convivencia sana y pacífica entre los miembros de una sociedad, de una empresa o de una institución. Para la creación de un clima organizacional donde todos nos mantengamos a gusto y aceptando la ideología de los demás.

⁷⁰ Pensamiento: Charles Dickens.

4.4.3.1.8. *Compañerismo*

Para que exista humanismo unión y armonía entre todos.

4.4.3.1.9. *Igualdad*

Para no hacer sentir a uno menos que otro, tratando idénticamente a todas las personas, al margen de razas, sexo, y clase social.

4.4.3.2. PRINCIPIOS

4.4.3.2.1. *Laboriosidad*

Para tener un resultado adecuado es indispensable esforzarse y entregar las mejores energías durante el desarrollo de nuestras actividades. Es tan importante el trabajo que de él depende no sólo nuestro sustento económico, sino también nuestra felicidad. Porque la felicidad, como lo entendían los pensadores antiguos reside, más que en la remuneración económica, en la actividad, tanto física como mental, y en su disfrute. “Más se estima lo que con más trabajo se gana”⁷¹

⁷¹ Pensamiento: Aristóteles

4.4.3.2.2. Responsabilidad

Este principio se fundamenta en la capacidad de la empresa para cumplir adecuadamente sus obligaciones frente a los clientes, es decir no dejar de hacer su trabajo bajo ninguna circunstancia.

4.4.3.2.3. Orden

Es indispensable que nos guiemos por la filosofía de un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar, de tal manera que aprovechemos nuestro tiempo y lo dediquemos a mejorar.

4.4.3.2.4. Compromiso

La empresa asume el cuidado de los hijos de los clientes, por lo que su labor se enmarca en la enseñanza y bienestar. Este esta dado por el grado de pertenencia que tienen los empleados en relación con la empresa, lo que hace que el trabajo se realice con dedicación ofreciendo de ésta forma un servicio con mayor grado de excelencia.

4.4.3.2.5. Pro-Actividad

Se refiere a la capacidad que debe poseer el personal para realizar un autocontrol de sus actividades, contribuyendo con los propósitos de calidad de la empresa. Además de brindar apoyo y dar soluciones a los problemas.

4.4.4. OBJETIVOS GLOBALES

4.4.4.1. OBJETIVOS FINANCIEROS

- Obtener los recursos financieros necesarios para el inicio de las operaciones estudiando las diferentes alternativas de financiamiento, al menor costo posible y con las mejores condiciones de pago, con la aspiración de financiar al menos el 70% de la inversión inicial.
- Obtener los máximos beneficios por la inversión realizada. alcanzando un 5% de utilidad operacional sobre las ventas para el primer año de vida.
- Conseguir un 10% de utilidad neta sobre las ventas comenzando desde el segundo año de funcionamiento e incrementarlo y mantenerlo.

4.4.4.2. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Consolidar la imagen y nombre de la empresa en la mente de los clientes durante el primer año de funcionamiento.
- Establecer un ambiente organizacional óptimo por medio de una estructura administrativa sólida, la misma que posibilite la consecución de objetivos y estrategias organizacionales
- Mantener alianzas estratégicas con los proveedores, para conseguir descuentos por las compra de materiales e insumos.

4.4.4.3. OBJETIVOS DE CRECIMIENTO

- Captar el número máximo de inicio de niños para este tipo de empresa e incrementarlo de 30 a 50 niños durante el primer año de vida.
- Incrementar y mantener la cantidad atendida de niños de 50 a 70 durante el segundo año de funcionamiento.
- Ofrecer un servicio diferenciado con la aspiración de generar lealtad en los clientes mediante la modernización de programas educativos.
- Satisfacer las expectativas de los clientes, alcanzando un posicionamiento en el mercado que transforme al negocio como en la primera opción de compra.

4.4.4.4. OBJETIVOS SOCIALES

- Contribuir al desarrollo de la comunidad y del país produciendo fuentes de trabajo.
- Mejorar la calidad de enseñanza en los niños y niñas mediante el aprendizaje con valores y principios.
- Brindar un servicio de cuidado y desarrollo integral para niños y niñas basado en una educación inicial de excelencia.

4.4.5. PLANES DE ACCIÓN

Los planes de acción ofrecerán la mejor alternativa para conseguir los resultados propuestos para la puesta en marcha del proyecto de creación del Centro de Desarrollo Infantil.

| 1. Indicador de Éxito Global: Obtener un espacio físico adecuado | | | | | |
|---|---|---|-----------------------|--|--|
| 1. Estrategias | 2. Tareas | 3. Metas | 4. Responsable | 5. Recursos Necesarios | 6. Limitación |
| Mantener y mejorar tanto las instalaciones como los materiales de estudio para que los niños y padres de familia se sientan en un ambiente agradable. | Elaboración del Estudio Técnico | Conocer los requerimientos específicos del proyecto | Gerente | Suministro y Materiales de oficina \$100 | |
| | Búsqueda de la mejor alternativa de local para el funcionamiento del Centro | Localizar el sitio con ubicación preferente | Gerente | Materiales, movilización \$200 | Falta de locales con una buena ubicación |
| | Adecuación del Local Comercial. | Transformar el local forjándolo adecuado para niños | Gerente | Materiales de construcción y Honorarios de arquitecto y personal de construcción \$3200 | Ampliación del plazo previsto para la adecuación del local |
| | | | | | Costo Aproximado: \$3.060 |
| Fuente: Serna Gómez Humberto. Planeación y Gestión Estratégica. | | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | | |

| 1. Indicador de Éxito Global: Contar con un personal especializado | | | | | |
|--|---|--|-----------------------|---|---|
| 2. Estrategias | 3. Tareas | 4. Metas | 5. Responsable | 6. Recursos Necesarios | 7. Limitación |
| Diseñar programas para el desarrollo del Recurso Humano | Reclutar y seleccionar al personal idóneo | Contar con el personal calificado y capacitado para el trabajo | Gerente | Anuncios en la prensa \$100 | Falta de Liquidez |
| Adopción de filosofías para crear mayor sentido de pertenencia de los empleados. | Sueldos justos. | Retribuir al trabajo prestado | Director | Cheques y roles de pago Sueldos establecidos por el Ministerio de Trabajo. | Inconformidad con el sueldo. |
| | Capacitación continua | Mejorar la atención del personal | Director | Personal de Capacitación \$500 | Falta de recursos financieros para la capacitación Falta de alianzas estratégicas con los organismos encargados. |
| | | | | | Costo Aproximado: \$600 |
| Fuente: Serna Gómez Humberto. Planeación y Gestión Estratégica. | | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | | |

| 1. Indicador de Éxito Global: Puesta en Marcha del Centro | | | | | |
|--|---|---|----------------|---|--|
| 2. Estrategias | 3. Tareas | 4. Metas | 5. Responsable | 6. Recursos Necesarios | 7. Limitación |
| Promocionar los servicios a brindar | Contratación y elaboración de publicidad | Dar a conocer al Centro | Gerente | Campaña publicitaria \$1.068,00 | Falta de Liquidez |
| Diversificar los servicios acorde con las necesidades del cliente. | Compra de uniformes | Identificar al personal y alumnado | Secretaria | Suministros y Materiales de Oficina. Cotizaciones de Uniformes \$490,00 | Inconformidad con el sueldo. |
| Establecer políticas de descuento atractiva para los clientes | Contratación de Seguro | Mejorar la atención del personal | Gerente | Aseguradora \$800 | Falta de recursos financieros para asegurar al personal. |
| | Preparación de la documentación necesaria para cumplir con los requisitos legales | Cumplir con los requisitos previstos por la ley | Gerente | Documentación legal \$302,05 | Falta de Liquidez Falta de documentos requeridos. |
| | | | | | Costo Aproximado: \$2.660,05 |
| Fuente: Serna Gómez Humberto. Planeación y Gestión Estratégica. | | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | | |

CAPÍTULO V

PLAN DE MARKETING

5.1. ANÁLISIS DEL MERCADO

5.1.1. DESCRIPCIÓN DE LA INDUSTRIA

5.1.1.1. MERCADO DE LA EMPRESA

El servicio estará dirigido para madres y padres de familia que trabajan, estudian o realizan sus actividades diarias principalmente en el sector de La Floresta, área que se caracteriza por la concentración de un alto número de oficinas, así como universidades, escuelas y colegios, constituyéndose en un segmento viable para la prestación del servicio e incrementando las posibilidades de tener clientes potenciales.

En cifras presentadas por la Unidad de Estudio del Distrito Metropolitano se revela que aproximadamente el 93% de la población del Sector se encuentra en capacidad de consumo, el 49% conforman la Población Económicamente Activa con una tasa global de participación laboral del 58.1%, construyendo al sector como un mercado atractivo para el ingreso de una nueva empresa, en éste caso específicamente para un Centro de Cuidado Infantil, puesto que las personas que realicen sus actividades cotidianas no dispondrán del tiempo necesario para sus niños.

5.1.1.2. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

Se considera a las personas que trabajan y que por falta de tiempo se ven en la necesidad de adquirir un servicio de cuidado infantil para sus niños. Según la Estudio de Mercado realizada, se pudo determinar que el mercado objetivo esta comprendido por aquellas personas con edades entre 20 y 40 años, en donde la mayoría se dedica a actividades laborales dentro el sector de La Floresta.

El mercado objetivo son los padres de familia que residen, laboran o estudian en el sector de La Floresta y que a su vez tienen hijos menores a 12 años, quienes no pueden ocuparse del tiempo necesario para el cuidado de sus hijos, durante una jornada específica.

En el sector en el que la empresa se va a desenvolver existen otras empresas que ofrecen un servicio similar, las mismas se mencionan a continuación el cuadro N° 41:

| CENTROS DE DESARROLLO INFANTIL UBICADOS EN EL SECTOR DE LA FLORESTA | |
|--|------------------------|
| NOMBRE | NIÑOS ATENDIDOS |
| Bear Hugs | 50 |
| Le Pierrot Atelier | 50 |
| Magreb | 20 |
| Popeyes | 26 |
| Arco Iris Del Saber | 40 |
| Total | 186 |
| Fuente: Ministerio de Bienestar Social - Departamento de Desarrollo Infantil | |

Cuadro 41: Centros De Cuidado Infantil En El Sector De La Floresta

5.1.1.3. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

“Servicio de Cuidado Infantil para personas con hijos menores de 12 años en el sector de La Floresta; a través de una atención de excelencia.”

5.1.1.4. DESCRIPCIÓN DE LOS RANGOS DE PRECIOS PROMEDIOS DEL SECTOR

Los precios de los servicios brindados por los centros de desarrollo infantil fluctúan desde \$85,00 hasta \$666,00 para la atención a medio tiempo; \$95,00 hasta \$100,00 para la atención a tiempo parcial; y \$105,00 hasta \$741 para la atención a tiempo completo. Estos precios incluyen los valores de la matrícula e inscripción, la pensión por horario, uniforme, seguro, lunch, transporte y almuerzo.

Los precios promedios por horario de atención con el total de rubros se aprecia en la siguiente tabla:

| PRECIOS PROMEDIOS DE LA COMPETENCIA | | | | | | |
|--|-----------|--------------------|-----------|-----------|---------------------|-----------|
| TOTAL | BEAR HUGS | LE PIERROT ATELIER | MAGREB | POPEYES | ARCO IRIS DEL SABER | Promedio |
| Medio Tiempo | \$ 250,00 | \$ 666,00 | \$ 85,00 | \$ 141,50 | \$ 85,00 | \$ 245,50 |
| Tiempo Parcial | | | \$ 100,00 | | \$ 95,00 | \$ 97,50 |
| Tiempo Completo | \$ 280,00 | \$ 741,00 | \$ 125,00 | \$ 156,50 | \$ 105,00 | \$ 281,50 |
| Fuente: Ministerio de Bienestar Social | | | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | | | |

Tabla 13: Precios Promedios De Centros Infantiles Ubicados En El Sector De La Floresta

5.1.1.5. DESCRIPCIÓN DE POLÍTICAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN EN EL SECTOR

Con la finalidad de conocer las formas de publicidad utilizadas por los centros ubicados en el sector se toma como base la pregunta 7.1 de la encuesta: *¿Mediante qué forma conoció usted el Centro de Cuidado Infantil?* De todas las personas encuestadas que sí tienen hijos menores de 12 años y que sí han contratado un servicio de cuidado infantil, en un 15% cada una respondió que conocieron al centro mediante recomendación de otra persona y visita personal; en un 3% por medio de vallas de publicidad, o asistencia del trabajo o de las escuelas, un 2% buscó los centros en las páginas amarillas y el 1% en anuncios publicados en la prensa.

Las formas de publicidad de los centros infantiles se aprecian en el siguiente gráfico:

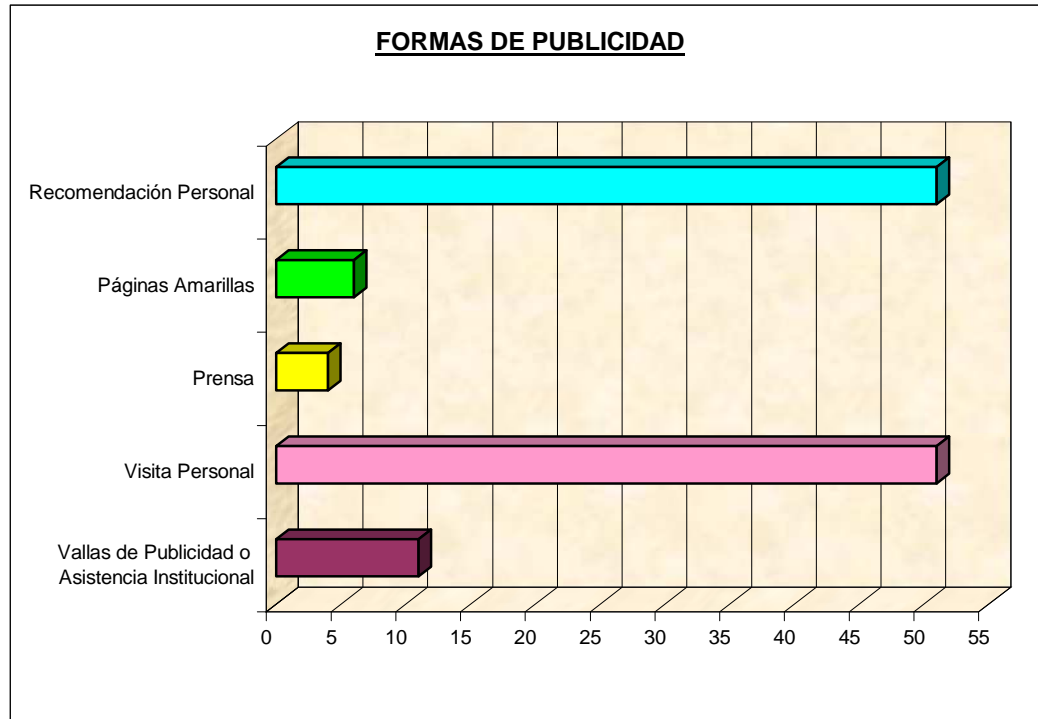


Gráfico 30: Formas de Publicidad

Dando a conocer que la mayoría de las personas que recibieron una atención agradable recomendaron el centro al que sus hijos asistían y que la atención brindada por el personal fue lo más llamativo para llevar a los niños a un Centro Infantil.

Por información proporcionada por el Ministerio de Bienestar Social se sabe que en algunos casos, ciertos centros reparten trípticos y hojas volantes como forma de publicidad.

5.1.2. PARTICIPACIÓN DE MERCADO

Según los datos presentados por el INEC en su encuesta Condiciones de Vida las guarderías o centros infantiles ocupan el tercer lugar a nivel nacional como cuidado infantil proporcionado hacia un niño como se puede apreciar en el siguiente gráfico:

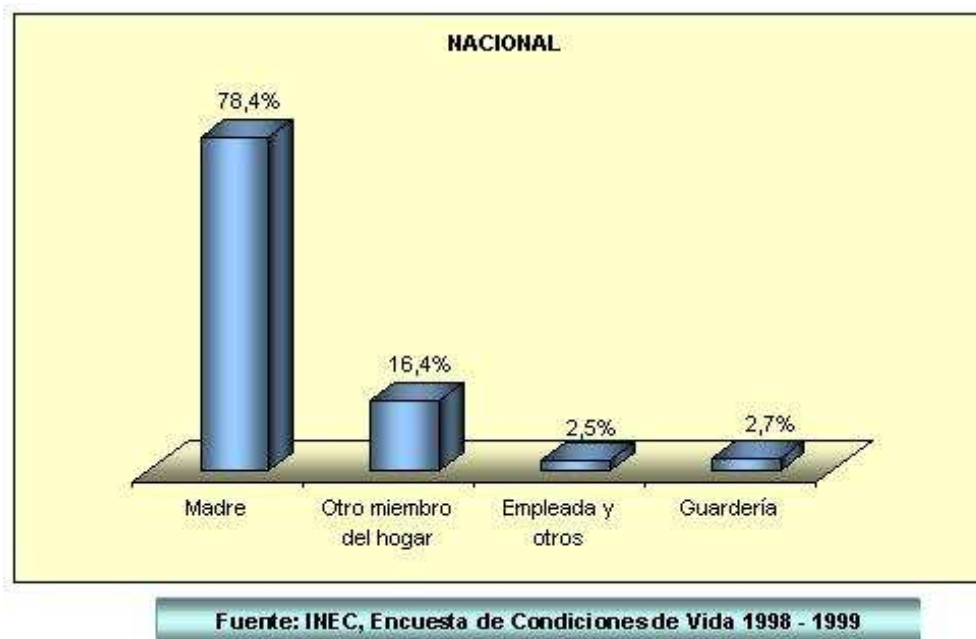


Gráfico 31: Participación En El Mercado De Los Centros Infantiles A Nivel Nacional

La misma relación se ha obtenido a través del Estudio de Mercado, la misma que a través de la encuesta proporcionó los tipos de cuidado infantil brindados a un niño en la cual las guarderías ocupan un tercer lugar. Lo que demuestra que tanto a nivel nacional como a nivel sectorizado el cuidado que predomina es el cuidado materno, sin embargo debido a la situación económica cada vez más madres se ven la necesidad de acudir a los centros infantiles como alternativa para el cuidado de sus niños mientras ellas buscan trabajo para ayudar al sustento de la familia.

Los tipos de cuidado infantil se aprecian en el siguiente gráfico:

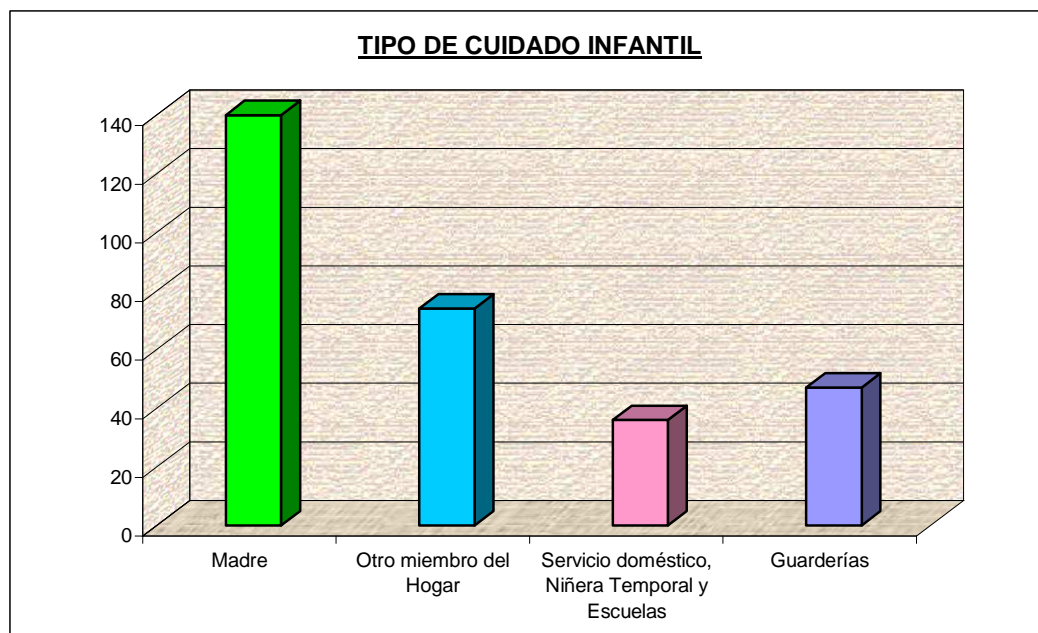


Gráfico 32: Participación En El Mercado De Los Centros Infantiles En La Floresta

Esto indica que el servicio con respecto al cuidado infantil esta creciendo lentamente, o tiene una reducida participación en el mercado, por lo que para ingresar a este mercado se debería realizar campañas publicitarias para captar los primeros clientes y a ellos brindarles una atención con la que se encuentren satisfechos con el servicio para que la empresa sea objeto de recomendación.

5.1.3. PERFIL DEL CONSUMIDOR

Dentro de las características que se espera posean los clientes potenciales están:

- Las personas que pertenecen a la clase media de este sector, cuya capacidad de compra es relativamente aceptable.
- Nivel de instrucción: En promedio, Superior.
- Trabajen a tiempo completo.
- No dispongan de tiempo suficiente para el cuidado de sus niños.
- Los niños y niñas que se encuentran bajo el cuidado de familiares cercanos, servicio doméstico y niñeras temporales.
- Los niños y niñas en edad escolar que en la tarde no tengan el cuidado adecuado
- Los padres que no están satisfechos con el cuidado y atención de sus niños

La perspectiva que se tiene es que todos los clientes que se capten sean permanentes.

5.1.4. TENDENCIAS DE LA DEMANDA Y PRONÓSTICOS

De acuerdo al crecimiento demográfico, la población del Distrito se ha incrementado en un 9% aproximadamente desde el censo realizado en el año de 2001⁷² manteniendo así su tendencia progresiva de incremento.

La tendencia del mercado es creciente, ya que la mayoría de las personas encuestadas afirman que estarían dispuestos a contratar este tipo de servicio debido a las diversas dificultades que existen para encontrar un servicio de cuidado infantil conveniente.

⁷² Fuente: Datos Tomados de la proyección realizada por La Unidad de Estudios del Municipio.

En el estudio de mercado se realizó la proyección de la demanda con la finalidad de conocer la cantidad de niños que se encontrarán en edades para asistir a un Centro Infantil obteniendo como resultado que la tendencia del mercado es lineal y creciente, razón por la cual la empresa dispone de una ventaja para el ingreso en el mercado.

5.2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Para definir el mercado objetivo se deben establecer los siguientes parámetros que identifican de mejor manera el mercado al que vamos a atender:

Geográficos

| | |
|------------|-------------|
| Región: | Sierra. |
| Provincia: | Pichincha. |
| Ciudad: | Quito. |
| Zona: | Urbana |
| Ubicación: | La Floresta |
| Clima: | Templado |

Demográficos

| | |
|----------------------------|---|
| Edad: | Comprendida entre 20 y 40 años |
| Género: | Sin género dominante |
| Ciclo de la vida familiar: | Con hijos menores de 12 años de edad |
| Clase Social | Media, media alta |
| Escolaridad | En promedio Superior |
| Ocupación | Empleado privado, público e independiente |

Sectorial

| | |
|-----------------------------------|-------------------|
| Sector de la Actividad Económica: | Educación Inicial |
|-----------------------------------|-------------------|

Psicológicos

| | |
|----------------|---------------------------------------|
| Personalidad | Trabajador |
| Estilo de Vida | Actividad laboral a tiempo completo |
| Valores | Necesidad de Seguridad para sus hijos |

Conductuales

| | |
|----------------------|---|
| Beneficios deseados: | Servicio proporcionado sea excelente a un costo aceptable |
| Tasas de uso: | Usuario, No usuario, Usuario Potencial |

5.3. ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS DE MERCADEO

Los objetivos de mercadeo plantearán la búsqueda de los resultados esperados por la empresa para la obtención de los recursos necesarios para su subsistencia y permanencia en el mercado

- En base a los resultados obtenidos en la Estudio de Mercado. Capítulo III, se considera que es posible posicionar a la empresa dentro del segmento de mercado durante los dos primeros años de labor en la ciudad de Quito como la primera opción de servicio de los consumidores y captar el 19% de clientes que requieren del cuidado infantil para sus niños para el año 2009.
- Conocer el nivel de satisfacción de los padres de los niños referente al servicio recibido en forma sistemática, ordenada y periódica con el propósito de orientar las labores hacia el mejoramiento y mantenimiento de la calidad del servicio. Esto se aplicará mediante la realización de un cuestionario trimestralmente.
- Ilustrar a los clientes que la empresa cumple a cabalidad y sigue los lineamientos de los programas de trabajo establecidos por el Ministerio de Bienestar Social para proyectar una imagen corporativa formal de un centro que trabaja con valores, ética y calidad.

5.4. FORMULACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE LA MEZCLA DE MERCADEO

5.4.1. ESTRATEGIA DE PRODUCTO

El servicio que se pone a disposición de los clientes en el mercado en síntesis es: Cuidado Infantil para niños y niñas menores de 12 años

Los servicios que el centro brindará contarán con una instrucción de excelente cuidado, comprensión, seguridad, amabilidad y afectividad a cargo de personal especializado.

Consecuentemente los servicios brindados por el centro cumplirán con las principales características que las personas encuestadas demandan conseguir que son: Atención de un personal capacitado y especializado, conjuntamente Referirse a un plan de aprendizaje integral y especial.

5.4.1.1. POSICIONAMIENTO DEL SERVICIO

De acuerdo a resultados obtenidos de la Estudio de Mercado realizada a las personas residentes y que laboran en el sector de La Floresta, se determinó que al momento de contratar un servicio de cuidado infantil toman en consideración dos aspectos importantes como la atención por parte de un personal capacitado y especializado, y que se apegue a un plan de aprendizaje integral y especial; razón por la cual la estrategia más adecuada a utilizar es la de posicionamiento en relación con un atributo.

El posicionamiento de la empresa en el segmento de mercado, se basará en ofrecer a los clientes un servicio que cumpla sus aspiraciones.

Esto conllevará a proporcionarle al cliente un servicio que no solo satisfaga sus necesidades a cabalidad, sino que adicionalmente complazca también sus necesidades intrínsecas

5.4.1.2. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

Las empresas dedicadas a brindar servicios se enfrentan a elecciones concernientes al servicio que deben ofrecer y a los procedimientos operacionales que deben emplear para crearlos.

Razón por la cual el centro utilizará las siguientes estrategias para la identificación del servicio a ofrecer.

5.4.1.2.1. Marca

Para que el cliente identifique al centro como un sitio formal y serio en el cual se brinde un servicio de excelencia, la marca a utilizarse es CEDIG, siglas que representan: Centro de Desarrollo Infantil Integral y Guardería, de tal manera que se sienta confianza, tranquilidad y seguridad de poner en manos del centro el cuidado de sus niños en una empresa sociable, seria, y legalmente constituida.

El nombre de la marca cumple con las siguientes reglas importantes:

- Es fácil de pronunciar, deletrear y leer.
- Es fácil de reconocer y recordar.
- Es un nombre corto y sencillo.
- Es inconfundible.

Estas características ayudan al cliente a identificar el producto y a posicionar el nombre y prestigio de la empresa en el mercado.

5.4.1.2.2. *Logotipo De La Marca*

El logotipo forma la parte gráfica de la marca, el mismo se puede apreciar en la ilustración siguiente:



Ilustración 1: Logotipo de la Empresa

5.4.1.2.3. *Slogan De La Marca*

El eslogan por medio del cual la empresa se conducirá a la mente del consumidor será:

"EL APRENDIZAJE DEL MAÑANA"

Ilustración 2: Eslogan de la Empresa

5.4.2. ESTRATEGIA DE PRECIO

La política de fijación de precio se establecerá a manera puntual y responsable, la misma que deberá ser un fundamento para la consecución de los objetivos planteados por la empresa.

Los precios promedio de los centros competencia en el sector oscilan desde \$95,00 el mínimo hasta \$703,50 el máximo, como se indica en la siguiente tabla:

| PRECIOS PROMEDIOS | |
|--|------------------|
| COMPETENCIA | PRECIO |
| Bear Hugs | \$ 265,00 |
| Le Pierrot Atelier | \$ 703,50 |
| Magreb | \$ 103,33 |
| Popeyes | \$ 149,00 |
| Arco Iris Del Saber | \$ 95,00 |
| Promedio | \$ 263,17 |
| Mínimo | \$ 95,00 |
| Máximo | \$ 703,50 |
| Fuente: Ministerio de Bienestar Social | |
| Elaboración: Karina Navarrete | |

Tabla 14: Precios Promedios Del Sector

Debido a los distintos factores que interviene en la fijación de precios y debido a los precios promedios del sector, los precios del Centro Infantil se presentan en la siguiente tabla:

| TABLA DE PRECIOS | |
|-------------------------|--------------|
| Descripción | Valor |
| Inscripción y matrícula | \$120,00 |
| Pensión medio tiempo | \$130,00 |
| Pensión tiempo completo | \$150,00 |
| Uniforme | \$20,00 |
| Seguro | \$25,00 |

Tabla 15: Precios Establecidos Para el Centro Infantil

5.4.3. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

“El canal de distribución lo constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí que hacen llegar los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios finales”⁷³. En este caso específico es el servicio a brindar en el centro de cuidado infantil a los niños y niñas, hijos de los padres de familia.

5.4.3.1. FUNCIONES DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Un canal de distribución cuenta con dos funciones básicas, las mismas que se describen a continuación:

5.4.3.1.1. Beneficio del lugar

El producto, en este caso específico el Centro Infantil, se lo llevará cerca del cliente, en el sector de La Floresta, para que los clientes que residen, trabajan y estudian en éste sector no tengan que recorrer grandes distancias para obtenerlo y así satisfacer su necesidad de protección, seguridad y cuidado de sus niños mientras realizan sus labores cotidianas.

5.4.3.1.2. Beneficio de tiempo

Consecuentemente con la primera función, ésta brinda al cliente la ventaja de ofrecer el producto al momento más oportuno, en este caso los horarios de atención a manejarse comenzarán desde las 07:00 y terminarán a las 17:00.

⁷³ FISCHER Laura, ESPEJO Jorge; *Mercadotecnia*; Ed. Mc Graw Hill; México; Tercera Edición; 2004; Pág. 344.

5.4.3.2. DISEÑO DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Cada empresa aplica un diferente tipo de canal de distribución, razón por la cual el diseño del mismo se presenta como una problemática para las en vía de constitución y para aquellas que se encuentran ya establecidas en el mercado.

Debido a la naturaleza intangible del producto que se brinda, la actividad de venta requiere un canal directo entre los creadores del servicio a ofrecer y los consumidores. En la siguiente ilustración se describe el canal de distribución para un Centro Infantil:

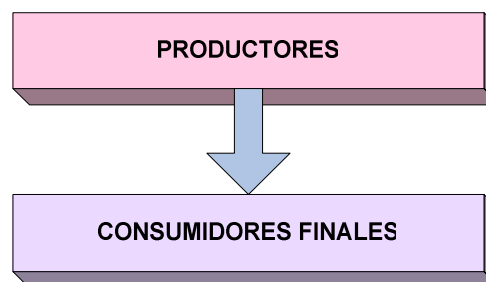


Ilustración 3: Canal De Distribución

5.4.4. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Para la realización de la estrategia promocional, la misma que promoció al servicio se ha tomado como herramienta base la publicidad.

“Publicidad es aquella actividad que utiliza una serie de técnicas creativas para diseñar comunicaciones persuasivas e identificables, transmitidas a través de los diferentes medios de comunicación, pagada por un patrocinador y dirigida a una persona o grupo con el fin de desarrollar la demanda de un producto, servicio o idea” ⁷⁴

⁷⁴ FISCHER Laura, ESPEJO Jorge; *Mercadotecnia*; Ed. Mc Graw Hill; México; Tercera Edición; 2004; Pág. 344.

La comunicación presentará al servicio mediante la elaboración de una campaña publicitaria, la misma que instituirá un impacto positivo en los clientes potenciales y generará las ventas esperadas.

5.4.4.1. MEZCLA PROMOCIONAL

5.4.4.1.1. Trípticos

A través de este medio publicitario se destacará los principales aspectos como lo son la excelencia del cuidado y enseñanza, destacando además que es un servicio proyectado con afecto y respeto hacia los niños y niñas de un centro especialista en el cuidado integral

Para llevar a cabo la propuesta del servicio que brinda el centro, a la visita de los padres hacia el mismo, se llevará a cabo la entrega de lo trípticos.

5.4.4.1.2. Hojas Volantes

El contenido de las hojas volantes será una síntesis de los trípticos. Para la realización de la campaña mediante este medio se repartirá las hojas en el sector

5.4.4.1.3. Rótulo de Publicidad

Se colocará un rótulo en el inmueble para el anuncio del centro con la finalidad incrementar el campo de trabajo y atraer más clientes.

5.4.4.1.4. *Tarjetas de Presentación*

Las tarjetas de presentación se utilizarán con el propósito de entrega a los posibles clientes que acudan al centro en busca de información.

5.4.4.1.5. *Cuñas Radiales*

Dentro de la campaña publicitaria se utilizará cuñas radiales en las cuales se anuncie al centro, sus servicios a brindar y beneficios. Radio Visión, en dónde se realizará los anuncios publicitarios, realizará las cuñas publicitarias una vez al año, en el periodo de vacaciones, con una presentación, despedida, 2 menciones y 3 cuñas diarias, los días Sábado y Domingo en horario de 10:00 a 12:00, en el programa “La Propuesta de Ovidio”.

5.4.4.2. **PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD**

Los valores a cancelarse para la publicidad en la cual el centro incurrirá para dar inicio a sus operaciones y captar clientes, se detallan en el siguiente cuadro:

| PUBLICIDAD | | |
|-------------------------------------|-----------------|-------------------|
| Tipo | Cantidad | Valor |
| Trípticos | 1000 | \$160,00 |
| Hojas volantes | 1000 | 100,00 |
| Tarjetas de Presentación | 100 | 8,00 |
| Rótulo | 1 | 150,00 |
| Cuñas Radiales | 24 | 650,00 |
| Total | | \$1.068,00 |
| Fuente: Imprenta C&C, Radio Visión. | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

CAPÍTULO VI

ESTUDIO TÉCNICO

6.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El propósito de la localización es establecer la óptima localidad en la cual se fundaría el Centro de Desarrollo Infantil. Para ello, se desarrolla el estudio de la macro y micro localización.

6.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN

La localización del presente proyecto a nivel macro es en la Provincia de Pichincha, específicamente el Centro Infantil estará ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito, sector La Floresta.

Se escogió la ciudad de Quito por el hecho de ser la ciudad capital en la que se desarrolla el estudio y donde se encuentra la residencia y trabajo de los potenciales clientes.

En el sector de La Floresta, lugar de establecimiento del proyecto, se concentran un número de empresas y negocios, en los cuales laboran padres con hijos que requieren asistencia y cuidado infantil durante la jornada de trabajo. Asimismo el sector concentra varias instituciones educativas con niveles desde pre-primario hasta medio a dónde asisten niños durante la jornada escolar, los mismos que requieren cuidado durante el tiempo de salida de los mismos y hasta la llegada de sus padres al hogar.

6.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN

La localización a nivel micro del proyecto describe las características necesarias para el desarrollo del mismo, es necesario enumerar y analizar los factores de mayor importancia, los mismos que agregan valor y ayudan a la determinación de la localización óptima del proyecto.

6.1.2.1. SELECCIÓN DEL EMPLAZAMIENTO ÓPTIMO

El método a utilizarse para determinar la localización óptima en la cual se situará el Centro Infantil, es el Método Cualitativo Por Puntos, el mismo que consiste en la asignación de valores a factores relevantes para la localización.

Los factores relevantes a analizarse para la micro localización son los siguientes, a los mismos se les asignará un valor numérico que representa el peso en función de su importancia⁷⁵:

| | |
|--------------------|------|
| ▪ Tamaño del local | 0,42 |
| ▪ Costo del local | 0,25 |
| ▪ Espacios verdes | 0,08 |
| ▪ Seguridad. | 0,25 |

Seguidamente se procede a la calificación de cada lugar asignando una escala, en este caso será del 1 al 10 dependiendo de su influencia para la localización.

⁷⁵ Anexo 3: Estudio Técnico - Matriz de Holmes para la Micro localización.

Inmediatamente se procede a la calificación de cada lugar estratégico de acuerdo a la escala mencionada y a multiplicar este valor por el peso correspondiente a cada factor.

Los valores obtenidos se suman, obteniendo un resultado para cada sitio. Cada resultado de cada sitio se compara y se procede a escoger el sitio que presente el mayor puntaje.

A continuación se presenta la tabla de precios de cada uno de los sitios posibles para la localización:

| POSIBLES LOCALES | |
|---|--------------|
| Sitios | Costo |
| 1. Pontevedra N24-25 430m ² , 5 baños, teléfono, garaje, 8 habitaciones, 2 patios, guardianía 24 horas Teléfono 2897207 | \$1.000,00 |
| 2. Julio Zaldumbide N24-554 300m ² , 3 baños, teléfono, garaje, 5 habitaciones, 2 patios, guardianía 24 horas Teléfono 2462140 | \$800,00 |
| 3. Lugo E22-64 350m ² , 3 baños, sin teléfono, garaje, 5 habitaciones, 1 patio. | \$800,00 |

Tabla 16: Sitios Posibles de Ubicación

El siguiente paso es elaborar la matriz de ponderación, en la misma que se sitúan las variables descritas y los posibles locales para de esta manera escoger el sitio de mayor puntuación ponderada.

6.1.2.2. MATRIZ DE PONDERACIÓN DE LA MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

6.1.2.2.1. Método Cualitativo Por Puntos

| FACTOR RELEVANTE | PESO ASIGNADO | SITIO 1 | | SITIO 2 | | SITIO 3 | |
|--|---------------|---------------|-------------------------|---------------|-------------------------|---------------|-------------------------|
| | | Calificación. | Calificación. Ponderada | Calificación. | Calificación. Ponderada | Calificación. | Calificación. Ponderada |
| Tamaño del local | 0,42 | 8,00 | 3,33 | 7,00 | 2,92 | 6,00 | 2,50 |
| Costo del local | 0,25 | 8,00 | 2,00 | 8,00 | 2,00 | 7,00 | 1,75 |
| Espacios verdes | 0,08 | 6,00 | 0,50 | 6,00 | 0,50 | 6,00 | 0,50 |
| Seguridad. | 0,25 | 7,00 | 1,70 | 6,00 | 1,50 | 6,00 | 1,50 |
| Total | 1,00 | | 7,58 | | 6,92 | | 6,25 |
| Fuente: Vaca Urbina Gabriel. Evaluación de Proyectos | | | | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | | | | |

Tabla 17: Matriz de Micro Localización

La tabla resumen de la Matriz de Micro Localización, muestra cada uno de los sitios a escoger, los mismos que obtuvieron una ponderación basada en los factores establecidos con anterioridad.

El sitio que con mayor puntaje en relación con su ubicación, precio, seguridad, tamaño e infraestructura escogido para el funcionamiento del Centro Infantil, es el lugar seleccionado para el funcionamiento del Centro. Dicho sitio es aquel que se encuentra ubicado en la calle Pontevedra N24-25.

Entre las principales razones para esta decisión están el tamaño de la planta, su infraestructura interior, que cuenta con amplios espacios verdes; la proximidad de la guardianía, que brinda seguridad a los clientes; y a que su ubicación es conveniente con respecto a las demás calles del sector.

De la misma manera, se puede destacar que tiene la superficie necesaria como es de 430m²; para el establecimiento vasto del centro, puesto que es necesario considerar que debido a los requerimientos de la distribución de las aulas con sus respectivos materiales, se requiere espacio suficientemente extenso para ubicar los mismos sin que se estropeen, y se goce de libertad de movimiento para el trabajo, de tal manera que sean correctamente distribuidos.

Al mismo tiempo el sitio escogido, se ubica interna y centralmente en el segmento de mercado, de esta manera brinda a los clientes facilidad de acceso al momento de dejada y recogida de sus niños,

Adicionalmente se puede destacar que al ubicarse en una de las calles centrales y transitadas del sector, este punto se constituye en un lugar beneficioso para que el centro disponga de un anuncio publicitario que atraiga clientes.

6.2. SELECCIÓN Y DETERMINACIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO

El proceso productivo es el procedimiento técnico utilizado para transformar la materia prima en bienes de consumo, en este caso al tratarse de de un servicio el proceso productivo se disgrega en cuatro procesos principales, los mismos que a su vez se despliegan en subprocesos que se detallan a continuación:

1. Captación de Clientes.
2. Evaluación de Clientes
3. Servicio de Educación Inicial
4. Evaluación del Servicio

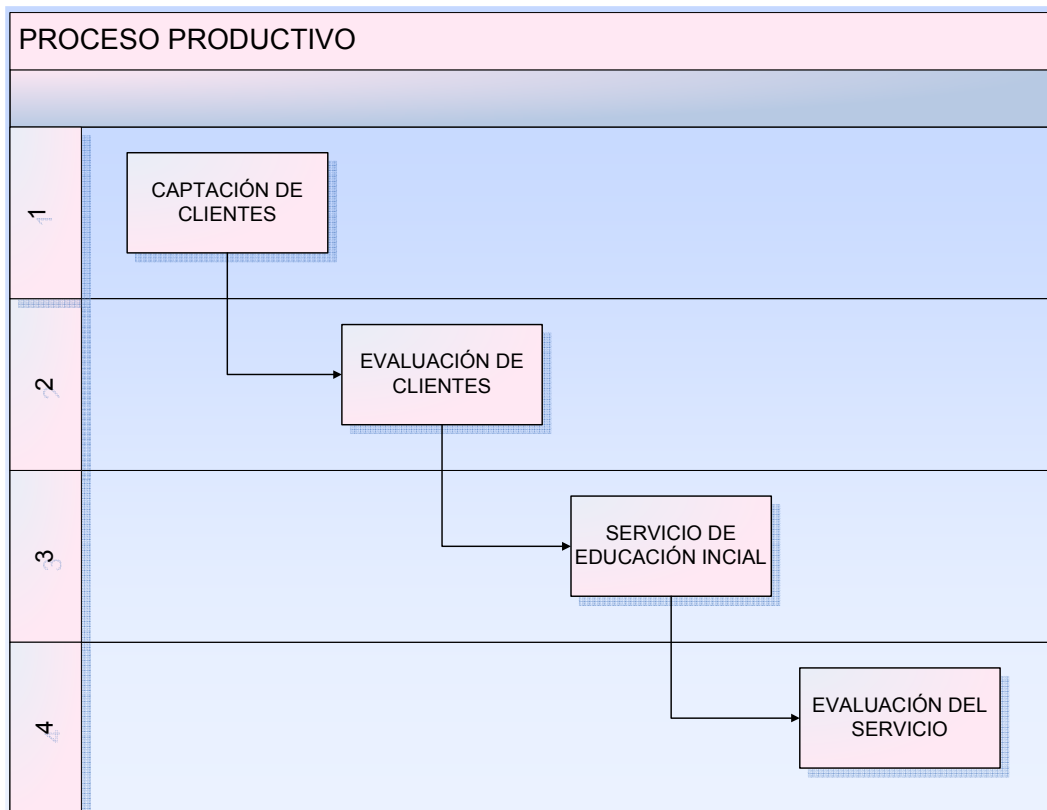


Figura 6: Proceso Productivo Del Servicio

6.2.1. CAPTACIÓN DE CLIENTES

Al primer proceso se lo denomina captación de clientes, el mismo consiste en la publicidad que realizada para dar a conocer y destacar al Centro Infantil, poniendo énfasis en: diseño y promoción.

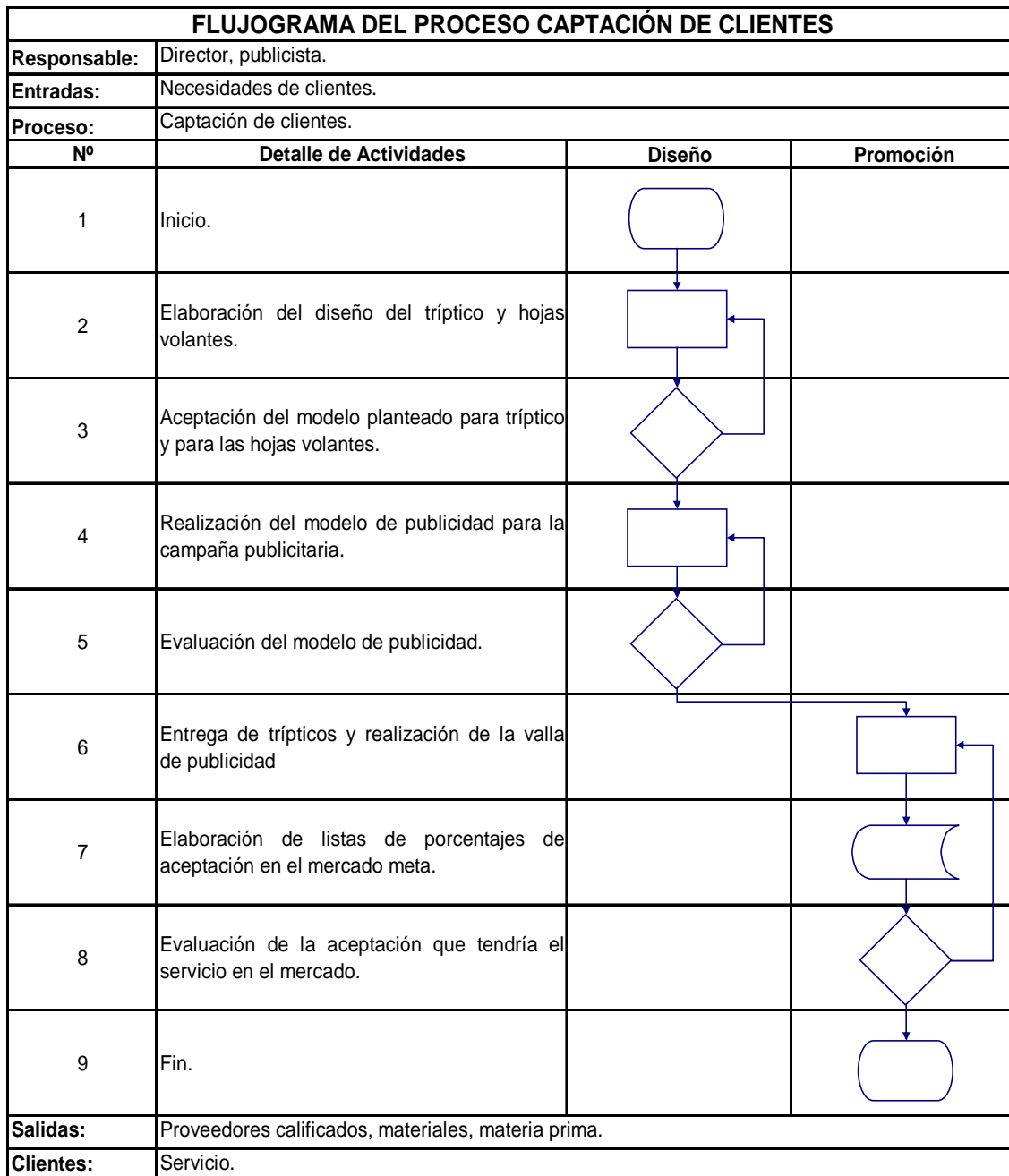


Figura 7: Flujo grama Del Proceso Captación de Clientes

6.2.2. EVALUACIÓN DE CLIENTES

Al segundo proceso se lo denomina evaluación de clientes, el mismo hace referencia al proceso de: inscripciones, estudio de caso y matrículas

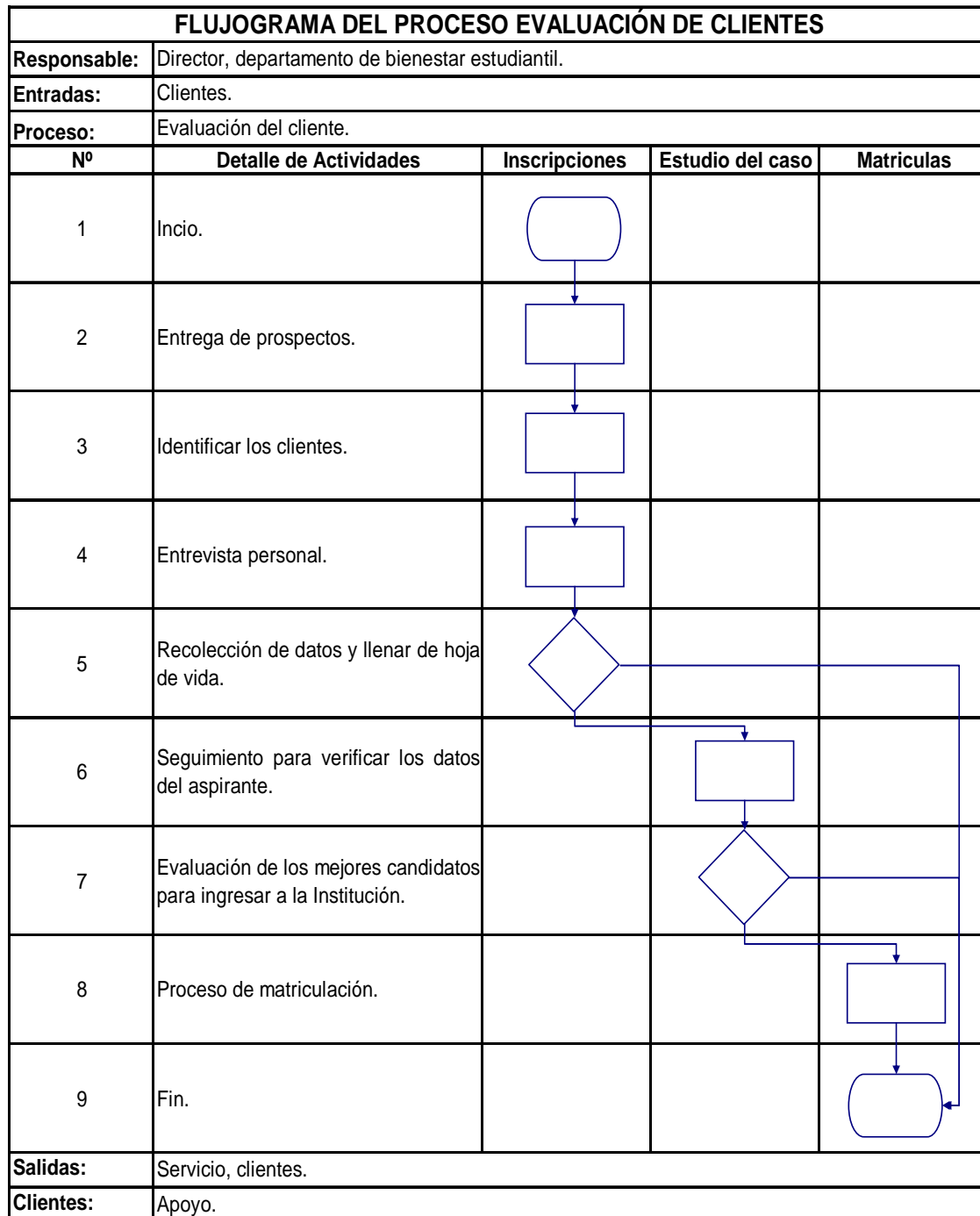


Figura 8: Flujo grama Del Proceso Evaluación de Clientes

6.2.3. SERVICIO DE EDUCACIÓN INICIAL

El tercer proceso denominado servicio de educación inicial consiste en determinar la distribución por grupos y responsables, adaptación y ejecución.

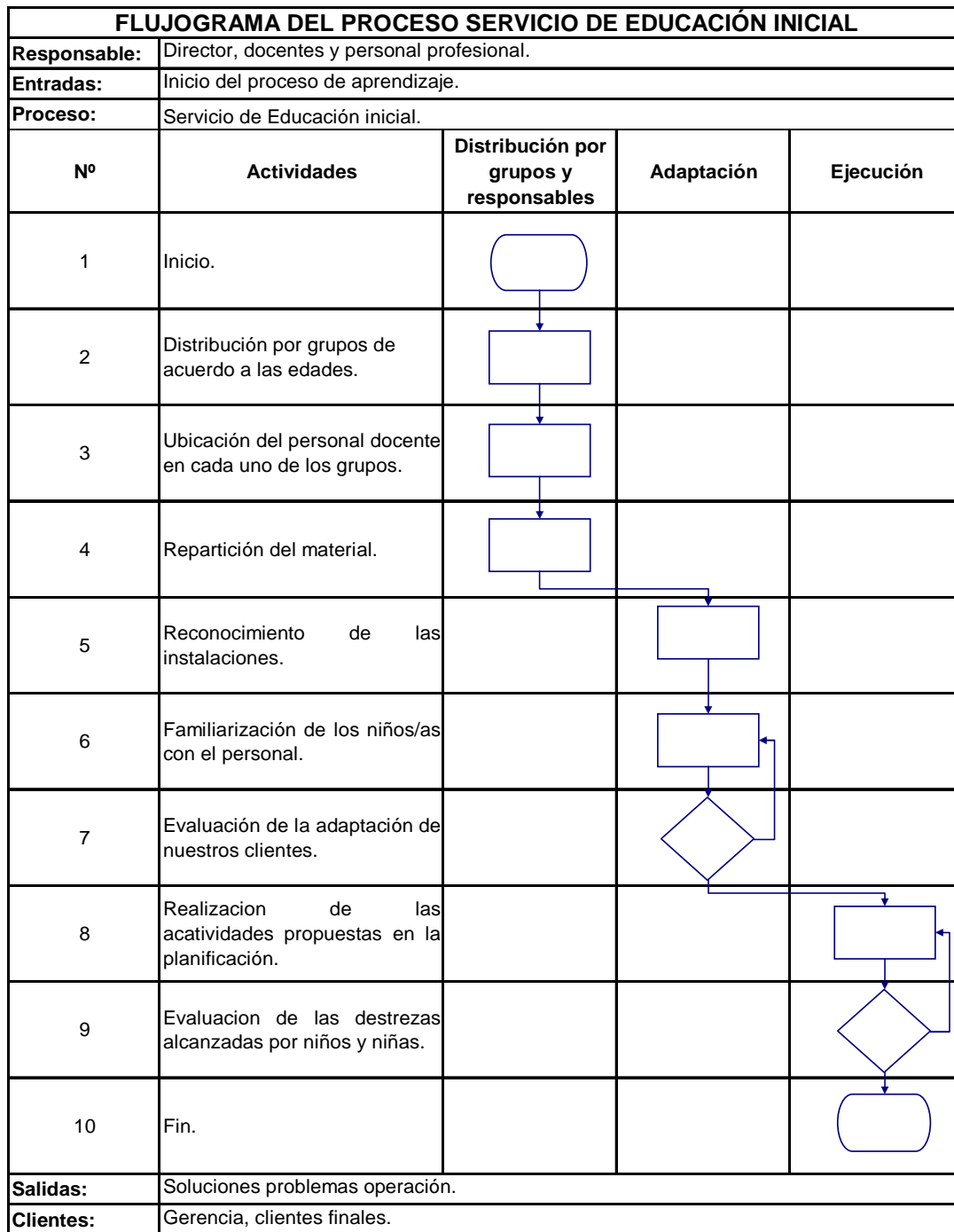


Figura 9: Flujo grama Del Proceso Servicio De Educación Inicial

6.2.4. EVALUACIÓN DEL SERVICIO

El cuarto y último proceso hace refiere a determinación de destrezas obtenidas por parte de los niños y niñas, y evaluación del desempeño del personal.

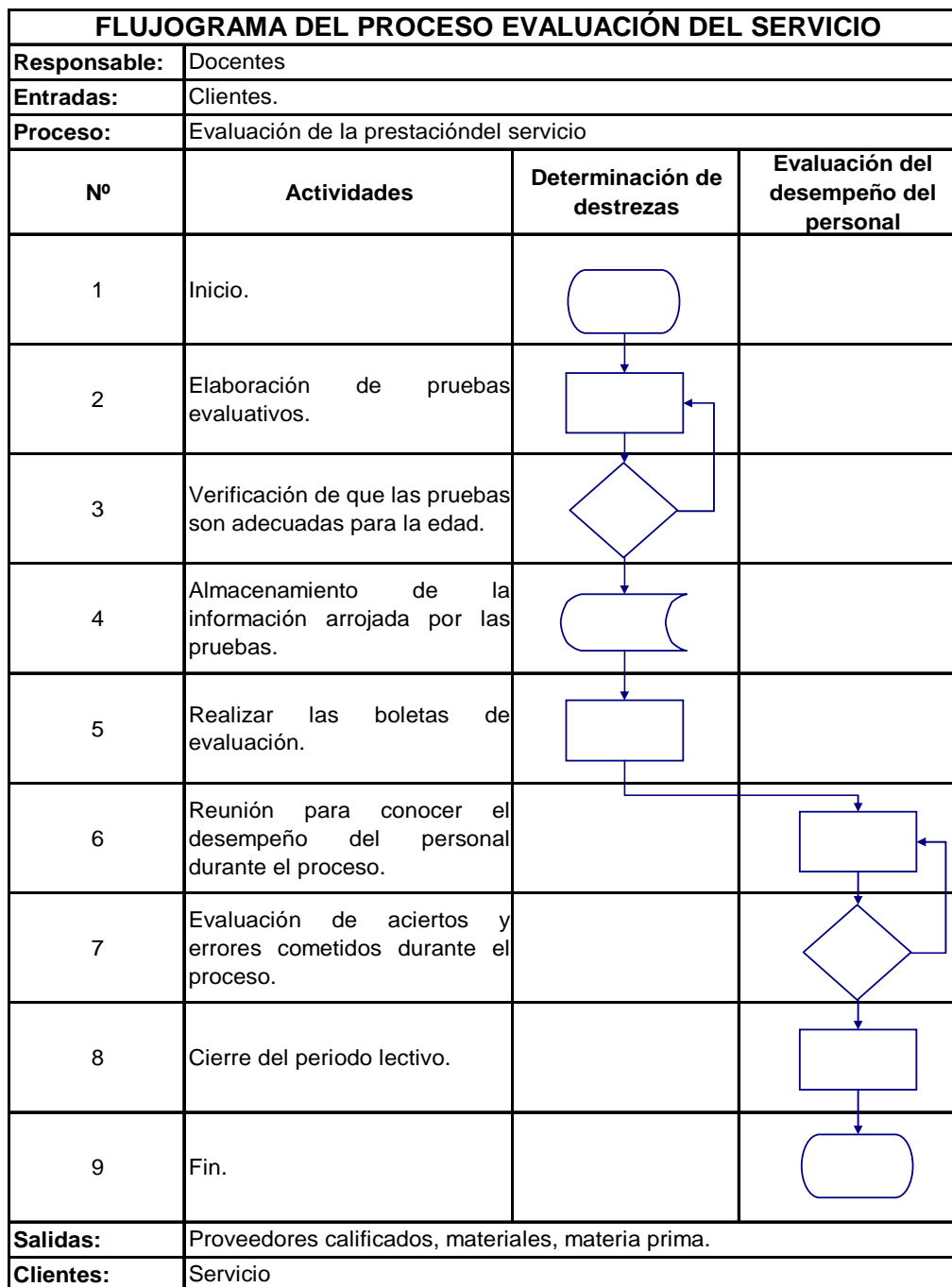


Figura 10: Flujo grama Del Proceso Evaluación Del Servicio

6.3. DISTRIBUCIÓN INTERIOR

La distribución del equipo, materiales, e insumos necesarios para el funcionamiento del centro buscará optimizar la asignación de las herramientas que minimicen las direcciones de los traslados y brinden seguridad para el alumnado.

Dependiendo de la edad, las características y necesidades de los niños cambian, por lo que es necesario considerar estos aspectos para la distribución conveniente de cada espacio.

Las zonas con las cuales el Centro Infantil contará se detallan a continuación:

- *Zona Administrativa:* Se conformará por la secretaría, sala de espera y oficinas administrativas. Es el lugar de almacenamiento de documentos y de atención para los padres de familia que acudan al centro
- *Zona Escolar:* Se conformará por las aulas destinadas para cada grupo de edad. Son los sitios en los cuales se impartirá los conocimientos a los niños.
- *Zona De Descanso:* Es el sitio en dónde se distraerá a los niños con actividades varias. Se conformará por los rincones, teatrillo y juguetes.
- *Zona de juego:* Son los sitios destinados para las actividades recreación, diversión y entretenimiento de los niños
- *Zona De Alimentación:* Conformada por la cocina y comedor, es el sitio en el cual los niños se servirán sus alimentos.
- *Zona De Limpieza:* Son los lugares destinados para el aseo.

El plano del local con las adecuaciones realizadas se presenta en el anexo 4.

6.4. RECURSOS DE INFRAESTRUCTURA

Los insumos, materiales, suministros y equipos necesarios⁷⁶ para un Centro de Desarrollo Infantil se presentan a continuación, los mismos que han sido separados en las siguientes categorías:

RECURSOS DE INFRAESTRUCTURA - CUADRO RESUMEN

| Detalle | Valor | Total |
|---|----------|----------|
| <u>Muebles y Enseres</u> | | 7.740,87 |
| Mobiliario de Oficina | 999,39 | |
| Mobiliario de Cocina | 174,18 | |
| Electrodomésticos | 1.205,75 | |
| Menaje de Cocina | 274,96 | |
| Mobiliario Infantil | 2.956,35 | |
| Gimnasios Infantiles | 2.130,24 | |
| <u>Equipo de Cómputo</u> | | 2.100,00 |
| Computadora | 2.100,00 | |
| <u>Equipo de Oficina</u> | | 232,70 |
| Teléfono | 47,70 | |
| Fax | 185,00 | |
| <u>Suministros y Materiales Infantiles*</u> | | 7.715,33 |
| Decoración | 131,04 | |
| Material Didáctico | 3.070,65 | |
| Sellos | 519,95 | |
| Programas Educativos | 2.633,12 | |
| Biblioteca Infantil | 895,78 | |
| Área de Inglés | 464,8 | |
| <u>Suministros de Aseo y Limpieza</u> | | 16,92 |
| Escobas | 2,40 | |
| Trapeadores | 3,60 | |
| Palas de basura | 2,00 | |
| Implementos de limpieza y aseo | 4,60 | |
| Papel higiénico | 2,76 | |
| Servilletas | 1,56 | |
| <u>Suministros y Materiales de Oficina</u> | | 60,00 |
| Materiales de Oficina | 60,00 | |

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: Karina Navarrete

Cuadro 42: Recursos De Infraestructura - Cuadro Resumen

⁷⁶ Anexo 5: Estudio Técnico – Detalle de Recursos de Infraestructura

6.5. RECURSOS HUMANOS

6.5.1. ESTRUCTURA DE LA EMPRESA

El estudio de organización para la empresa se basa en las actividades de la empresa, la misma que contará con departamentos estratégicos básicos, los mismos que se localizan en tres niveles operantes, en los cuales se desarrollarán las actividades que constituyen el pilar de funcionamiento de la empresa.

Los principales niveles operantes de la empresa son los siguientes:

- Nivel Gerencial
- Nivel Administrativo y Docente – Nivel de Apoyo
- Nivel Operativo

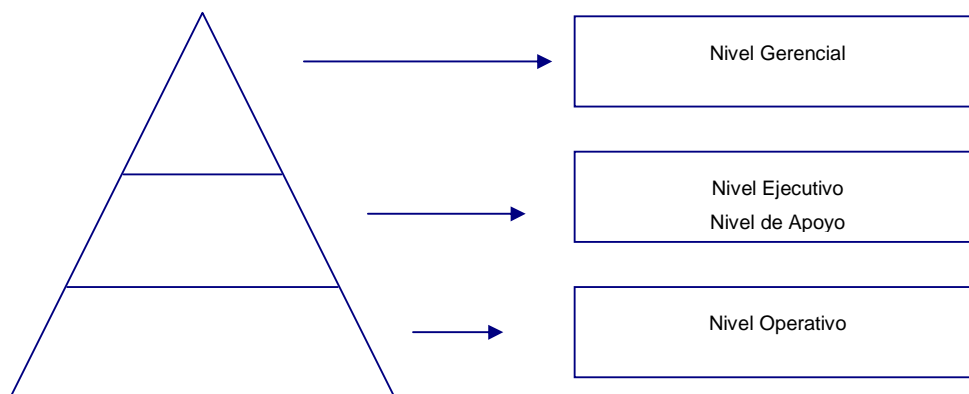


Figura 11: Niveles De La Empresa

Dentro de cada uno de éstos niveles se cumplen distintas funciones, las mismas que se detallan a continuación.

6.5.1.1. NIVEL GERENCIAL

Éste nivel jerárquico se conformará con una persona encargada de la dirección general, el mismo será responsable del manejo de los recursos para la consecución de las distintas actividades referentes al negocio.

6.5.1.2. NIVEL EJECUTIVO

Este nivel se conformará por los departamentos administrativo y docente. Los cuales a su vez tendrán a cargo el manejo de los recursos financieros, para el departamento administrativo, y pedagógicos, para el departamento docente, de la institución.

A su vez, el nivel de apoyo de la empresa se encontrará conformado por el contador, el psicólogo educativo, pediatra y nutricionista, los mismos que realizarán visitas periódicas a la institución con la finalidad del desarrollo de sus labores.

6.5.1.3. NIVEL OPERATIVO

El nivel operativo del centro se constituirá por la secretaria y el personal de mantenimiento, personal que se encuentra ubicado dentro el departamento administrativo.

El personal docente, médico y de bienestar social, se situarán dentro del departamento docente de la institución.

6.5.2. ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

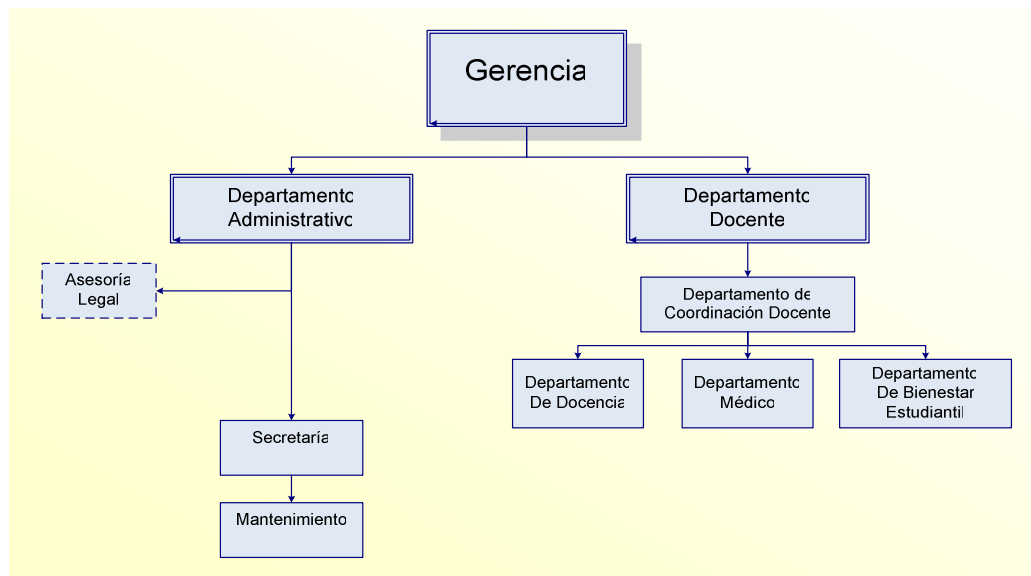


Figura 12: Organigrama De La Empresa

6.5.3. PLAN DE INCENTIVOS

| Niveles | Cargo | Incentivo |
|-----------|---|--|
| Gerencial | Gerente | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recibir un 5% de utilidad esperada. ▪ Posibilidad de inversión en la institución. |
| Ejecutivo | Director Docente | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Oportunidad de realizar estudios de postgrado en el área educativa. |
| | Director Administrativo | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Flexibilidad de Horario. ▪ Aumento de sueldo. |
| Operativo | Secretaria, Personal de Mantenimiento y Cocina. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aumento de sueldo. ▪ Incentivos a nivel familiar. |
| | Docentes y Personal Profesional | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Oportunidad de capacitación, a cuenta de la institución. ▪ Posibilidad de estudios para docentes. ▪ Aumento de sueldo. |
| Apoyo | Contador, Pediatra, Nutricionista, Psicólogo Infantil | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Incentivos a nivel familiar. |

Cuadro 43: Plan de Incentivos

6.5.4. PERFIL DE LA COMPETENCIA

| Nivel | Cargo | Funciones | Perfil |
|-----------|-------------------------|--|---|
| Ejecutivo | Director Docente | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Establecer contactos de cogestión y autogestión con entidades que se preocupan por la educación. ▪ Administración recursos didácticos y pedagógicos de la institución. ▪ Aprobar el personal docente de la institución. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Título de licenciado en Ciencias de la Educación ▪ Experiencia mínima de tres años en trabajo con niños/as de cero a seis años. ▪ Buena presencia. ▪ Edad entre los hasta los 45 años. |
| | Director Administrativo | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar todos los trámites pertinentes para la autorización del funcionamiento del centro infantil. ▪ Manejo de todos los tramites legales que se presenten en la institución. ▪ Aprobación del manejo de recursos Financieros de la institución. ▪ Administración recursos físicos de la institución. ▪ Reclutar personal requerido para área Financiero y producción. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Título en Administración. ▪ Experiencia mínima de un año en trabajos similares. |
| Operativo | Secretaria | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Redactar los documentos que se necesiten para el centro infantil. ▪ Llevar las agendas de la Dirección. ▪ Dar una atención personalizada y amable a los padres de familia que se acerquen a la institución. ▪ Encargarse del archivo. ▪ Llevar un registro y reportes de caja. ▪ Realizar la coordinación de horarios. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Buena presencia ▪ Bachiller contable. ▪ Edad entre los 20 y 40 años. ▪ Conocimiento de paquetes informáticos. ▪ Elaboración de correspondencia. |

| | | | |
|-----------|-------------------------|--|---|
| Operativo | Docentes | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Asumir las responsabilidades de un grupo. ▪ Presentar planificación mensual de las actividades a realizarse al director docente. ▪ Ayudar en el cuidado de los materiales y recursos con los que cuenta la institución. ▪ Preparar el material para las clases. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Título Lcdo. en Ciencias de la Educación. ▪ Experiencia mínima un año en trabajo con niños y niñas. ▪ Buena presencia. ▪ Edad entre los 23 y 45 años. ▪ Disposición de tiempo completo. |
| | Auxiliares de servicios | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Apoyar en la responsabilidad del grupo. ▪ Encargarse del aseo personal de los niños y niñas. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Título de auxiliar de parvularia o cursando últimos años de carrera. ▪ Buena presencia. ▪ Edad entre los 21 y 45 años. |
| | Cocinero | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encargarse de la preparación de los alimentos que se les proporcionen a los niños y niñas diariamente. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprobado el nivel básico (mínimo). |
| | Limpieza | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Encargado de que la institución cumpla con las normas de seguridad y aseo. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprobado el nivel básico (mínimo). |
| Apoyo | Médico Pediatra | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaborara las fichas médicas ▪ Evaluación periódica de la salud integral del niño. ▪ coordinación con los padres de familia, personal, y demás implicados en el proceso de enseñanza aprendizaje. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Título de doctor con especialización en pediatría. ▪ Experiencia mínima tres años en pediatría o medicina familiar. ▪ Edad entre los 28 y 45 años |
| | Psicóloga Infantil | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaborar el perfil psicológico del niño. ▪ Realizar las pruebas psicológicas de admisión. ▪ Mantener un constante seguimiento de los niños y niñas para detectar cualquier anomalía que pueda presentarse. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Título de doctor con especialización en psicología educativa. ▪ Experiencia mínima tres años de trabajo. ▪ Edad entre los 28 y 45 años. |

| | | | |
|-------|--------------------|---|---|
| Apoyo | Psicóloga Infantil | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar pruebas apropiadas o remitir a un especialista en caso de que los niños y niñas presenten algún problema que amerite un trato más específico. ▪ Seguimiento de casos especiales | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Buena presencia |
| | Nutricionista | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Incentivar a los padres de familia a mantener una alimentación adecuada y balanceada. ▪ Proveer un menú mensual a la institución. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Especialista en nutrición. ▪ Experiencia mínima tres años en el área. ▪ Edad entre los 28 y 45 años. |
| | Contador | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Revisión y Control de Facturas. ▪ Declaraciones de impuestos. ▪ Registro de Egresos e Ingresos. ▪ Manejo General de la Contabilidad. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Título de licenciado en Contabilidad. ▪ Experiencia mínima de tres años. ▪ Buena presencia. ▪ Edad entre los 28 y 45 años. |

6.6. REQUISITOS LEGALES

6.6.1. TIPO DE EMPRESA

El primer paso de constitución de un Centro Infantil es escoger el tipo a empresa de constituirse. En este caso, debido al tamaño y al capital de constitución de la empresa, en un inicio se titularizará como persona natural a nombre del propietario de la misma, con la finalidad dentro de algunos años, que al posicionarse y consolidarse se desarrolle e incremente sea reconocida como persona jurídica dentro de alguna de las modalidades que se encuentran en el Ecuador.

Es necesario advertir el tipo de empresa ya que si un centro infantil va a depender de una Cía. Ltda., Sociedad Anónima, o de una Fundación, se deberá crear los estatutos de la empresa. Si es una persona natural no es necesario este procedimiento.

6.6.2. REGISTRO DE NOMBRE

Con la finalidad de que no exista otra empresa con el mismo nombre, el registro del nombre de la empresa se lo realiza en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), para lo cual se siguen los siguientes pasos:

1. Llenar un formulario donde se solicita la aprobación del nombre o marca para el negocio, se proponen varios, el mismo que tiene un valor de \$0.05.
2. Cancelar un valor de \$8.00 por concepto de búsqueda del nombre de un producto, servicio, nombre comercial o lema

3. Adjuntar el comprobante original de pago de la tasa por registro de marcas la cual tiene un valor de \$54.00
4. Anexar el nombramiento del representante legal: Persona Jurídica nacional.
5. Efectuar con el Examen de cumplimiento de los requisitos formales.
6. Verificar la publicación del extracto de las solicitudes en la Gaceta del IEPI (circula mensualmente).
7. Se presenta un plazo para que terceros puedan oponerse al registro de las marcas.
8. Se otorga un examen de registrabilidad, para verificar si procede o no el registro de la marca.
9. El Director Nacional de Propiedad Intelectual expide una resolución aprobando o negando el registro de la marca.
10. Por último se emite el título en el caso de aprobación de la marca, previamente a la cancelación de la tasa, la misma que tiene un valor de \$28.00. Este pago se lo realiza únicamente cada 10 años.
11. El tiempo estimado para el trámite propuesto por el IEPI es de 5 a 6 meses.

6.6.3. ACUERDOS MINISTERIALES

El Acuerdo Ministerial, que es la autorización emitida por el instituto veedor de la instauración de centros infantiles, el Ministerio de Bienestar Social, debe ser obtenido previo a su funcionamiento, para lo cual es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

Tomado como referencia del REGISTRO OFICIAL N°309 del Jueves, 19 de Abril del 2001.

- a.) *“Solicitud escrita del propietario, dirigida al Director Nacional de Protección de Menores, Subsecretario Regional o Director Provincial de Bienestar Social según corresponda. Si se tratare de una Organización no Gubernamental, la solicitud debe ser suscrita por su representante legal, adjuntarán copia certificada del estatuto, copia certificada del acuerdo ministerial.*
- b.) *Escritura pública de propiedad o contrato de arrendamiento del local en donde va a funcionar el Centro de Desarrollo Infantil, registrado este último, en un Juzgado de Inquilinato y/o Juzgado de los Civil;*
- c.) *Plano del local en el que se determine la distribución del espacio físico, haciendo constar el área en metros cuadrados;*
- d.) *Plan de trabajo en base a los lineamientos y estándares mínimos establecidos por el Ministerio de Bienestar Social;*
- e.) *Manual de Procedimiento Interno del Centro de Desarrollo Infantil, elaborado en base a los lineamientos del Ministerio de Bienestar Social, el mismo que será aprobado en el proceso;*
- f.) *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.*
- g.) *Presupuesto; y*
- h.) *Inventario de mobiliario y material didáctico.”*

6.6.4. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

Como toda personalidad jurídica en el país, la empresa debe inscribirse en el RUC, para acatar con lo establecido en la ley y facilitar la recaudación de

impuestos por parte del Servicio de Rentas Internas (SRI), dentro de los 30 días hábiles posteriores a la fecha de inicio de actividades.

Los requisitos que las personas necesitan presentar para inscribirse en el RUC, se detallan a continuación:

1. El original y entregar una copia de la cédula de identidad.
2. El original del certificado de votación del último proceso electoral, hasta un año posterior a su emisión por parte del Tribunal Supremo Electoral (TSE).
3. La copia del Acuerdo ministerial para el funcionamiento de jardines de infantes, escuelas y colegios.

Es necesario también presentar los siguientes documentos para la verificación del domicilio y del establecimiento en el cual se realiza la actividad económica:

1. El original y entregar una copia de un pago de un servicio básico sea de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción; o,
2. El contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción; o,
3. El pago del impuesto predial, puede corresponder al año actual o al anterior a la fecha de inscripción; o,
4. El pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del contribuyente.

En caso que la inscripción se realizará 30 días posteriores del inicio de la actividad económica se deberá presentar:

1. La copia del formulario 106 en el que conste el pago de la multa respectiva, con el código 8075 correspondiente a Multas RUC.

6.6.5. PERMISO MUNICIPAL

La obtención de la Patente Municipal y Permiso de Funcionamiento se lo obtiene en el Municipio de Quito, el mismo que es obligatorio para toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial y opere en el Distrito Metropolitano de Quito.

Los requisitos a presentar para obtener la Patente Municipal en el caso de personas naturales se detallan a continuación:

1. El formulario de la declaración del RUC original y copia, Ministerio de Finanzas, y Formulario de inscripción que se adquiere en Recaudaciones.
2. La planilla de mejoras emitidas por el departamento de Salud Pública o Control Sanitario, para las actividades comerciales que requiera el permiso de funcionamiento.
3. Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.
4. Copia de carta de pago de impuesto predial.

Y por ultimo requisito es la obtención del permiso del Cuerpo de Bomberos debido a la naturaleza del negocio, el cual se lo realiza presentando una solicitud a la matriz del Cuerpo de Bomberos en el Distrito Metropolitano de Quito, previo al pago de la patente, mínimo del 10%. Para la obtención del permiso es necesario comprar un formulario con un valor de \$0.20, y entregarlo al Cuerpo de bomberos, adicionalmente conducir a los inspectores al local comercial para la verificación.

CAPÍTULO VII

ESTUDIO FINANCIERO

7.1. INVERSIÓN INICIAL Y FINANCIAMIENTO

La elaboración de la inversión inicial proporciona la información necesaria para determinar el nivel de inversión requerido para la puesta en marcha del negocio.

7.1.1. INVERSIÓN PRE-OPERACIONAL O EN ACTIVOS DIFERIDOS

El siguiente cuadro muestra los valores correspondientes a la inversión pre-operacional o inversión en activos diferidos necesarios, en las cantidades que figuran a continuación:

| INVERSIÓN PRE-OPERACIONAL O EN ACTIVOS DIFERIDOS | |
|---|--------------------|
| Tipo | Monto Total |
| De Constitución | 302,05 |
| Activos Fijos Previos | 5.500,00 |
| Otros costos y gastos pre-operativos | 1.358,10 |
| Total | 7.160,15 |
| Fuente: Estudio Financiero | |
| Elaboración: Karina Navarrete | |

Cuadro 44: Inversión Pre-Operacional

En los cuadros siguientes se detallan los valores que constituyen la inversión pre-operacional.

| GASTOS DE CONSTITUCIÓN | | |
|----------------------------------|--------------|--------------------|
| Tipo | Valor | Monto Total |
| Registro de Nombre | 82,05 | |
| Acuerdo Ministerial | 10,00 | |
| Registro Único de Contribuyentes | 10,00 | |
| Permiso Municipal | 200,00 | |
| Total | | 302,05 |
| Fuente: Estudio Técnico | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

Cuadro 45: Gastos De Constitución

Es necesario disponer del valor de \$302,05, que servirá para cancelar los rubros comprendidos por Gastos de Constitución del negocio.

| ACTIVOS FIJOS PREVIOS | | |
|-------------------------------|--------------|--------------------|
| Tipo | Valor | Monto Total |
| Adecuación del Local | 5.500,00 | |
| Suministros y materiales | 100,00 | |
| Movilización | 200,00 | |
| Garantía | 2.000,00 | |
| Honorarios | 3.200,00 | |
| Total | | 5.500,00 |
| Fuente: Plan Estratégico | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

Cuadro 46: Activos Fijos Previos

Los gastos correspondientes a los activos fijos previos como es la adecuación y arreglo correspondiente del local comercial, en dónde funcionará el Centro Infantil, es de \$5.500,00; monto que representa todos los rubros necesarios para este efecto.

Para cubrir los recursos físicos es necesario para comenzar con los trabajos de adecuación del local que se cancele la cantidad de \$20000,00 como parte de la garantía solicitada por el arrendador.

| OTROS COSTOS Y GASTOS PRE-OPERATIVOS | | |
|---|--------------|--------------------|
| Tipo | Valor | Monto Total |
| Publicidad | 1.068,00 | |
| Imprevistos | 290,10 | |
| Total | | 1.358,10 |
| Fuente: Plan de Marketing | | |
| Adaptación y elaboración: Karina Navarrete | | |

Cuadro 47: Otros Costos Y Gastos Pre-Operativos

El valor de 1.358,10 que corresponde a los rubros de otros costos y gastos pre-operaciones lo constituyen la publicidad que se realizará para dar a conocer el negocio; y los imprevistos que han sido calculados en base a un porcentaje del 5% del valor total de los activos diferidos.

7.1.2. INVERSIÓN DE CAPITAL

Las inversiones correspondientes a la inversión de capital están conformadas por la propiedad, planta y equipo o activos fijos, y por el activo corriente, como se muestra a continuación en el siguiente cuadro:

| INVERSIÓN DE CAPITAL | |
|-------------------------------|--------------------|
| Tipo | Monto Total |
| Activo Fijo | 10.073,57 |
| Activo Corriente | 7.715,33 |
| Total | 17.788,90 |
| Fuente: Estudio Financiero | |
| Elaboración: Karina Navarrete | |

Cuadro 48: Inversión De Capital

En los cuadros siguientes se detallan los montos que constituyen la inversión de capital.

| ACTIVO FIJO | | |
|-------------------------------|--------------|--------------------|
| Tipo | Valor | Monto Total |
| Muebles y Enseres | | 7.740,87 |
| Mobiliario de Oficina | 999,39 | |
| Mobiliario de Cocina | 174,18 | |
| Electrodomésticos | 1.205,75 | |
| Menaje de Cocina | 274,96 | |
| Mobiliario Infantil | 2.956,35 | |
| Gimnasios Infantiles | 2.130,24 | |
| Equipo de Cómputo | | 2.100,00 |
| Computadora | 2.100,00 | |
| Equipo de Oficina | | 232,70 |
| Teléfono | 47,70 | |
| Fax | 185,00 | |
| Total | | 10.073,57 |
| Fuente: Estudio Técnico | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

Cuadro 49: Inversión en Activos Fijos

Como se aprecia en el cuadro anterior es necesario realizar inversiones en muebles y enseres por un valor de \$7.740,87; que constituye todos los rubros por el mobiliario de oficina, mobiliario de cocina, electrodomésticos, menaje de cocina, mobiliario infantil, gimnasios infantiles.

De igual forma es necesaria la inversión, por una cantidad de \$2.100,00; en equipos de computación y por una cantidad de \$232,70; efectuarla en equipos para la oficina.

| ACTIVO CORRIENTE | | |
|-------------------------------------|--------------|--------------------|
| Tipo | Valor | Monto Total |
| Suministros y Materiales Infantiles | | 7.715,33 |
| Decoración | 131,04 | |
| Material Didáctico | 3.070,65 | |
| Sellos | 519,95 | |
| Programas Educativos | 2.633,12 | |
| Biblioteca Infantil | 895,78 | |
| Área de Inglés | 464,80 | |
| Total | | 7.715,33 |
| Fuente: Estudio Técnico | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

Cuadro 50: Inversión en Activos Corrientes

La inversión correspondiente a los activos corrientes, se encuentra constituida por los suministros y materiales infantiles imprescindibles para el funcionamiento del Centro Infantil, los mismos que alcanzan el total de \$7.715,33.

7.1.3. INVERSIÓN DE TRABAJO

La inversión de trabajo esta conformada por los rubros de los valores de las obligaciones de la empresa tanto en su parte fija como en su parte variables como se muestra en el cuadro siguiente:

| INVERSIÓN DE TRABAJO | |
|-------------------------------|--------------------|
| Tipo | Monto Total |
| Costos y Gastos Fijos | 5751,55 |
| Costos y Gastos Variables | 695,00 |
| Total | 6.446,55 |
| Fuente: Estudio Financiero | |
| Elaboración: Karina Navarrete | |

Cuadro 51: Inversión de Trabajo

En los cuadros siguientes se determinan los montos que conforman la inversión de trabajo.

| COSTOS Y GASTOS FIJOS | | |
|-------------------------------------|--------------|--------------------|
| Tipo | Valor | Monto Total |
| Físicos | | 1.000,00 |
| Local Comercial ^(arr) | 1.000,00 | |
| Administración | | 827,34 |
| Director Administrativo | 235,36 | |
| Secretaria | 210,69 | |
| Contador | 235,36 | |
| Agua | 10,00 | |
| Luz | 15,00 | |
| Teléfono | 32,00 | |
| Internet | 12,00 | |
| Suministros y Materiales | 76,92 | |
| Suministros de Aseo y Limpieza | 16,92 | |
| Suministros y Materiales de Oficina | 60,00 | |
| Operativo | | 3.494,21 |
| Seguro | 896,40 | |
| Auxiliar de limpieza y cocina | 198,36 | |
| Director Docente | 209,63 | |
| Docentes (5) | 1.035,64 | |
| Auxiliar Pedagógico (2) | 406,98 | |
| Médico Pediatra | 235,36 | |
| Psicóloga Infantil | 208,71 | |
| Nutricionista | 207,13 | |
| Agua | 30,00 | |
| Luz | 40,00 | |
| Teléfono | 8,00 | |
| Internet | 18,00 | |
| Financiamiento | | 430,00 |
| Pago Intereses | 430,00 | |
| Total | | 5.751,55 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

Cuadro 52: Inversión en Costos Y Gastos Fijos

El valor en el que se debe incurrir para cubrir sus obligaciones fijas durante el primer mes es de \$5.751,55 conformado por los siguientes rubros: Gastos físicos o de arrendamiento, gastos de administración, gastos operativos, gastos de financiamiento.

Es preciso realizar el pago del primer mes de arriendo con un valor de \$1.000,00 como parte de la inversión de trabajo.

Los recursos monetarios necesarios para cubrir la parte administrativa alcanzan un monto de \$827,34; que corresponde al pago de los sueldos de: Director Administrativo, Secretaria Contador; Servicios Básicos, Suministros y Materiales.

Es preciso contar con la cantidad de \$3.494,21 que se emplea para cubrir los costos operativos, pertenecientes al pago de los sueldos del Auxiliar de limpieza y cocina, Director Docente, Docentes, Auxiliar Pedagógico, Médico Pediatra, Psicóloga Infantil, Nutricionista, al pago del Seguro, y servicios básicos.

El valor del seguro por \$896,40 que la empresa contratará contra accidentes es de \$22,41 por persona.⁷⁷

El costo de los sueldos de los empleados se calculó en base a la tabla de remuneraciones emitida por el Ministerio de Trabajo.⁷⁸

El rubro correspondiente al Financiamiento hace referencia al pago de un préstamo, el mismo que ha sido calculado en base a una tasa de interés del 10,37% que corresponde a la tasa activa publicada por el Banco Central en el periodo de Enero-2007, en el que se va a incurrir para cubrir con el total de la inversión para iniciar la empresa.⁷⁹

⁷⁷ Anexo 7: Estudio Financiero – Seguro contra accidentes

⁷⁸ Anexo 8: Estudio Financiero – Cálculo Costo de Sueldos y Salarios.

⁷⁹ Anexo 9: Estudio Financiero – Cálculo Financiamiento.

| COSTOS Y GASTOS VARIABLES | | |
|-------------------------------------|--------------|--------------------|
| Tipo | Valor | Monto Total |
| Administración | | 145,00 |
| Secretaria | 20,00 | |
| Contador | 50,00 | |
| Agua | 5,00 | |
| Luz | 5,00 | |
| Teléfono | 5,00 | |
| Suministros y Materiales | 60,00 | |
| Suministros de Aseo y Limpieza | 20,00 | |
| Suministros y Materiales de Oficina | 40,00 | |
| Operativo | | 550,00 |
| Docentes | 20,00 | |
| Médico Pediatra | 20,00 | |
| Psicóloga Infantil | 20,00 | |
| Uniformes | 490,00 | |
| Total | | 695,00 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

Cuadro 53: Inversión en Costos Y Gastos Variables

Durante el primer mes, la empresa requiere de aproximadamente \$695,00 para cubrir sus obligaciones variables que son de tipo administrativo y operativo. No obstante esta cantidad puede variar debido a varios factores como ingresos por inversiones, y cuentas por cobrar o egresos provenientes de inversiones, inventario y cuentas por cobrar.

7.1.4. FINANCIAMIENTO

La cantidad total necesaria de inversión pre-operacional e inversión de capita es de \$24.949,55 y la cantidad que es requerida para el inicio de las actividades como empresa, que es la inversión pre-operacional, de capital y de trabajo es de \$31.395,61, debido a que es un desembolso representativo de dinero se presentará alternativas de financiamiento para obtener los recursos monetarios necesarios.

El siguiente cuadro muestra la forma en la que están repartidos los costos y gastos del primer mes, teniendo como el costo más representativo el referente a la inversión del primer periodo.

| CAPITALIZACIÓN MÍNIMA Y SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO | | |
|--|--------------|----------------|
| Razón | Valor | % |
| % de la Inversión Pre-Operacional sobre la Inversión Inicial | 7.160,15 | 22,81% |
| % de la Inversión de Capital sobre la Inversión Inicial | 17.788,90 | 56,66% |
| % de la Inversión de Trabajo sobre la Inversión Inicial | 6.446,55 | 20,53% |
| Total | | 100,00% |
| Fuente: Estudio Financiero. | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

Cuadro 54: Capitalización Mínima

Debido a que la inversión inicial representa una importante suma de dinero y a la ausencia de disponibilidad de toda la cantidad requerida por el socio fundador, el mismo que aporta \$10.000,00 al proyecto, es necesario buscar financiamiento por parte de terceros, en este caso especial se presentan dos socios aportando cada uno con \$6.000,00, no obstante la cantidad aportada por los socios no cubre el total de la inversión y es necesario recurrir a fondos externos.⁸⁰

| ALTERNATIVA DE FINANCIAMIENTO | | | |
|--|-------------------------------|------------------|--------------------|
| Alternativa | Tipo de Financiamiento | Monto | % del total |
| Fondos propios | Socio Fundador | 10.000,00 | 32% |
| | Socio 1 | 6.000,00 | 19% |
| | Socio 2 | 6.000,00 | 19% |
| Total Socios | | 22.000,00 | 70% |
| Fondos externos | Préstamo Bancario | 9.395,61 | 30% |
| Inversión Primer Mes (Inversión Inicial + Inversión de Trabajo) | | 31.395,61 | 100% |
| Fuente: Estudio Financiero. | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 55: Alternativa De Financiamiento

⁸⁰ Anexo 9: Estudio Financiero – Amortización Préstamo.

7.2. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

7.2.1. INGRESOS Y EGRESOS PROYECTADOS

2.1.3.9. INGRESOS PROYECTADOS

Los ingresos se calcularon en base a la Estudio de Mercado, en la cual se determina que el 74% de las personas encuestadas afirmaron que sí contratarían el servicio, al aplicar este porcentaje, se obtiene que: De los 393 niños, hijos de los encuestados, 291 niños estarían dispuestos a asistir al centro, sin embargo, en la entrevista realizada a expertos, se menciona que el número máximo de inicio para un Centro de Desarrollo Infantil de niños es de 30 niños y niñas, razón por la cual este es el número base para el inicio del cálculo de los ingresos.

Los ingresos se calculan al multiplicar el precio de venta por la cantidad, no obstante, en el primer mes se recibe un ingreso adicional por el valor de la inscripción y matrícula, que es un valor que paga una única vez el padre de familia durante el periodo lectivo.

Adicionalmente en el primer desembolso que realice el padre de familia deberá cancelar también el valor del uniforme y del seguro, a pesar de esto, el fondo recaudado por estos rubros no constituye un ingreso real, ya que se deberá cancelar a los proveedores respectivos.

Se ha proyectado los dos primeros años de vida, debido a que se logra apreciar de una mejor manera el funcionamiento del Centro. Hay que considerar que durante dos meses los ingresos descienden considerablemente ya que son meses en que los estudiantes se encuentran en vacaciones y no existe mayor cantidad de demanda.

Como se mencionó en la entrevista a expertos el promedio de incremento de ingresos de niños es de: 6 niños durante los dos primeros meses y de 3 en los siguientes meses. Para el Centro Infantil el primer año de funcionamiento se proyecta de la siguiente manera: el primer mes se programa con 30 niños a atender hasta llegar a atender a 50 niños, incrementando 6 niños por hasta el tercer mes, para el cuarto mes 4, en el quinto y sexto 1 niño hasta el mes de Febrero.

Al finalizar el primer año, se estima únicamente el 20% de los niños de cada grupo de edad en los distintos horarios de atención, por ser un período de vacaciones, como se menciona en la entrevista a expertos realizada.

Para el segundo año de vida, debido a que todavía se tiene demanda insatisfecha, se proyecta de la siguiente manera: el primer mes con 50, pues son los mismos clientes con los que se terminó el año 1, antes del período de vacaciones, debido a que no es posible perder ningún cliente, el segundo mes se prevé un ingreso de 10 niños para el tercer mes 9 niños, hasta llegar a 70 niños.

De la misma manera que en el año 1 se supone únicamente el 20% de los niños en el período de vacaciones.

Debido a los ingreso de niños durante los primeros meses de apertura del centro, sea a medio tiempo o tiempo completo, de cada niño nuevo que acude al centro se obtiene el ingreso de la pensión y matrícula, seguro y uniforme.

Para el tercer año de funcionamiento se estima la misma cantidad de ingresos que en el año anterior puesto que todavía existe demanda insatisfecha del 19%.

En el siguiente cuadro se aprecia los ingresos mensuales proyectados que tendrá el Centro Infantil.⁸¹

⁸¹ Anexo 10: Estudio Financiero – Detalle de Ingresos.

| INGRESOS MENSUALES TOTALES | | | |
|-----------------------------------|----|-----------------|------------------------|
| Mes | | Cantidad | Ingreso Mensual |
| Sep | 1 | 30 | 8.816,00 |
| Oct | 2 | 36 | 5.652,00 |
| Nov | 3 | 42 | 6.510,00 |
| Dic | 4 | 46 | 6.770,00 |
| Ene | 5 | 49 | 7.020,00 |
| Feb | 6 | 50 | 6.845,00 |
| Mar | 7 | 50 | 6.705,00 |
| Abr | 8 | 50 | 6.705,00 |
| May | 9 | 50 | 6.705,00 |
| Jun | 10 | 50 | 6.705,00 |
| Jul | 11 | 50 | 6.705,00 |
| Ago | 12 | 10 | 1.445,00 |
| Sep | 13 | 50 | 13.430,00 |
| Oct | 14 | 60 | 9.530,00 |
| Nov | 15 | 69 | 10.555,00 |
| Dic | 16 | 70 | 9.460,00 |
| Ene | 17 | 70 | 9.345,00 |
| Feb | 18 | 70 | 9.345,00 |
| Mar | 19 | 70 | 9.345,00 |
| Abr | 20 | 70 | 9.345,00 |
| May | 21 | 70 | 9.345,00 |
| Jun | 22 | 70 | 9.345,00 |
| Jul | 23 | 70 | 9.345,00 |
| Ago | 24 | 14 | 1.965,00 |
| Sep | 25 | 70 | 18.845,00 |
| Oct | 26 | 70 | 9.345,00 |
| Nov | 27 | 70 | 9.345,00 |
| Dic | 28 | 70 | 9.345,00 |
| Ene | 29 | 70 | 9.345,00 |
| Feb | 30 | 70 | 9.345,00 |
| Mar | 31 | 70 | 9.345,00 |
| Abr | 32 | 70 | 9.345,00 |
| May | 33 | 70 | 9.345,00 |
| Jun | 34 | 70 | 9.345,00 |
| Jul | 35 | 70 | 9.345,00 |
| Ago | 36 | 14 | 1.965,00 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 56: Ingresos Mensuales Totales Proyectados

| INGRESOS ANUALES TOTALES | | |
|-------------------------------|-------------------|---------------|
| Año | Cantidad Promedio | Ingreso Anual |
| 0 | - | - |
| 1 | 43 | 76.583,00 |
| 2 | 70 | 110.355,00 |
| 3 | 75 | 114.260,00 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

Cuadro 57: Ingresos Anuales Totales Proyectados

2.1.3.10. EGRESOS PROYECTADOS

En los siguientes cuadros se presenta un resumen de los egresos mensuales proyectados⁸² durante los dos primeros años de funcionamiento, en donde se detallan los costos y gastos pre-operacionales, de capital, de trabajo y de financiamiento.

| EGRESOS MENSUALES TOTALES PROYECTADOS | |
|---|------------------|
| Tipo de Egreso | Mes |
| | 0 |
| <u>Pre-Operacional</u> | 7.160,15 |
| <i>De Constitución</i> | 302,05 |
| <i>Activos Fijos Previos</i> | 5.500,00 |
| <i>Otros costos y gastos pre-operativos</i> | 1.358,10 |
| <u>De Capital</u> | 17.788,90 |
| <i>Muebles y Enseres</i> | 7.740,87 |
| <i>Equipo de Cómputo</i> | 2.100,00 |
| <i>Equipo de Oficina</i> | 232,70 |
| <i>Suministros y Materiales Infantiles*</i> | 7.715,33 |
| Fuente: Estudio Financiero. | |
| Elaboración: Karina Navarrete | |

Cuadro 58: Egresos Mensuales Totales Proyectados Mes 0

⁸² Anexo 11: Estudio Financiero – Detalle del Cálculo de los Egresos.

| EGRESOS MENSUALES TOTALES | | | | | | |
|----------------------------------|-------------------|-----------------------|------------------|--------------|-----------------------|--------------|
| Meses | De Trabajo | | | | Financiamiento | Total |
| | <i>Físicos</i> | <i>Administración</i> | <i>Operativo</i> | <i>Total</i> | | |
| 1 | 1.000,00 | 972,34 | 4.044,21 | 6.016,55 | 435,18 | 6.455,21 |
| 2 | 1.000,00 | 972,34 | 3.554,21 | 5.526,55 | 435,18 | 5.965,21 |
| 3 | 1.000,00 | 912,34 | 3.554,21 | 5.466,55 | 435,18 | 5.905,21 |
| 4 | 1.000,00 | 912,34 | 3.554,21 | 5.466,55 | 435,18 | 5.905,21 |
| 5 | 1.000,00 | 912,34 | 3.554,21 | 5.466,55 | 435,18 | 5.905,21 |
| 6 | 1.000,00 | 972,34 | 3.554,21 | 5.526,55 | 435,18 | 5.965,21 |
| 7 | 1.000,00 | 912,34 | 3.554,21 | 5.466,55 | 435,18 | 5.905,21 |
| 8 | 1.000,00 | 912,34 | 3.554,21 | 5.466,55 | 435,18 | 5.905,21 |
| 9 | 1.000,00 | 912,34 | 3.554,21 | 5.466,55 | 435,18 | 5.905,21 |
| 10 | 1.000,00 | 972,34 | 3.554,21 | 5.526,55 | 435,18 | 5.965,21 |
| 11 | 1.000,00 | 912,34 | 3.554,21 | 5.466,55 | 435,18 | 5.905,21 |
| 12 | 1.000,00 | 808,34 | 3.494,21 | 5.302,55 | 435,18 | 5.741,21 |
| 13 | 1.000,00 | 972,34 | 4.962,21 | 6.934,55 | 435,18 | 7.373,21 |
| 14 | 1.000,00 | 912,34 | 3.554,21 | 5.466,55 | 435,18 | 5.905,21 |
| 15 | 1.000,00 | 912,34 | 3.554,21 | 5.466,55 | 435,18 | 5.905,21 |
| 16 | 1.000,00 | 912,34 | 3.554,21 | 5.466,55 | 435,18 | 5.905,21 |
| 17 | 1.000,00 | 972,34 | 3.554,21 | 5.526,55 | 435,18 | 5.965,21 |
| 18 | 1.000,00 | 912,34 | 3.554,21 | 5.466,55 | 435,18 | 5.905,21 |
| 19 | 1.000,00 | 912,34 | 3.554,21 | 5.466,55 | 435,18 | 5.905,21 |
| 20 | 1.000,00 | 912,34 | 3.554,21 | 5.466,55 | 435,18 | 5.905,21 |
| 21 | 1.000,00 | 972,34 | 3.554,21 | 5.526,55 | 435,18 | 5.965,21 |
| 22 | 1.000,00 | 912,34 | 3.554,21 | 5.466,55 | 257,13 | 5.725,74 |
| 23 | 1.000,00 | 912,34 | 3.554,21 | 5.466,55 | - | 5.466,55 |
| 24 | 1.000,00 | 912,34 | 3.554,21 | 5.466,55 | - | 5.466,55 |
| 25 | 1.000,00 | 972,34 | 4.962,21 | 6.934,55 | - | 6.934,55 |
| 26 | 1.000,00 | 912,34 | 3.804,05 | 5.716,39 | - | 5.716,39 |
| 27 | 1.000,00 | 912,34 | 3.804,05 | 5.716,39 | - | 5.716,39 |
| 28 | 1.000,00 | 912,34 | 3.804,05 | 5.716,39 | - | 5.716,39 |
| 29 | 1.000,00 | 972,34 | 3.804,05 | 5.776,39 | - | 5.776,39 |
| 30 | 1.000,00 | 912,34 | 3.804,05 | 5.716,39 | - | 5.716,39 |
| 31 | 1.000,00 | 912,34 | 3.804,05 | 5.716,39 | - | 5.716,39 |
| 32 | 1.000,00 | 912,34 | 3.804,05 | 5.716,39 | - | 5.716,39 |
| 33 | 1.000,00 | 972,34 | 3.804,05 | 5.776,39 | - | 5.776,39 |
| 34 | 1.000,00 | 912,34 | 3.804,05 | 5.716,39 | - | 5.716,39 |
| 35 | 1.000,00 | 912,34 | 3.804,05 | 5.716,39 | - | 5.716,39 |
| 36 | 1.000,00 | 912,34 | 3.804,05 | 5.716,39 | - | 5.716,39 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaboración: Karina Navarrete

Cuadro 59: Egresos Mensuales Totales Proyectados

| EGRESOS MENSUALES TOTALES | | | | | |
|----------------------------------|------------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|--------------|
| Años | Tipo de Egreso | | | | Total |
| | Pre-Operacional | De Capital | De Trabajo | Financiamiento | |
| 0 | 7.160,15 | 17.788,90 | - | - | 24.949,06 |
| 1 | - | - | 66.164,63 | 5.222,21 | 71.386,83 |
| 2 | - | - | 77.943,43 | 4.173,79 | 82.117,22 |
| 3 | - | - | 75.761,48 | - | 75.761,48 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | | |

Cuadro 60: Egresos Anuales Totales Proyectados

7.2.2. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

La elaboración de los estados de pérdidas y ganancias proyectados proporciona la información necesaria para determinar si ha existido pérdida o utilidad en el correspondiente ejercicio económico.

Los Estados de Situación Económica siguientes muestran los tres primeros años de vida de la empresa considerando el financiamiento a adoptar.

En el primer año la Utilidad Neta Real es de \$5.753,02, con un promedio mensual de \$ 479,42 para el segundo año la Utilidad Neta Real es de \$19.082,10 con un promedio mensual de \$1.590,17, y para el tercer año la Utilidad Neta Real es de \$26.163,30 con un promedio mensual de \$2.180,30.

| ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO | | | | |
|--|--------------|------------------|-------------------|-------------------|
| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | |
| Ingresos | | 76.583,00 | 110.355,00 | 114.260,00 |
| Ventas | | 76.583,00 | 110.355,00 | 114.260,00 |
| Egresos | | 71.386,83 | 82.117,22 | 75.761,48 |
| - Ctos y Gtos | | 71.386,83 | 82.117,22 | 75.761,48 |
| Gastos de Físicos <small>(arr)</small> | 12.000,00 | | 12.000,00 | 12.000,00 |
| Gastos de Administración | 11.084,08 | | 11.128,08 | 11.128,08 |
| Gastos Operativos | 43.080,55 | | 54.815,35 | 52.633,40 |
| Gastos de Financiamiento | 5.222,21 | | 4.173,79 | - |
| = UTILIDAD BRUTA | | 5.196,17 | 28.237,78 | 38.498,52 |
| - Gastos Depreciación | | 1.490,36 | 2.980,71 | 4.471,07 |
| Muebles y enseres | 774,09 | | 1.548,17 | 2.322,26 |
| Equipo de oficina | 23,27 | | 46,54 | 69,81 |
| Equipo de computo | 693,00 | | 1.386,00 | 2.079,00 |
| = UTILIDAD OPERACIONAL AII | | 6.686,52 | 25.257,07 | 34.027,45 |
| - 15% Participación De Trabajadores | | 1.002,98 | 3.788,56 | 5.104,12 |
| = UTILIDAD OPERACIONAL AI | | 5.683,54 | 21.468,51 | 28.923,33 |
| - 25% Impuesto a la Renta | | 1.420,89 | 5.367,13 | 7.230,83 |
| = UTILIDAD NETA EN EL EJERCICIO | | 4.262,66 | 16.101,38 | 21.692,50 |
| + Gastos Depreciación | | 1.490,36 | 2.980,71 | 4.471,07 |
| Muebles y enseres | 774,09 | | 1.548,17 | 2.322,26 |
| Equipo de oficina | 23,27 | | 46,54 | 69,81 |
| Equipo de computo | 693,00 | | 1.386,00 | 2.079,00 |
| = UTILIDAD NETA REAL | | 5.753,02 | 19.082,10 | 26.163,57 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | |

Cuadro 61: Estado De Pérdidas Y Ganancias Proyectado

7.2.3. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

La realización del Estado de Flujo de Efectivo es considerablemente significativa debido a que su resultado es la base para el análisis de la evaluación financiera del negocio.

El Estado de Flujo de Efectivo se obtiene de la diferencia de los ingresos operacionales correspondientes a las ventas de cada año menos los egresos operacionales, incluyendo el valor de la Inversión requerida para el comienzo de las actividades de la empresa, dónde se vislumbra a partir del tercer año de funcionamiento del Centro Infantil los flujos comienzan a ser positivos, revelando que la empresa recuperó la inversión inicial y se ubica a percibir ingresos. Esto se puede apreciar de una forma más clara en la proyección del Flujo de Efectivo Mensual que se presenta en el Anexo 13.

La proyección del Flujo de Efectivo Anual se presenta en el siguiente cuadro.

| FLUJO DE EFECTIVO ANUAL PROYECTADO | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| TIEMPO | Años | | | |
| DESCRIPCIÓN | 0 | 1 | 2 | 3 |
| INGRESOS | | | | |
| Ventas | | 76.583,00 | 110.355,00 | 114.260,00 |
| TOTAL DE INGRESOS | | 76.583,00 | 110.355,00 | 114.260,00 |
| EGRESOS | | | | |
| Pre-Operacional | 7.160,15 | - | - | - |
| De Capital | 17.788,90 | - | - | - |
| Local Comercial <small>(arr)</small> | - | 12.000,00 | 12.000,00 | 12.000,00 |
| Sueldos | - | 39.758,79 | 39.758,79 | 39.758,79 |
| Servicios Básicos <small>(adm)</small> | - | 974,00 | 1.008,00 | 1.008,00 |
| Suministros de Aseo y Limpieza | - | 283,04 | 263,04 | 263,04 |
| Suministros y Materiales de Oficina | - | 880,00 | 840,00 | 840,00 |
| Seguro | - | 10.756,80 | 21.513,60 | 10.756,80 |
| Publicidad | - | - | 918,00 | 918,00 |
| Servicios Básicos <small>(oper)</small> | - | 1.152,00 | 1.152,00 | 1.152,00 |
| Uniformes | - | 490,00 | 490,00 | 490,00 |
| Pago Financiamiento | - | 5.222,21 | 4.173,79 | - |
| Impuestos <small>(IR+PT)</small> | - | 2.423,86 | 9.155,69 | 12.334,95 |
| TOTAL DE EGRESOS | -24.949,06 | -73.940,70 | -91.272,90 | -79.521,57 |
| FLUJO NETO | | | | |
| <small>(Ingresos - Egresos)</small> | -24.949,06 | 2.642,30 | 19.082,10 | 34.738,43 |
| SALDO INICIAL | - | -24.949,06 | -22.306,76 | -3.224,66 |
| FLUJO NETO DE FONDOS ACUMULADO CON SALDOS | -24.949,06 | -22.306,76 | -3.224,66 | 31.513,77 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | |

Cuadro 62: Flujo De Efectivo Anual Proyectado

7.3. EVALUACIÓN FINANCIERA

7.3.1. VALOR ACTUAL NETO VAN

Este método de evaluación permite analizar en valor presente los flujos de efectivo futuros que el proyecto generará, a una tasa de interés y descontados la inversión inicial.

La fórmula a utilizar es:

$$VAN = II + \frac{FNE_1}{(1+r)^1} + \frac{FNE_2}{(1+r)^2} + \frac{FNE_3}{(1+r)^3} + \dots + \frac{FNE_n}{(1+r)^n}$$

donde:

VAN = Valor Actual Neto

II = Inversión Inicial

FNE = Flujo Neto de Efectivo

n = Tiempo

r = Tasa de interés

Se debe tomar en cuenta que:

Si VAN > 0: El proyecto es aceptable

Si VAN < 0: El proyecto no es aceptable

Como tasa de descuento se utiliza la tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR con financiamiento, la misma que es del 10,48%

El cálculo de la TMAR se presenta en el Anexo 14.

| VALOR ACTUAL NETO | | | |
|-------------------------------|-----------------|----------------|---------------------|
| TMAR = | | | 10,48% |
| Tiempo | Ingresos | Egresos | FNE |
| 0 | - | 24.949,06 | -24.949,06 |
| 1 | 76.583,00 | 73.940,70 | 2.642,30 |
| 2 | 110.355,00 | 91.272,90 | 19.082,10 |
| 3 | 114.260,00 | 79.521,57 | 34.738,43 |
| VAN | | | \$ 17.047,13 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 63: Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto al mes inicial presenta un valor de \$17.047,13 lo que indica que con un VAN mayor a cero o positivo el proyecto es viable, pues implica beneficios a lo largo del periodo considerado.

7.3.2. TASA INTERNA DE RETORNO TIR

La tasa interna de retorno permite evaluar al proyecto en función de una tasa de rendimiento por período, midiendo la factibilidad financiera al considerar los flujos descontados a la inversión inicial.

Es la tasa de descuento que hace que el valor actual neto sea cero.

Se calcula mediante la fórmula:

$$TIR = \frac{FNE_1}{(1+r)^1} + \frac{FNE_2}{(1+r)^2} + \frac{FNE_3}{(1+r)^3} + \dots + \frac{FNE_n}{(1+r)^n}$$

donde:

TIR = Tasa Interna de Retorno

FNE = Flujo Neto de Efectivo

n = Tiempo

r = Tasa de rendimiento requerida

Se debe considerar que:

Si $TIR > \text{tasa de descuento } (r)$: El proyecto es aceptable

Si $TIR < \text{tasa de descuento } (r)$: El proyecto no es aceptable

| TASA INTERNA DE RETORNO | | | |
|-------------------------------|---------------|------------------------|-------------|
| TIR | | 38.46% | |
| Número De Cálculos | Interés Anual | Van Calculado | |
| 1 | 35,00% | VAN ₍₁₎ = | \$ 1.183,44 |
| 2 | 40,00% | VAN ₍₂₎ = | \$ -475,83 |
| Interpolación | 38,46% | VAN _(TIR) = | \$ 0,00 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

Cuadro 64: Tasa Interna De Retorno

La Tasa Interna de Retorno es del 38,46% siendo mayor que el costo de oportunidad del 10,48%, presentando al proyecto como aceptable. La TIR produce mayor rentabilidad que la tasa de descuento.

7.3.3. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Es el tiempo en que se tarda la inversión inicial recuperarse a través de los flujos de caja generados por el proyecto traídos al presente.

La inversión se recupera en el período en el cual los flujos de efectivo acumulados son mayores a la inversión inicial.

| PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL | | |
|--|-------------------------------|------------------------------------|
| Mes | Flujo Neto de Efectivo | Flujo Acumulado de Efectivo |
| 0 | 25.024,06 | -24.949,06 |
| 1 | 2.143,55 | -22.805,51 |
| 2 | -507,29 | -23.312,80 |
| 3 | 402,76 | -22.910,04 |
| 4 | 660,51 | -22.249,54 |
| 5 | 908,34 | -21.341,20 |
| 6 | 675,38 | -20.665,82 |
| 7 | 596,07 | -20.069,76 |
| 8 | 596,07 | -19.473,69 |
| 9 | 596,07 | -18.877,62 |
| 10 | 536,59 | -18.341,03 |
| 11 | 596,07 | -17.744,96 |
| 12 | -4.584,67 | -22.329,64 |
| 13 | 4.362,78 | -17.966,86 |
| 14 | 1.951,84 | -16.015,02 |
| 15 | 2.967,96 | -13.047,06 |
| 16 | 1.882,45 | -11.164,61 |
| 17 | 1.708,96 | -9.455,65 |
| 18 | 1.768,44 | -7.687,21 |
| 19 | 1.768,44 | -5.918,77 |
| 20 | 1.768,44 | -4.150,33 |
| 21 | 1.708,96 | -2.441,37 |
| 22 | 1.944,95 | -496,42 |
| 23 | 2.199,86 | 1.703,44 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

Cuadro 65: Período De Recuperación Del Capital

La inversión en el mes 0 para el proyecto es de \$24.949,06, la misma que corresponde a la inversión de activos diferidos, de capital y de trabajo, es recuperada según los flujos acumulados de efectivo en 23 meses.

7.3.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

| ESCENARIO 1 | | | | | | | | | | | |
|-----------------|--------|-----------------|--------|----------------|--------------------------|--------------------|----------------------|--------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------------|
| Cantidad (Q) | Precio | Cantidad (Q) | Precio | Total niños | Incremento Matriculas | Total Matricula | Total de Ingresos | Costo Fijo (CF) | Costo Variable (CV) | Costo Total (CF+CV) | Utilidad (Ingreso-Costo) |
| 24 | 130 | 6 | 150 | 30 | 30 | 3000 | 7.020,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | 1048 |
| 25 | 130 | 7 | 150 | 32 | 2 | 200 | 4.500,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | -1472 |
| 26 | 130 | 8 | 150 | 34 | 2 | 200 | 4.780,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | -1192 |
| 27 | 130 | 9 | 150 | 36 | 2 | 200 | 5.060,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | -912 |
| 28 | 130 | 10 | 150 | 38 | 2 | 200 | 5.340,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | -632 |
| 29 | 130 | 11 | 150 | 40 | 2 | 200 | 5.620,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | -352 |
| 30 | 130 | 12 | 150 | 42 | 2 | 200 | 5.900,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | -72 |
| 31 | 130 | 13 | 150 | 44 | 2 | 200 | 6.180,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | 208 |
| 32 | 130 | 14 | 150 | 46 | 2 | 200 | 6.460,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | 488 |
| 33 | 130 | 15 | 150 | 48 | 2 | 200 | 6.740,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | 768 |
| 34 | 130 | 16 | 150 | 50 | 2 | 200 | 7.020,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | 1048 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaboración: Karina Navarrete

Cuadro 66: Punto De Equilibrio 1

| ESCENARIO 2 | | | | | | | | | | | |
|-----------------|--------|-----------------|--------|----------------|--------------------------|--------------------|----------------------|--------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------------|
| Cantidad (Q) | Precio | Cantidad (Q) | Precio | Total niños | Incremento Matriculas | Total Matricula | Total de Ingresos | Costo Fijo (CF) | Costo Variable (CV) | Costo Total (CF+CV) | Utilidad (Ingreso-Costo) |
| 24 | 130 | 6 | 150 | 30 | 30 | 3000 | 7.020,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | 1048 |
| 25 | 130 | 7 | 150 | 32 | 2 | 200 | 4.500,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | -1472 |
| 26 | 130 | 8 | 150 | 34 | 2 | 200 | 4.780,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | -1192 |
| 27 | 130 | 9 | 150 | 36 | 2 | 200 | 5.060,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | -912 |
| 28 | 130 | 10 | 150 | 38 | 2 | 200 | 5.340,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | -632 |
| 29 | 130 | 11 | 150 | 40 | 2 | 200 | 5.620,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | -352 |
| 30 | 130 | 12 | 150 | 42 | 2 | 200 | 5.900,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | -72 |
| 30 | 130 | 12 | 150 | 42 | 0 | 0 | 5.700,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | -272 |
| 31 | 130 | 12 | 150 | 43 | 1 | 100 | 5.930,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | -42 |
| 31 | 130 | 12 | 150 | 43 | 0 | 0 | 5.830,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | -142 |
| 31 | 130 | 13 | 150 | 44 | 2 | 200 | 6.180,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | 208 |
| 31 | 130 | 13 | 150 | 44 | 0 | 0 | 5.980,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | 8 |
| 32 | 130 | 12 | 150 | 44 | 0 | 0 | 5.960,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | -12 |
| 30 | 130 | 14 | 150 | 44 | 0 | 0 | 6.000,00 | 5.756,74 | 215,54 | 5.972,28 | 28 |

Cuadro 67: Punto De Equilibrio 2

En el escenario 1 considerando el ingreso que se percibe por la matrícula y los ingresos percibidos por pensión mensual el punto de equilibrio a alcanzarse es de 44 niños.

Para dicho cálculo del punto de equilibrio no se ha considerado los ingresos por uniforme y seguro, ya que éstos son contemplados como un egreso. El cálculo para los costos variables se ha realizado utilizando el valor promedio para los mismos.

Sin embargo para conocer la cantidad de niños que se requiere, una vez que ya no ingresen niños y por lo tanto no se perciba ingreso por matrículas, es necesario realizar un segundo escenario del punto de equilibrio.

El número de niños con los cuales el Centro Infantil está en capacidad de operar sin tener pérdidas en el escenario 2 es de 44 niños, siempre y cuando la captación de clientes sea de 30 niños a medio tiempo y 14 niños a tiempo completo, pues si se realiza en la combinación presentada de 32 niños a medio tiempo y 12 niños a tiempo completo, el negocio incurriría en pérdidas.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Realizando el presente proyecto de Formulación de un Plan de Negocios para la creación de una empresa dedicada al cuidado infantil se ha podido establecer varias conclusiones y recomendaciones.

6.7. CONCLUSIONES

- La elaboración del Plan de Negocios es una herramienta que ha permitido mostrar que el proyecto es viable en las cinco fases de decisión como son: Estudio de Mercado, Plan Estratégico, Plan de Marketing, Estudio Técnico y Estudio Financiero.
- La Tasa de Crecimiento Demográfica planteada por la Unidad de Estudios del Municipio de Quito, permite conocer un incremento de la cantidad de niños que se encuentran en edades de asistir a un centro de desarrollo infantil lo que significa que existe crecimiento del mercado.
- La información que proporcionaron los encuestados es una base que se ha tomado en cuenta para el establecimiento de un Centro de Cuidado Infantil.
- El estudio de mercado permite establecer la existencia de demanda insatisfecha en el segmento seleccionado, lo que permite incursionar a una nueva empresa en el mercado brindando un servicio diferenciado e innovador.

- La empresa ofrecerá al mercado un servicio de cuidado infantil para personas con hijos menores de doce años en el sector de la floresta; a través de una atención de excelencia, además de brindar los nutrientes necesarios, con el fin de que los padres de familia continúen sus labores normales con tranquilidad que sus niños se encuentran bien cuidados.
- La preparación del personal que labore en el Centro Infantil estará acorde con la formación integral del ser humano, con educación personalizada y en valores.
- El proceso educativo de las niñas y niños debe ser integral, por lo que con preparación pedagógica y con la utilización de los debidos métodos esto se conseguirá a través del Centro de Cuidado Infantil que se establecerá en la Floresta en Quito.
- El Estudio Financiero permite determinar la cantidad de inversión pre-operacional y de capital necesaria que es de \$24.949,06 y la inversión de trabajo que es de \$6.446,55 para dar inicio al las actividades de la empresa.
- De acuerdo a los estados financieros pro forma, se determina una utilidad neta promedio de 15.90% sobre las ventas durante el período analizado.
- El punto de equilibrio permite conocer la cantidad mínima necesaria de niños a atender que es de 44 niños sin que la empresa incurra en pérdidas.
- El Valor Actual Neto para este proyecto alcanza un valor positivo de \$17.047,13 y una Tasa Interna de Retorno del 38% lo que demuestra la alta rentabilidad para poner en marcha este negocio

6.8. RECOMENDACIONES

- Se recomienda la implantación del proyecto, puesto que la investigación de mercado muestra la existencia de demanda insatisfecha, y los resultados obtenidos en el estudio financiero, exponen al proyecto como viable y rentable.
- Iniciar las actividades de atención con 30 niños e incrementar la cantidad de niños atendidos en diversos grupos de edades hasta llegar a los 70 niños atendidos mensualmente.
- La realización de este proyecto aporta de una manera protagónica a mejorar la calidad de enseñanza de niños y niñas en beneficio de la comunidad.
- Crear un ambiente y clima organizacional lleno de afecto, comprensión y cariño; para que los trabajadores se sientan a gusto y transmitan estos sentimientos a los menores.
- Seguir el desarrollo psicoevolutivo en las áreas de lenguaje, motora, intelecto – cognitivo, social y de la conducta - autonomía, que permitan el desarrollo de la inteligencia emocional y cognitiva mediante la aplicación de técnicas de estimulación temprana.
- Incursionar en programas que desarrollen el área socioafectiva, motriz, de lenguaje y cognitiva de los niños para que cubra y supere las expectativas de los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- BACA URBINA Gabriel; **Evaluación de proyectos**; Ed. Mc Graw Hill; Cuarta Edición; México; 2001.
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR; **Ecuador: Evolución de la Balanza Comercial Enero-Abril 2006**; Dirección General de Estudios; Ecuador; 2006.
- BORELLO Antonio; **El Plan de Negocios**; Ed. Mc Graw Hill; Colombia; 2001.
- BRAVO VALDIVIESO Mercedes; **Contabilidad General**; Ed. Nuevo día; Quinta Edición; 2004; Pág.192.
- CENTRO DE ESTUDIOS DE POBLACIÓN Y PATERNIDAD RESPONSABLE; **Revista Encuesta Demográfica y de Salud Materna e Infantil. Endemain-94. Pichincha**; Gráficas Avilés; Ecuador; 1996.
- CRYER Debby; **Diario Clearinghouse on Elementary and Early Childhood Education**; 1999.
- DAVID Fred; **Conceptos de Administración Estratégica**; Ed. Prentice Hall Hispanoamericana; Quinta Edición; 1997.
- DE LA VEGA GARCÍA Ignacio; **El Plan De Negocio: Una Herramienta Indispensable**; Ed. Instituto de Empresa; España; 2004.
- Dirección Nacional de Planeamiento de la Educación.
- EROSA Victoria; **Proyectos de Inversión en Ingeniería**; Ed. Limusa Noriega; México; 1998.
- FERRÉ José María; **Investigación de Mercados Estratégica**; Ed. Gestión 2000; España; 1997.
- FISCHER Laura, ESPEJO Jorge; **Mercadotecnia**; Ed. Mc Graw Hill; México; Tercera Edición; 2004.
- GÓMEZ Silvia, ÁLVAREZ Iván; **Diccionario de Términos Financieros y de Bolsa**; Ed. Nomos; Colombia; 2003.
- JINENA INFANTE Roberto; **Introducción a la Planificación Estratégica**; Ed. Lusem; Chile; 2002.

- KINNEAR Thomas; TAYLOR James; **Investigación de Mercados**; Ed. Mc Graw Hill; Quinta Edición; Colombia; 1998.
- KOONTZ Harold; WEIHRICH Heinz; **Administración una Perspectiva Global**; Ed. Mc Graw Hill; Onceava Edición; México; 1994.
- LEÓN Luís Eduardo; **Marketing Notas Técnicas**; Escuela Politécnica Nacional; Quito; 2003.
- Microsoft ® Encarta ® 2006. © 1993-2005 Microsoft Corporation
- MINISTERIO DE BIENESTAR SOCIAL; **Manual para la Organización y Administración de Centros Infantiles**; Ecuador; 1998.
- MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO; **Plan Equinoccio 21 Quito hacia el 2025**; Ecuador; 2005.
- MUÑOZ GUERRERO Mario; **Proyectos; Universidad Central del Ecuador**; Quito-Ecuador; 2000; Pág. 135.
- OROZCO Arturo; **Investigación de Mercados: Concepto y Práctica**; Ed. Norma; Colombia; 1999.
- PORTER Michael; **Estrategia Competitiva**; Ed. Continental; México; 2000.
- PORTER Michael; **Ventaja Competitiva: Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior**; Ed. Continental; Segunda Edición; México; 2002.
- SERNA GÓMEZ Humberto; **Planificación y Gestión Estratégica**; Ed. Legis; Colombia; 1994.
- SHEAFFER Richard; MENDEANHALL William; OTT Lyman; **Elementos de Muestreo**; Ed. Iberoamérica; México; 1987.
- STANTON William, ETZEL Michael, WALTER Bruce; **Fundamentos de Marketing**; Ed. Mc Graw Hill; undécima edición; México; 1999.
- Unidad de Estudios e Investigación; DMTV-MDMQ.
- VI Censo de Población y V de Vivienda, Cantón Quito, 2001.

PÁGINAS WEB

- <http://www.bce.fin.ec.htm>.
- <http://www.monografias.com.htm>.
- <http://www.gestiopolis.com.htm>
- <http://www.dinero.com.ve/plandenegocios.html>
- <http://www.esmas.com/emprendedores.html>
- <http://www.marketing-xxi.com/el-plan-de-marketing-en-la-empresa-132.htm>
- <http://www.emprendedores.cl/desarrollo/mantenedores>.
- <http://www.realplan.com.ar/guiaword.htm>
- http://www.cibnor.mx/vinculacion/pdfs/plan_organizacional.pdf
- http://www.emprendedorxxi.coop/pdf/plan_empresa1.pdf

ANEXOS

ANEXO 1

FORMULARIO DE ENCUESTA



ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL

ESCUELA DE CIENCIAS

INGENIERÍA EMPRESARIAL



Objetivo: La encuesta a realizarse es con fines académicos, para recolectar información respecto a la creación de un nuevo centro de cuidado infantil ubicado en el sector de La Floresta, por lo que solicito su colaboración contestando con toda libertad las siguientes preguntas.

Fecha:...../...../.....

Información General

1. Edad (años cumplidos):.....

2. Género:

| | | | | | | | |
|-----------|--|--|--|----------|--|--|--|
| Masculino | | | | Femenino | | | |
|-----------|--|--|--|----------|--|--|--|

3. Actividad a la que se dedica:.....

Información Específica

4. ¿Tiene ud hijos menores de 12 años?

| | | | | | | | |
|----|--|--|--|----|--|--|--|
| Si | | | | No | | | |
|----|--|--|--|----|--|--|--|

Si su respuesta fue negativa termina la encuesta, GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

5. ¿Entre qué edades se encuentran sus hijos y cuántos hijos tiene?

| | |
|-------------|--------------------------|
| 0 – 1 años | <input type="checkbox"/> |
| 1 – 2 años | <input type="checkbox"/> |
| 2 – 5 años | <input type="checkbox"/> |
| 5 – 12 años | <input type="checkbox"/> |

6. ¿Qué tipo de Cuidado Infantil reciben sus hijos?

- a) Madre
- b) Otro miembro del Hogar
- c) Servicio doméstico
- d) Niñera temporal
- e) Servicio de Guardería Infantil Estatal
- f) Servicio de Guardería Infantil Privada
- g) Otros: (Especifique)

.....

7. ¿Alguna vez ha contratado un servicio de cuidado infantil?

| | | | | | | | |
|----|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
|----|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----|--------------------------|--------------------------|--------------------------|

Si su respuesta fue **POSITIVA** pase a la pregunta **7.1.**

Si su respuesta fue **NEGATIVA** pase a la pregunta **7.2.**

7.1. ¿Cómo conoció el Centro de Cuidado Infantil?

- a) Recomendación Personal
- b) Páginas Amarillas
- c) Prensa
- d) Visita Personal al Establecimiento
- e) Otros: (Especifique)

.....

7.2. ¿Por qué no ha accedido o ha dejado de acceder a un centro de cuidado infantil?

| | |
|--|--------------------------|
| a) Tiene quien cuide a sus hijos | <input type="checkbox"/> |
| b) Considera que los centros de cuidado infantil son inseguros | <input type="checkbox"/> |
| c) Considera que los centros de cuidado infantil son costosos | <input type="checkbox"/> |
| d) Otros: (Especifique) | <input type="checkbox"/> |

.....

8. ¿Cómo valora las siguientes características al momento de contratar un servicio de cuidado infantil? En un rango de importancia de 1 a 4, dónde:

4 Muy Importante, 3 Importante, 2 Poco Importante, 1 Nada Importante

| | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|---|---|---|---|
| a) Precios convenientes | | | | |
| b) Una infraestructura adecuada | | | | |
| c) Una ubicación conveniente | | | | |
| d) Atendido por personal capacitado, | | | | |
| e) Plan de Educación integral y especial | | | | |
| f) Plan de alimentación | | | | |
| g) Otros: (Especifique) | | | | |

.....

9. ¿Qué servicio o servicios en un Centro de Cuidado Infantil usted contrataría?

| | |
|--------------------------|--|
| a) Estimulación Temprana | |
| b) Servicio de Guardería | |
| c) Servicio Alimenticio | |
| d) Nivelación Escolar | |
| e) Idiomas | |
| f) Otros: (Especifique) | |

.....

10. ¿Qué precio mensual estaría dispuesto a pagar por este servicio de atención al niño?

| | | | | | |
|--------------|--|---------------|--|-------------------|--|
| \$70 – \$100 | | \$100 – \$140 | | \$140 en adelante | |
|--------------|--|---------------|--|-------------------|--|

11. ¿Acudiría usted al Centro de Cuidado Infantil?

| | | | | | | | |
|----|--|--|--|----|--|--|--|
| Si | | | | No | | | |
|----|--|--|--|----|--|--|--|

¿Por

que?.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2

MATRIZ DE HOLMES PARA LOS FACTORES CRÍTICOS

| FORTALEZAS | | | | | | | | | |
|--------------|---|---|---|---|---|---|------|----------|-------|
| Factores | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | Suma | Promedio | Orden |
| 1 | ■ | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 7% | 5 |
| 2 | 1 | ■ | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 33% | 1 |
| 3 | 1 | 0 | ■ | 1 | 1 | 0 | 3 | 20% | 3 |
| 4 | 1 | 0 | 0 | ■ | 1 | 0 | 2 | 13% | 4 |
| 5 | 0 | 0 | 0 | 0 | ■ | 0 | 0 | 0% | 6 |
| 6 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | ■ | 4 | 27% | 2 |
| Total | | | | | | | 15 | 100% | |

| OPORTUNIDADES | | | | | | | | | |
|---------------|-----|---|-----|---|---|------|----------|-------|--|
| Factores | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Suma | Promedio | Orden | |
| 1 | ■ | 0 | 0,5 | 1 | 0 | 1,5 | 15% | 4 | |
| 2 | 1 | ■ | 1 | 1 | 1 | 4 | 40% | 1 | |
| 3 | 0,5 | 0 | ■ | 1 | 1 | 2,5 | 25% | 2 | |
| 4 | 0 | 0 | 0 | ■ | 0 | 0 | 0% | 5 | |
| 5 | 1 | 0 | 0 | 1 | ■ | 2 | 20% | 3 | |
| Total | | | | | | 10 | 100% | | |

| DEBILIDADES | | | | | | |
|--------------|---|---|---|------|----------|-------|
| Factores | 1 | 2 | 3 | Suma | Promedio | Orden |
| 1 | ■ | 1 | 1 | 2 | 67% | 1 |
| 2 | 0 | ■ | 0 | 0 | 0% | 3 |
| 3 | 0 | 1 | ■ | 1 | 33% | 2 |
| Total | | | | 3 | 100% | |

| OPORTUNIDADES | | | | | | | | | |
|---------------|-----|-----|-----|---|---|------|----------|-------|--|
| Factores | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Suma | Promedio | Orden | |
| 1 | ■ | 0,5 | 0 | 1 | 1 | 2,5 | 25% | 2 | |
| 2 | 0,5 | ■ | 0,5 | 0 | 0 | 1 | 10% | 4 | |
| 3 | 0 | 0,5 | ■ | 0 | 0 | 0,5 | 5% | 5 | |
| 4 | 0 | 1 | 1 | ■ | 1 | 3 | 30% | 1 | |
| 5 | 0 | 0 | 1 | 1 | ■ | 2 | 20% | 3 | |
| Total | | | | | | 9 | 90% | | |

ANEXO 3

MATRIZ DE HOLMES PARA LA MICRO-LOCALIZACIÓN

| MICRO LOCALIZACIÓN | | | | | | | |
|--------------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------|------|----------|-------|
| Factores | Tamaño del local | Costo del local | Espacios verdes | Seguridad | Suma | Promedio | Orden |
| Tamaño del local | | 1 | 1 | 0,5 | 2,5 | 42% | 1 |
| Costo del local | 0 | | 1 | 0,5 | 1,5 | 25% | 2 |
| Espacios verdes | 0 | 0 | | 0,5 | 0,5 | 8% | 3 |
| Seguridad | 0,5 | 0,5 | 0,5 | | 1,5 | 25% | 2 |
| Total | | | | | 8 | 100% | |

ANEXO 4

PLANO DEL LOCAL

ANEXO 5

DETALLE DE RECURSOS DE INFRAESTRUCTURA

| MOBILIARIO DE OFICINA | | | |
|---------------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
| Archivador | 3 | 80,00 | 240,00 |
| Mesa para Computadora con silla | 2 | 51,90 | 103,80 |
| mesa de centro | 1 | 26,82 | 26,82 |
| Sillones | 1 | 400,00 | 400,00 |
| sillas | 4 | 15,41 | 61,64 |
| Escritorio | 1 | 126,82 | 126,82 |
| Caja fuerte | 1 | 40,31 | 40,31 |
| Total | | 741,26 | 999,39 |
| Fuente: Tventas, Megamaxi. | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

| MOBILIARIO DE COCINA | | | |
|---|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
| Juego de comedor | 1 | 100,00 | 100,00 |
| Anaqueles | 1 | 74,18 | 74,18 |
| Total | | 174,18 | 174,18 |
| Fuente: Megamaxi, Mercado de San Roque. | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

| ELECTRODOMÉSTICOS | | | |
|--|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
| Refrigeradora | 1 | 311,00 | 311,00 |
| Microonda | 1 | 89,50 | 89,50 |
| Cocina | 1 | 100,00 | 100,00 |
| Tanques de gas | 2 | 50,00 | 100,00 |
| Licadoras | 1 | 54,00 | 54,00 |
| Cafetera | 1 | 12,60 | 12,60 |
| Televisión | 1 | 323,15 | 323,15 |
| Radio CD | 1 | 115,50 | 115,50 |
| DVD | 1 | 100,00 | 100,00 |
| Total | | 1.155,75 | 1.205,75 |
| Fuente: Tventas, Artefacta, Almacenes Japón, Distribuidora de Gas. | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

| MENAJE DE COCINA | | | |
|---|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
| Vajilla Plástica | 1 | 60,20 | 60,20 |
| Cubiertos | 2 | 9,90 | 19,80 |
| Set de recipientes | 2 | 17,50 | 35,00 |
| Vasos | 20 | 0,69 | 13,80 |
| Olla de aluminio de 40 qts de galón | 3 | 9,60 | 28,80 |
| Extintor | 2 | 45,00 | 90,00 |
| Dispensador de agua | 2 | 13,68 | 27,36 |
| Total | | 156,57 | 274,96 |
| Fuente: Tventas, Megamaxi, Pycca, Soldatecni. | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

| ÁREA DE INGLÉS | | | |
|-------------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
| Maglo English | 1 | 190,40 | 190,40 |
| Sesame English | 1 | 190,40 | 190,40 |
| Sound Buga x 2 DVD | 1 | 84,00 | 84,00 |
| Total | | 464,80 | 464,80 |
| Fuente: Lidex Editores | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

| MOBILIARIO INFANTIL | | | |
|---|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
| Mesa trapezoidal o rectangular preescolar | 20 | 42,56 | 851,20 |
| Sillas plásticas preescolar | 40 | 2,46 | 98,56 |
| Sillas plásticas escolar | 20 | 3,56 | 71,23 |
| Casillero para útiles/loncheras x 20 espacios | 3 | 156,80 | 470,40 |
| Revistero doble | 2 | 62,72 | 125,44 |
| Anaquele con cajones | 2 | 179,20 | 358,40 |
| Perchero simple x 10 | 1 | 31,36 | 31,36 |
| Pizarra de tinta líquida 1.22 x 1.22 | 6 | 53,76 | 322,56 |
| Corchografo | 1 | 40,32 | 40,32 |
| Teatrino grande | 1 | 134,40 | 134,40 |
| Títere personaje peluche | 5 | 7,28 | 36,40 |
| Títere animales peluche | 5 | 7,28 | 36,40 |
| Asistenciógrafo | 1 | 50,40 | 50,40 |
| Rincones del hogar (Sala) | 1 | 109,76 | 109,76 |
| Rincones del hogar (Dormitorio + colchón) | 1 | 109,76 | 109,76 |
| Rincones del hogar (Cocina) | 1 | 109,76 | 109,76 |
| Total | | 1.101,39 | 2.956,35 |
| Fuente: Lidex Editores | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

| DECORACIÓN | | | |
|----------------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
| Bordes decorativos | 10 | 5,04 | 50,40 |
| Colección de afiches decorativos | 2 | 40,32 | 80,64 |
| Total | | 45,36 | 131,04 |
| Fuente: Lidex Editores | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

| GIMNASIOS INFANTILES | | | |
|--|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
| Colchoneta individual 2x1x0,08 | 1 | 62,72 | 62,72 |
| Gimnasio de expresión corporal x 8 piezas | 1 | 300,16 | 300,16 |
| Gimnasio de estimulación temprana x 10 piezas | 1 | 313,60 | 313,60 |
| Colchoneta individual 2x1x0,10 | 1 | 76,16 | 76,16 |
| Equipo psicomotor | 1 | 520,80 | 520,80 |
| Paquete de zancos x 6 pares | 1 | 44,80 | 44,80 |
| Piscina de pelotas 1,50 x 1,50 + 500 pelotas + grada | 1 | 436,80 | 436,80 |
| Piscina de pelotas 1,20 x 1,20 + 200 pelotas | 1 | 313,60 | 313,60 |
| Túnel plegable | 1 | 61,60 | 61,60 |
| Total | | 2.130,24 | 2.130,24 |
| Fuente: Lidex Editores. | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

| SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA | | | |
|--|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
| Escobas | 2 | 1,20 | 2,40 |
| Trapeadores | 2 | 1,80 | 3,60 |
| Palas de basura | 2 | 1,00 | 2,00 |
| Implementos de limpieza y aseo | 2 | 2,30 | 4,60 |
| Papel higiénico | 4 | 0,69 | 2,76 |
| Servilletas | 2 | 0,78 | 1,56 |
| Total | | 7,77 | 16,92 |
| Fuente: Megamaxi, Viveres San Ignacio. | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

| SUMINISTROS Y MATERIALES DE OFICINA | | | |
|--|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
| Materiales de Oficina | 1 | 60,00 | 60,00 |
| Total | | 60,00 | 60,00 |
| Fuente: Megamaxi | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

| MATERIAL DIDÁCTICO | | | |
|--|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
| Rotafolio Descubro Mi Mundo 1/2/3 (14 láminas) | 3 | 50,40 | 151,20 |
| Caballito Saltarín | 1 | 42,56 | 42,56 |
| Tarro de ensartable para motricidad fina | 5 | 47,04 | 235,20 |
| Tarro de botones para motricidad fina | 5 | 47,04 | 235,20 |
| Ensartable blanco / negro | 5 | 47,04 | 235,20 |
| Cubo de la vida diaria | 2 | 24,82 | 49,64 |
| Bloques octogonales (50 unidades) | 1 | 73,92 | 73,92 |
| Bloques texturizados (72 unidades) | 1 | 80,64 | 80,64 |
| Carrito de bloques de construcción | 5 | 50,40 | 252,00 |
| Multimasaico + 20 láminas | 1 | 50,40 | 50,40 |
| Laberinto simple | 1 | 28,00 | 28,00 |
| Cofre HANS 1 (material didáctico para 0 a 3 años) | 1 | 78,40 | 78,40 |
| Cofre HANS 2 (material didáctico para 3 a 6 años) | 1 | 78,40 | 78,40 |
| Set de libros para trabajo diario | 3 | 23,52 | 70,56 |
| Set de pasado niño/niña | 5 | 8,12 | 40,60 |
| Juego de texturas | 5 | 12,66 | 63,28 |
| Juego Tactil de parejas | 5 | 22,27 | 111,33 |
| Juego Tactil de pies | 5 | 105,00 | 525,00 |
| Dominó de texturas | 5 | 13,91 | 69,55 |
| Láminas para punzar | 10 | 7,56 | 75,60 |
| Actividades lúdicas | 1 | 3,92 | 3,92 |
| Niño/Niña articulado | 1 | 7,00 | 7,00 |
| Tablero multiuso + punzón | 10 | 5,04 | 50,40 |
| Zapato para amarrar cordón | 1 | 7,56 | 7,56 |
| Encajes de unidades de trabajo | 5 | 8,96 | 44,80 |
| Encaje Toys transparentes | 5 | 6,44 | 32,20 |
| Encaje Toys frutas | 5 | 6,44 | 32,20 |
| Caja Lógica | 1 | 14,11 | 14,11 |
| Caja Juguemos con los cubos | 1 | 14,11 | 14,11 |
| Girógrafo anatómico | 1 | 11,29 | 11,29 |
| Girógrafo numérico | 1 | 11,29 | 11,29 |
| Girógrafo tablero posicional | 1 | 12,54 | 12,54 |

| | | | |
|--------------------------------------|----|-----------------|-----------------|
| Girógrafo secuencias geométricas | 1 | 12,54 | 12,54 |
| Alcancia de figuras | 1 | 15,25 | 15,25 |
| Rompecabezas pequeño hasta 20 piezas | 10 | 5,32 | 53,20 |
| Rompecabezas grande hasta 50 piezas | 10 | 17,80 | 177,97 |
| Pirámides para insertar | 1 | 10,64 | 10,64 |
| Plantado de cilindro | 1 | 12,94 | 12,94 |
| Total | | 1.075,29 | 3.070,65 |
| Fuente: Lidex Editores | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

| SELLOS | | | |
|--|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
| Aprestamiento ^ 30 sellos | 1 | 68,99 | 68,99 |
| Animales y frutas ^ 30 sellos | 1 | 68,99 | 68,99 |
| Pre-matemática ^ 40 sellos | 1 | 47,67 | 47,67 |
| Secuencias ^ 32 sellos | 1 | 37,00 | 37,00 |
| Profesiones y oficios ^ 36 sellos | 1 | 42,02 | 42,02 |
| Números y Vocales en script ^ 15 sellos | 1 | 21,95 | 21,95 |
| Inglés básico ^ 10 sellos | 1 | 33,24 | 33,24 |
| Motivación o expresiones ^ 5 sellos No. 11 | 1 | 5,64 | 5,64 |
| Motivación o expresiones en Inglés ^ sellos No. 11 | 1 | 6,27 | 6,27 |
| Planas cursivas 1 | 1 | 52,06 | 52,06 |
| Planas cursivas 2 | 1 | 52,06 | 52,06 |
| Logros 1 | 1 | 13,80 | 13,80 |
| Generalidades x 100 | 1 | 33,24 | 33,24 |
| Sellos de conjuntos x 144 | 1 | 37,00 | 37,00 |
| Total | | 519,95 | 519,95 |
| Fuente: Lidex Editores | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

| PROGRAMAS EDUCATIVOS | | | |
|--|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
| Biblioteca de pedagogía y psicología infantil x 10 T | 1 | 109,76 | 109,76 |
| Enciclopedia de psicopedagogía x 6 T | 1 | 201,60 | 201,60 |
| Vamos a jugar | 1 | 40,32 | 40,32 |
| Estimulación temprana GAMMA | 1 | 69,44 | 69,44 |
| Manual de la educadora de preescolar | 1 | 87,36 | 87,36 |
| Manual de educación escolar | 1 | 87,36 | 87,36 |
| Inteligencias múltiples y de desarrollo del niño | 1 | 39,20 | 39,20 |
| La Educadora | 1 | 53,76 | 53,76 |
| Docente del siglo XXI | 1 | 89,60 | 89,60 |
| Jardincito en Acción | 1 | 56,00 | 56,00 |
| Bits de inteligencia | 1 | 221,76 | 221,76 |
| Bits de música + 10 CD interactivo de música clásica | 1 | 197,12 | 197,12 |
| Bits Conceptos Básicos | 1 | 84,00 | 84,00 |
| Tarjetas Diversión pre-escolar | 1 | 26,88 | 26,88 |
| Juegos de música y expresión corporal | 1 | 47,04 | 47,04 |
| Educación creativa (Proyectos de aula) | 1 | 76,16 | 76,16 |
| Valores para la convivencia | 1 | 40,32 | 40,32 |
| Biblioteca de juegos y actividades escolares | 1 | 106,40 | 106,40 |
| Educación Jugando | 1 | 94,08 | 94,08 |
| Me divierto con... | 1 | 98,56 | 98,56 |
| Fiestas | 1 | 98,56 | 98,56 |
| Juegos en movimientos (expresión corporal) | 1 | 98,56 | 98,56 |
| Mi Jardín Pimpones de color | 1 | 69,44 | 69,44 |
| Taller de fantasía | 1 | 69,44 | 69,44 |
| Manualidades Paso a Paso | 1 | 53,76 | 53,76 |
| Manitas Creativas | 1 | 62,72 | 62,72 |
| Taller de manualidades | 1 | 62,72 | 62,72 |
| Mi mundo de valores | 1 | 53,76 | 53,76 |
| Grandes ideas para jugar | 1 | 62,72 | 62,72 |
| 300 Juegos para los más pequeños | 1 | 87,36 | 87,36 |
| Manual de Educación Física | 1 | 87,36 | 87,36 |
| Total | | 2.633,12 | 2.633,12 |
| Fuente: Lidex Editores | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

| BIBLIOTECA INFANTIL | | | |
|--|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
| Teatro para los más pequeños | 1 | 109,76 | 109,76 |
| CD EDUCATIVOS E INTERACTIVOS | 1 | 11,20 | 11,20 |
| Plaza Sésamo | 1 | 190,40 | 190,40 |
| Maravilloso Mundo de Los Animales - DISNEY | 1 | 190,40 | 190,40 |
| Libros interactivos x 6 | 1 | 53,76 | 53,76 |
| Cuentos Puzzie clásicos x 8 | 1 | 94,08 | 94,08 |
| Cuentos Clásico Infantiles 1T + 2 CD | 1 | 35,84 | 35,84 |
| Cuentos infantiles famosos x 12 | 1 | 14,34 | 14,34 |
| Cuentilandia | 1 | 31,36 | 31,36 |
| Fabulandia | 1 | 31,36 | 31,36 |
| Paquete promocional infantil 2: Conocimiento/Aprendiendo/Mi primer libro/My Firts Songs/Mis primeras canciones | 1 | 106,40 | 106,40 |
| Set de cuentos La Granja de Katty x 6 | 1 | 26,88 | 26,88 |
| Total | | 895,78 | 895,78 |
| Fuente: Lidex Editores | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

| EQUIPO DE CÓMPUTO | | | |
|-------------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
| Computadora | 3 | 700,00 | 2.100,00 |
| Total | | 700,00 | 2.100,00 |
| Fuente: CompuStar | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

| EQUIPO DE OFICINA | | | |
|-------------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Detalle | Cantidad | Valor Unitario | Valor Total |
| Teléfono | 3 | 15,90 | 47,70 |
| Fax | 1 | 185,00 | 185,00 |
| Total | | 200,90 | 232,70 |
| Fuente: Tventas. | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

ANEXO 6

CÁLCULO COSTO DE SUELDOS Y SALARIOS

| COSTOS DE SUELDOS Y SALARIOS | | | |
|--|----------------------|--------------------|-----------------------|
| RUBRO | Costo Mensual | Costo Anual | Costo Unitario |
| Director Administrativo | 235,36 | 2.824,36 | 1,47 |
| Secretaria | 210,69 | 2.528,32 | 1,32 |
| Contador | 235,36 | 2.824,36 | 1,47 |
| Auxiliar de limpieza y cocina | 198,36 | 2.380,30 | 1,24 |
| Director Docente | 209,63 | 2.515,59 | 1,31 |
| Docentes (5) | 1.035,64 | 12.427,71 | 6,47 |
| Auxiliar Pedagógico (2) | 406,98 | 4.883,75 | 2,54 |
| Médico Pediatra | 235,36 | 2.824,36 | 1,47 |
| Psicóloga Infantil | 208,71 | 2.504,49 | 1,30 |
| Nutricionista | 207,13 | 2.485,54 | 1,29 |
| Total | 3.183,23 | 38.198,79 | 19,90 |
| Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo – Acuerdo N°000131. | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

| SUELDOS Y SALARIOS | | | | | | | | | | |
|--|--------------------------------|-------------------|-----------------|--------------------------------------|-------------------------|-----------------|----------------------------|------------------------|---------------------------|----------------------|
| DESCRIPCIÓN DEL RUBRO POR CARGO | Director Administrativo | Secretaria | Contador | Auxiliar de limpieza y cocina | Director Docente | Docentes | Auxiliar Pedagógico | Médico Pediatra | Psicóloga Infantil | Nutricionista |
| INGRESO MENSUAL | | | | | | | | | | |
| 1. Remuneración básica mínima unificada | 180,00 | 160,00 | 180,00 | 150,00 | 159,14 | 157,11 | 154,16 | 180,00 | 158,39 | 157,11 |
| 2. Décimo tercer sueldo | 15,00 | 13,33 | 15,00 | 12,50 | 13,26 | 13,09 | 12,85 | 15,00 | 13,20 | 13,09 |
| 3. Décimo cuarto sueldo | 13,33 | 13,33 | 13,33 | 13,33 | 13,33 | 13,33 | 13,33 | 13,33 | 13,33 | 13,33 |
| 5. Vacaciones | 7,50 | 6,67 | 7,50 | 6,25 | 6,63 | 6,55 | 6,42 | 7,50 | 6,60 | 6,55 |
| Total | 215,83 | 193,33 | 215,83 | 182,08 | 192,37 | 190,08 | 186,76 | 215,83 | 191,52 | 190,08 |
| COSTOS ADICIONALES | | | | | | | | | | |
| 1. Aporte al IESS (10,85%) | 19,53 | 17,36 | 19,53 | 16,28 | 17,27 | 17,05 | 16,73 | 19,53 | 17,19 | 17,05 |
| Total | 19,53 | 17,36 | 19,53 | 16,28 | 17,27 | 17,05 | 16,73 | 19,53 | 17,19 | 17,05 |
| COSTO TOTAL POR TRABAJADOR | 235,36 | 210,69 | 235,36 | 198,36 | 209,63 | 207,13 | 203,49 | 235,36 | 208,71 | 207,13 |
| Fuente: Ministerio de Trabajo y Empleo – Acuerdo N°000131. | | | | | | | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | | | | | | | |

ANEXO 7

SEGURO CONTRA ACCIDENTES



Señores

EMPRESEGUROS

Ciudad: Quito

| | |
|----------------|-----------------|
| REF: | CENTRO INFANTIL |
| COTIZACIÓN DE: | AP |

Por medio de la presente agradecemos su interés en cotizar con Seguros del Pichincha S.A. para lo cual detallamos el siguiente cuadro de coberturas y beneficios con sus respectivos costos:

| TABLA DE COBERTURA/MONTOS ASEGURADOS | | |
|--------------------------------------|--|-------|
| No. | COBERTURAS | ALT.1 |
| 3 | Muerte Accidental | 5.000 |
| 6 | Desmembración Accidental | 5.000 |
| 11 | Incapacidad Total y Permanente por accidente | 5.000 |
| 17 | Gastos Médicos por accidente | 1.000 |

| TABLA DE DEDUCIBLES | | ALT.1 |
|---|--|---------|
| Deducible por evento de Gastos Médicos por Acc. | | 10% V/S |

| PRIMAS | | ALT.1 |
|---------------------------------|--|-------|
| Prima sin Impuestos por Persona | | 19,33 |
| Prima con Impuestos por Persona | | 22,41 |

Notas aclaratorias:

- * Los derechos de emisión se cobran solo una vez, a la emisión de la póliza.
- * La edad de ingreso es de 65 años y de permanencia de 70 años.

Sin otro particular y en espera de sus importantes comentarios, suscribo

Atentamente,

Gabriela Viteri
GERENTE SUCURSAL QUITO
SEGUROS DEL PICHINCHA



ANEXO 8

REMUNERACIÓN SECTORIAL

*Ministerio de Trabajo y Empleo*

ACUERDO No.000131

DOCTOR RAUL IZURIETA MORA BOWEN
MINISTRO DE TRABAJO Y EMPLEO

CONSIDERANDO:

Que es deber del Ministerio de Trabajo y Empleo fijar las remuneraciones mínimas sectoriales y/o tarifas mínimas legales sobre la base de lo dispuesto en el Acuerdo Ministerial 000028 expedido el 7 de marzo del 2005;

En uso de las atribuciones que le confiere el artículo 179 numeral 6 de la Constitución Política de la República del Ecuador:

ACUERDA

Art. 1.- A partir del 1 de enero del 2005, fijar las remuneraciones mínimas sectoriales y/o tarifas mínimas legales, a nivel nacional, que recibirán los trabajadores protegidos por el Código del Trabajo que laboran en la rama o actividad económica de: CENTROS INFANTILES DE CUIDADO DIARIO, de acuerdo a lo siguiente:

0902 CENTROS INFANTILES DE CUIDADO DIARIO

| CODIGO | ESTRUCTURA OCUPACIONAL | REMUNERACION SECTORIAL |
|------------|--|------------------------|
| | | 1°Ene.2005 |
| 0902000009 | AUXILIAR DE LIMPIEZA Y COCINA | 150,00 |
| 0902000001 | AUXILIAR DE SERVICIOS GENERALES | 153,40 |
| 0902000002 | AUXILIAR PEDAGOGICA DE CENTROS INFANTILES | 154,16 |
| 0902000003 | RECREADOR DE PARVULOS (TITULADO) | 155,95 |
| 0902000004 | EDUCADOR DE PARVULOS (TITULADO) | 157,11 |
| 0902000005 | NUTRICIONISTA | 157,11 |
| 0902000006 | DIRECTOR (CON TITULO ACADEMICO RELATIVO AL PUESTO) | 159,14 |
| 0902000007 | TERAPISTA DE LENGUAJE | 156,30 |
| 0902000008 | PSICOLOGO/A (DOCTOR EN PSICOLOGIA) | 158,39 |

Art.2.- Para las ocupaciones o puestos de trabajo de este sector que no consten en la estructura ocupacional antes transcrita, las remuneraciones mínimas sectoriales y/o tarifas mínimas legales en ningún caso podrán ser inferiores a las de menor valor establecida en la tabla anterior.



Ministerio de Trabajo y Empleo

ACUERDO No.000131

Art. 3.- El incumplimiento e inobservancia de esta obligación patronal, será sancionada de conformidad con lo dispuesto en el artículo 626 y siguientes del Código del Trabajo.

El presente Acuerdo entrará en vigencia en forma inmediata sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Dado en Quito, Distrito Metropolitano a los diez días del mes de Marzo del 2005.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Raúl Izurieta Mora Bowen'.

**Dr. Raúl Izurieta Mora Bowen
MINISTRO DE TRABAJO Y EMPLEO**

ANEXO 9

AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO

| TABLA DE AMORTIZACIÓN | | | |
|-------------------------------|-----------|--------|------------|
| Tasa Activa | | | 10,37% |
| MES | VALOR | CUOTA | DIFERENCIA |
| 0 | 9.396,00 | | 8.960,82 |
| 1 | 8.960,82 | 435,18 | 8.525,63 |
| 2 | 8.525,63 | 435,18 | 8.090,45 |
| 3 | 8.090,45 | 435,18 | 7.655,26 |
| 4 | 7.655,26 | 435,18 | 7.220,08 |
| 5 | 7.220,08 | 435,18 | 6.784,90 |
| 6 | 6.784,90 | 435,18 | 6.349,71 |
| 7 | 6.349,71 | 435,18 | 5.914,53 |
| 8 | 5.914,53 | 435,18 | 5.479,34 |
| 9 | 5.479,34 | 435,18 | 5.044,16 |
| 10 | 5.044,16 | 435,18 | 4.608,98 |
| 11 | 4.608,98 | 435,18 | 4.173,79 |
| 12 | 4.173,79 | 435,18 | 3.738,61 |
| 13 | 3.738,61 | 435,18 | 3.303,42 |
| 14 | 3.303,42 | 435,18 | 2.868,24 |
| 15 | 2.868,24 | 435,18 | 2.433,05 |
| 16 | 2.433,05 | 435,18 | 1.997,87 |
| 17 | 1.997,87 | 435,18 | 1.562,69 |
| 18 | 1.562,69 | 435,18 | 1.127,50 |
| 19 | 1.127,50 | 435,18 | 692,32 |
| 20 | 692,32 | 435,18 | 257,13 |
| 21 | 257,13 | 435,18 | -178,05 |
| 22 | -178,05 | 435,18 | -613,23 |
| 23 | -613,23 | 435,18 | -1.048,42 |
| 24 | -1.048,42 | 435,18 | -1.048,42 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | |

En la tabla de amortización anterior se observa que al mes 20 el financiamiento externo queda cubierto en su totalidad.

La fórmula utilizada para este cálculo es la siguiente:

$$A = R * \left(\frac{1 - (1 - r)^{-n}}{r} \right)$$

donde:

| | |
|--------------------------|------------|
| A = Valor | ? |
| R = Cantidad Prestada | \$9.396,00 |
| n = Período del préstamo | 24 |
| r = Tasa de interés | 10,37% |

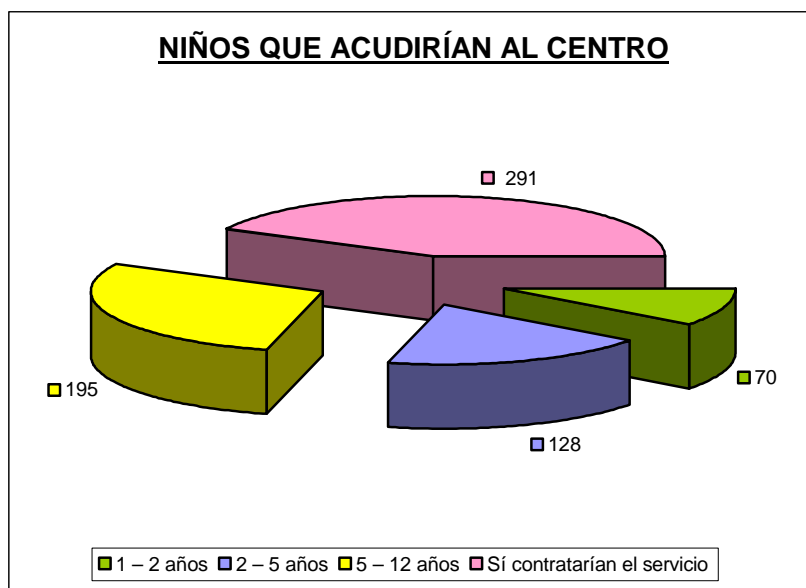
Considerando que el valor requerido es de \$9.396,00, a una tasa de interés del 10,37% anual y durante dos años, la cantidad a pagar es de \$435,18 cada mes.

ANEXO 10

DETALLE DEL CÁLCULO DE LOS INGRESOS

| NIÑOS QUE ACUDIRÍAN AL CENTRO | | |
|------------------------------------|------------|-------------|
| Número De Niños Según Edades | Cantidad | % |
| 1 – 2 años | 70 | 18% |
| 2 – 5 años | 128 | 33% |
| 5 – 12 años | 195 | 50% |
| Total | 393 | 100% |
| Sí contratarían el servicio | 291 | 74% |

Fuente: Investigación de Mercado.
Elaboración: Karina Navarrete



La tabla y el gráfico anterior muestran la cantidad de niños que estarían dispuestos a asistir al centro.

En el siguiente cuadro se aprecia la cantidad de niños en cada grupo de edad y en el horario al que asistirían.

| NÚMERO DE NIÑOS EN GRUPO DE EDAD Y HORARIO | | |
|---|----------------|-------------------|
| Q de Niños en el mes 1 | Año1 | Año2 |
| | | 30 |
| Grupo de Edad | Grupo 1 | Grupo 2 |
| | (Medio Tiempo) | (Tiempo Completo) |
| 1 – 2 años | 6 | 10 |
| 2 – 5 años | 10 | 17 |
| 5 – 12 años | 14 | 23 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

Los cuadros siguientes presentan el incremento de niños en cada grupo de edad y horario de atención tanto del año 1 como del año 2.

| CANTIDAD INCREMENTO DE NIÑOS A INGRESAR | | |
|--|--------------|--------------|
| Grupo de Edad | Año 1 | Año 2 |
| 1 – 2 años | 4 | 5 |
| 2 – 5 años | 7 | 10 |
| 5 – 12 años | 10 | 15 |
| Total | 20 | 30 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

| (Q) INCREMENTO DE NIÑOS A INGRESAR POR GRUPO DE EDAD | | |
|---|----------------|-------------------|
| Grupo de Edad | Año1 | |
| | Grupo 1 | Grupo 2 |
| | (Medio Tiempo) | (Tiempo Completo) |
| 1 – 2 años | 2 | 2 |
| 2 – 5 años | 4 | 3 |
| 5 – 12 años | 10 | 0 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

| (Q) INCREMENTO DE NIÑOS A INGRESAR POR GRUPO DE EDAD | | |
|---|----------------|-------------------|
| Grupo de Edad | Año2 | |
| | Grupo 1 | Grupo 2 |
| | (Medio Tiempo) | (Tiempo Completo) |
| 1 – 2 años | 3 | 2 |
| 2 – 5 años | 6 | 4 |
| 5 – 12 años | 15 | 0 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

Con los datos anteriores se calculó los ingresos, como se muestran en los cuadros siguientes:

| SERVICIO: CUIDADO GRUPO 1 MEDIO TIEMPO | | | | |
|---|----|---------------|-----------------|------------------------|
| MES | | PRECIO | CANTIDAD | INGRESO MENSUAL |
| Sep | 1 | 295,00 | 4 | 1.180,00 |
| Oct | 2 | 130,00 | 5 | 815,00 |
| Nov | 3 | 130,00 | 6 | 945,00 |
| Dic | 4 | 130,00 | 6 | 805,00 |
| Ene | 5 | 130,00 | 6 | 805,00 |
| Feb | 6 | 130,00 | 6 | 805,00 |
| Mar | 7 | 130,00 | 6 | 805,00 |
| Abr | 8 | 130,00 | 6 | 805,00 |
| May | 9 | 130,00 | 6 | 805,00 |
| Jun | 10 | 130,00 | 6 | 805,00 |
| Jul | 11 | 130,00 | 6 | 805,00 |
| Ago | 12 | 130,00 | 1 | 155,00 |
| Sep | 13 | 295,00 | 6 | 1.770,00 |
| Oct | 14 | 130,00 | 7 | 1.075,00 |
| Nov | 15 | 130,00 | 8 | 1.205,00 |
| Dic | 16 | 130,00 | 9 | 1.335,00 |
| Ene | 17 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Feb | 18 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Mar | 19 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Abr | 20 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| May | 21 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Jun | 22 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Jul | 23 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Ago | 24 | 130,00 | 2 | 285,00 |
| Sep | 25 | 295,00 | 9 | 2.655,00 |
| Oct | 26 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Nov | 27 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Dic | 28 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Ene | 29 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Feb | 30 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Mar | 31 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Abr | 32 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| May | 33 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Jun | 34 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Jul | 35 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Ago | 36 | 130,00 | 2 | 285,00 |
| TOTAL | | | | 38.460,00 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | |

| SERVICIO: CUIDADO GRUPO 1 TIEMPO COMPLETO | | | | |
|--|----|---------------|-----------------|------------------------|
| MES | | PRECIO | CANTIDAD | INGRESO MENSUAL |
| Sep | 1 | 315,00 | 2 | 756,00 |
| Oct | 2 | 150,00 | 3 | 537,00 |
| Nov | 3 | 150,00 | 4 | 745,00 |
| Dic | 4 | 150,00 | 4 | 625,00 |
| Ene | 5 | 150,00 | 4 | 625,00 |
| Feb | 6 | 150,00 | 4 | 625,00 |
| Mar | 7 | 150,00 | 4 | 625,00 |
| Abr | 8 | 150,00 | 4 | 625,00 |
| May | 9 | 150,00 | 4 | 625,00 |
| Jun | 10 | 150,00 | 4 | 625,00 |
| Jul | 11 | 150,00 | 4 | 625,00 |
| Ago | 12 | 150,00 | 1 | 175,00 |
| Sep | 13 | 315,00 | 4 | 1.260,00 |
| Oct | 14 | 150,00 | 5 | 895,00 |
| Nov | 15 | 150,00 | 6 | 1.045,00 |
| Dic | 16 | 150,00 | 6 | 925,00 |
| Ene | 17 | 150,00 | 6 | 925,00 |
| Feb | 18 | 150,00 | 6 | 925,00 |
| Mar | 19 | 150,00 | 6 | 925,00 |
| Abr | 20 | 150,00 | 6 | 925,00 |
| May | 21 | 150,00 | 6 | 925,00 |
| Jun | 22 | 150,00 | 6 | 925,00 |
| Jul | 23 | 150,00 | 6 | 925,00 |
| Ago | 24 | 150,00 | 1 | 175,00 |
| Sep | 25 | 315,00 | 6 | 1.890,00 |
| Oct | 26 | 150,00 | 6 | 925,00 |
| Nov | 27 | 150,00 | 6 | 925,00 |
| Dic | 28 | 150,00 | 6 | 925,00 |
| Ene | 29 | 150,00 | 6 | 925,00 |
| Feb | 30 | 150,00 | 6 | 925,00 |
| Mar | 31 | 150,00 | 6 | 925,00 |
| Abr | 32 | 150,00 | 6 | 925,00 |
| May | 33 | 150,00 | 6 | 925,00 |
| Jun | 34 | 150,00 | 6 | 925,00 |
| Jul | 35 | 150,00 | 6 | 925,00 |
| Ago | 36 | 150,00 | 1 | 175,00 |
| TOTAL | | | | 29.303,00 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | |

| SERVICIO: CUIDADO GRUPO 2 MEDIO TIEMPO | | | | |
|---|----|---------------|-----------------|------------------------|
| MES | | PRECIO | CANTIDAD | INGRESO MENSUAL |
| Sep | 1 | 295,00 | 6 | 1.770,00 |
| Oct | 2 | 130,00 | 7 | 1.075,00 |
| Nov | 3 | 130,00 | 8 | 1.205,00 |
| Dic | 4 | 130,00 | 9 | 1.335,00 |
| Ene | 5 | 130,00 | 10 | 1.465,00 |
| Feb | 6 | 130,00 | 10 | 1.325,00 |
| Mar | 7 | 130,00 | 10 | 1.325,00 |
| Abr | 8 | 130,00 | 10 | 1.325,00 |
| May | 9 | 130,00 | 10 | 1.325,00 |
| Jun | 10 | 130,00 | 10 | 1.325,00 |
| Jul | 11 | 130,00 | 10 | 1.325,00 |
| Ago | 12 | 130,00 | 2 | 285,00 |
| Sep | 13 | 260,00 | 10 | 2.600,00 |
| Oct | 14 | 130,00 | 12 | 1.890,00 |
| Nov | 15 | 130,00 | 14 | 2.150,00 |
| Dic | 16 | 130,00 | 14 | 1.820,00 |
| Ene | 17 | 130,00 | 14 | 1.845,00 |
| Feb | 18 | 130,00 | 14 | 1.845,00 |
| Mar | 19 | 130,00 | 14 | 1.845,00 |
| Abr | 20 | 130,00 | 14 | 1.845,00 |
| May | 21 | 130,00 | 14 | 1.845,00 |
| Jun | 22 | 130,00 | 14 | 1.845,00 |
| Jul | 23 | 130,00 | 14 | 1.845,00 |
| Ago | 24 | 130,00 | 3 | 415,00 |
| Sep | 25 | 260,00 | 14 | 3.640,00 |
| Oct | 26 | 130,00 | 14 | 1.845,00 |
| Nov | 27 | 130,00 | 14 | 1.845,00 |
| Dic | 28 | 130,00 | 14 | 1.845,00 |
| Ene | 29 | 130,00 | 14 | 1.845,00 |
| Feb | 30 | 130,00 | 14 | 1.845,00 |
| Mar | 31 | 130,00 | 14 | 1.845,00 |
| Abr | 32 | 130,00 | 14 | 1.845,00 |
| May | 33 | 130,00 | 14 | 1.845,00 |
| Jun | 34 | 130,00 | 14 | 1.845,00 |
| Jul | 35 | 130,00 | 14 | 1.845,00 |
| Ago | 36 | 130,00 | 3 | 415,00 |
| TOTAL | | | | 59.380,00 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | |

| SERVICIO: CUIDADO GRUPO 2 TIEMPO COMPLETO | | | | |
|--|----|---------------|-----------------|------------------------|
| MES | | PRECIO | CANTIDAD | INGRESO MENSUAL |
| Sep | 1 | 315,00 | 4 | 1.260,00 |
| Oct | 2 | 130,00 | 5 | 815,00 |
| Nov | 3 | 130,00 | 6 | 945,00 |
| Dic | 4 | 130,00 | 7 | 1.075,00 |
| Ene | 5 | 130,00 | 7 | 935,00 |
| Feb | 6 | 130,00 | 7 | 935,00 |
| Mar | 7 | 130,00 | 7 | 935,00 |
| Abr | 8 | 130,00 | 7 | 935,00 |
| May | 9 | 130,00 | 7 | 935,00 |
| Jun | 10 | 130,00 | 7 | 935,00 |
| Jul | 11 | 130,00 | 7 | 935,00 |
| Ago | 12 | 130,00 | 1 | 155,00 |
| Sep | 13 | 260,00 | 7 | 1.820,00 |
| Oct | 14 | 130,00 | 9 | 1.500,00 |
| Nov | 15 | 130,00 | 9 | 1.170,00 |
| Dic | 16 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Ene | 17 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Feb | 18 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Mar | 19 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Abr | 20 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| May | 21 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Jun | 22 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Jul | 23 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Ago | 24 | 130,00 | 2 | 285,00 |
| Sep | 25 | 260,00 | 9 | 2.340,00 |
| Oct | 26 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Nov | 27 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Dic | 28 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Ene | 29 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Feb | 30 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Mar | 31 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Abr | 32 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| May | 33 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Jun | 34 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Jul | 35 | 130,00 | 9 | 1.195,00 |
| Ago | 36 | 130,00 | 2 | 285,00 |
| TOTAL | | | | 39.705,00 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | |

| SERVICIO: CUIDADO GRUPO 3 MEDIO TIEMPO | | | | |
|---|----|---------------|-----------------|------------------------|
| MES | | PRECIO | CANTIDAD | INGRESO MENSUAL |
| Sep | 1 | 275,00 | 14 | 3.850,00 |
| Oct | 2 | 130,00 | 16 | 2.410,00 |
| Nov | 3 | 130,00 | 18 | 2.670,00 |
| Dic | 4 | 130,00 | 20 | 2.930,00 |
| Ene | 5 | 130,00 | 22 | 3.190,00 |
| Feb | 6 | 130,00 | 23 | 3.155,00 |
| Mar | 7 | 130,00 | 23 | 3.015,00 |
| Abr | 8 | 130,00 | 23 | 3.015,00 |
| May | 9 | 130,00 | 23 | 3.015,00 |
| Jun | 10 | 130,00 | 23 | 3.015,00 |
| Jul | 11 | 130,00 | 23 | 3.015,00 |
| Ago | 12 | 130,00 | 5 | 675,00 |
| Sep | 13 | 260,00 | 23 | 5.980,00 |
| Oct | 14 | 130,00 | 27 | 4.170,00 |
| Nov | 15 | 130,00 | 32 | 4.985,00 |
| Dic | 16 | 130,00 | 32 | 4.185,00 |
| Ene | 17 | 130,00 | 32 | 4.185,00 |
| Feb | 18 | 130,00 | 32 | 4.185,00 |
| Mar | 19 | 130,00 | 32 | 4.185,00 |
| Abr | 20 | 130,00 | 32 | 4.185,00 |
| May | 21 | 130,00 | 32 | 4.185,00 |
| Jun | 22 | 130,00 | 32 | 4.185,00 |
| Jul | 23 | 130,00 | 32 | 4.185,00 |
| Ago | 24 | 130,00 | 6 | 805,00 |
| Sep | 25 | 260,00 | 32 | 8.320,00 |
| Oct | 26 | 130,00 | 32 | 4.185,00 |
| Nov | 27 | 130,00 | 32 | 4.185,00 |
| Dic | 28 | 130,00 | 32 | 4.185,00 |
| Ene | 29 | 130,00 | 32 | 4.185,00 |
| Feb | 30 | 130,00 | 32 | 4.185,00 |
| Mar | 31 | 130,00 | 32 | 4.185,00 |
| Abr | 32 | 130,00 | 32 | 4.185,00 |
| May | 33 | 130,00 | 32 | 4.185,00 |
| Jun | 34 | 130,00 | 32 | 4.185,00 |
| Jul | 35 | 130,00 | 32 | 4.185,00 |
| Ago | 36 | 130,00 | 6 | 805,00 |
| TOTAL | | | | 134.350,00 |

ANEXO 11

DETALLE DEL CÁLCULO DE LOS EGRESOS

| EGRESOS MENSUALES TOTALES AÑO 1 | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Tipo de Egreso | MESES | | | | | | | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| <u>De Trabajo</u> | 6.016,55 | 5.526,55 | 5.466,55 | 5.466,55 | 5.466,55 | 5.526,55 | 5.466,55 | 5.466,55 | 5.466,55 | 5.526,55 | 5.466,55 | 5.302,55 |
| <i>Físicos</i> | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 |
| Local Comercial <small>(arr)</small> | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 |
| <i>Administración</i> | 972,34 | 972,34 | 912,34 | 912,34 | 912,34 | 972,34 | 912,34 | 912,34 | 912,34 | 972,34 | 912,34 | 808,34 |
| Director Administrativo <small>CF</small> | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 |
| Secretaria <small>CF</small> | 210,69 | 210,69 | 210,69 | 210,69 | 210,69 | 210,69 | 210,69 | 210,69 | 210,69 | 210,69 | 210,69 | 210,69 |
| Secretaria <small>CV</small> | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | |
| Contador <small>CF</small> | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 |
| Contador <small>CV</small> | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | 50,00 | |
| Servicios Básicos <small>CF</small> | 69,00 | 69,00 | 69,00 | 69,00 | 69,00 | 69,00 | 69,00 | 69,00 | 69,00 | 69,00 | 69,00 | 40,00 |
| Servicios Básicos <small>CV</small> | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 15,00 | 10,00 |
| Suministros de Aseo y Limpieza <small>CF</small> | 16,92 | 16,92 | 16,92 | 16,92 | 16,92 | 16,92 | 16,92 | 16,92 | 16,92 | 16,92 | 16,92 | 16,92 |
| Suministros de Aseo y Limpieza <small>CV</small> | 20,00 | 20,00 | | | | 20,00 | | | | 20,00 | | |
| Suministros y Materiales de Oficina <small>CF</small> | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 |
| Suministros y Materiales de Oficina <small>CV</small> | 40,00 | 40,00 | | | | 40,00 | | | | 40,00 | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <i>Operativo</i> | 4.044,21 | 3.554,21 | 3.554,21 | 3.554,21 | 3.554,21 | 3.554,21 | 3.554,21 | 3.554,21 | 3.554,21 | 3.554,21 | 3.554,21 | 3.494,21 |
| Seguro CF | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 |
| Publicidad CV | | | | | | | | | | | | |
| Aux. de limpieza y cocina CF | 198,36 | 198,36 | 198,36 | 198,36 | 198,36 | 198,36 | 198,36 | 198,36 | 198,36 | 198,36 | 198,36 | 198,36 |
| Director Docente CF | 209,63 | 209,63 | 209,63 | 209,63 | 209,63 | 209,63 | 209,63 | 209,63 | 209,63 | 209,63 | 209,63 | 209,63 |
| Docentes CF | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 |
| Docentes CV | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | |
| Auxiliar Pedagógico CF | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 |
| Médico Pediatra CF | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 |
| Médico Pediatra CV | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | |
| Psicóloga Infantil CF | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 |
| Psicóloga Infantil CV | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | |
| Nutricionista CF | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 |
| Servicios Básicos CF | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 |
| Uniformes CV | 490,00 | | | | | | | | | | | |
| <i>Financiamiento</i> | | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 |
| <i>Pago Intereses</i> | | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 |
| Total de Egresos Año 1 | 24.949,06 | 6.451,74 | 5.961,74 | 5.901,74 | 5.901,74 | 5.901,74 | 5.961,74 | 5.901,74 | 5.901,74 | 5.901,74 | 5.961,74 | 5.901,74 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Docentes CV | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 |
| Auxiliar Pedagógico CF | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 |
| Médico Pediatra CF | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 |
| Médico Pediatra CV | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 |
| Psicóloga Infantil CF | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 |
| Psicóloga Infantil CV | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 |
| Nutricionista CF | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 |
| Servicios Básicos CF | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 |
| Uniformes CV | 490,00 | | | | | | | | | | | |
| Financiamiento | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 257,13 | - | - |
| Pago Intereses | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 257,13 | - | - |
| Total de Egresos Año 2 | 8.266,14 | 6.798,14 | 6.798,14 | 6.798,14 | 6.858,14 | 6.798,14 | 6.798,14 | 6.798,14 | 6.858,14 | 6.620,09 | 6.362,95 | 6.362,95 |

Fuente: Estudio Financiero.

Elaboración: Karina Navarrete

| | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Director Docente CF | 209,63 | 209,63 | 209,63 | 209,63 | 209,63 | 209,63 | 209,63 | 209,63 | 209,63 | 209,63 | 209,63 | 209,63 |
| Docentes CF | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 | 1.035,64 |
| Docentes CV | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 |
| Auxiliar Pedagógico CF | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 | 406,98 |
| Médico Pediatra CF | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 | 235,36 |
| Médico Pediatra CV | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 |
| Psicóloga Infantil CF | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 | 208,71 |
| Psicóloga Infantil CV | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 | 20,00 |
| Nutricionista CF | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 | 207,13 |
| Servicios Básicos CF | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 |
| Uniformes CV | 490,00 | - | | | | | | | | | | |
| Financiamiento | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| <i>Pago Intereses</i> | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Total de Egresos Año 3 | 7.830,95 | 6.164,59 | 6.164,59 | 6.164,59 | 6.224,59 | 6.164,59 | 6.164,59 | 6.164,59 | 6.224,59 | 6.164,59 | 6.164,59 | 6.164,59 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | | | | | | | | | |

ANEXO 12

DETALLE DEL CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN

| AÑOS Y PORCENTAJES DE DEPRECIACIÓN | | |
|--|---------------------|----------------|
| Nombre del Activo | %Depreciación anual | Años vida útil |
| Muebles y enseres | 10% | 10 |
| Equipo de oficina | 10% | 10 |
| Equipo de computo | 33% | 3 |
| Fuente: Ley de Régimen Tributario Interno | | |
| Elaboración y Adaptación: Karina Navarrete | | |

| MUEBLES Y ENSERES | | | | |
|-------------------------------|-------------------|--------------------|------------------------|-----------------|
| Año | Valor Depreciable | Depreciación Anual | Depreciación Acumulada | Valor en Libros |
| 0 | | | | 7.740,87 |
| 1 | 7.740,87 | 774,09 | 774,09 | 6.966,78 |
| 2 | 7.740,87 | 774,09 | 1.548,17 | 6.192,70 |
| 3 | 7.740,87 | 774,09 | 2.322,26 | 5.418,61 |
| 4 | 7.740,87 | 774,09 | 3.096,35 | 4.644,52 |
| 5 | 7.740,87 | 774,09 | 3.870,44 | 3.870,44 |
| 6 | 7.740,87 | 774,09 | 4.644,52 | 3.096,35 |
| 7 | 7.740,87 | 774,09 | 5.418,61 | 2.322,26 |
| 8 | 7.740,87 | 774,09 | 6.192,70 | 1.548,17 |
| 9 | 7.740,87 | 774,09 | 6.966,78 | 774,09 |
| 10 | 7.740,87 | 774,09 | 7.740,87 | 0,00 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | |

| EQUIPO DE OFICINA | | | | |
|-------------------------------|--------------------------|---------------------------|-------------------------------|------------------------|
| Año | Valor Depreciable | Depreciación Anual | Depreciación Acumulada | Valor en Libros |
| 0 | | | | 232,70 |
| 1 | 232,70 | 23,27 | 23,27 | 209,43 |
| 2 | 232,70 | 23,27 | 46,54 | 186,16 |
| 3 | 232,70 | 23,27 | 69,81 | 162,89 |
| 4 | 232,70 | 23,27 | 93,08 | 139,62 |
| 5 | 232,70 | 23,27 | 116,35 | 116,35 |
| 6 | 232,70 | 23,27 | 139,62 | 93,08 |
| 7 | 232,70 | 23,27 | 162,89 | 69,81 |
| 8 | 232,70 | 23,27 | 186,16 | 46,54 |
| 9 | 232,70 | 23,27 | 209,43 | 23,27 |
| 10 | 232,70 | 23,27 | 232,70 | -0,00 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | |

| EQUIPO DE COMPUTO | | | | |
|-------------------------------|--------------------------|---------------------------|-------------------------------|------------------------|
| Año | Valor Depreciable | Depreciación Anual | Depreciación Acumulada | Valor en Libros |
| 0 | | | | 2.100,00 |
| 1 | 2.100,00 | 693,00 | 693,00 | 1.407,00 |
| 2 | 2.100,00 | 693,00 | 1.386,00 | 714,00 |
| 3 | 2.100,00 | 693,00 | 2.079,00 | 21,00 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | | | |

ANEXO 13

DETALLE DEL CÁLCULO DEL FLUJO NETO DE EFECTIVO

| FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO MENSUAL | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| TIEMPO | AÑO 1 | | | | | | | | | | | | |
| DESCRIPCIÓN | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| INGRESOS | | | | | | | | | | | | | |
| Ventas | | 8.816,00 | 5.652,00 | 6.510,00 | 6.770,00 | 7.020,00 | 6.845,00 | 6.705,00 | 6.705,00 | 6.705,00 | 6.705,00 | 6.705,00 | 1.445,00 |
| TOTAL DE INGRESOS | | 8.816,00 | 5.652,00 | 6.510,00 | 6.770,00 | 7.020,00 | 6.845,00 | 6.705,00 | 6.705,00 | 6.705,00 | 6.705,00 | 6.705,00 | 1.445,00 |
| EGRESOS | | | | | | | | | | | | | |
| Pre-Operacional | 7.160,15 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| De Capital | 17.788,90 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Local Comercial (arr) | - | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 |
| Sueldos | - | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 |
| Servicios Básicos (adm) | - | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 50,00 |
| Suministros de Aseo y Limpieza | - | 36,92 | 36,92 | 16,92 | 16,92 | 16,92 | 36,92 | 16,92 | 16,92 | 16,92 | 36,92 | 16,92 | 16,92 |
| Suministros y Materiales de Oficina | - | 100,00 | 100,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 100,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 100,00 | 60,00 | 60,00 |
| Seguro | - | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 |
| Publicidad | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Servicios Básicos (oper) | - | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 |
| Uniformes | - | 490,00 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Pago Financiamiento | - | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 |
| Impuestos (IR+PT) | - | 201,99 | 201,99 | 201,99 | 201,99 | 201,99 | 201,99 | 201,99 | 201,99 | 201,99 | 201,99 | 201,99 | 201,99 |
| TOTAL DE EGRESOS | -24.949,06 | -6.653,72 | -6.163,72 | -6.103,72 | -6.103,72 | -6.103,72 | -6.163,72 | -6.103,72 | -6.103,72 | -6.103,72 | -6.163,72 | -6.103,72 | -6.069,72 |
| FLUJO NETO (Ingresos - Egresos) | -24.949,06 | 2.162,28 | -511,72 | 406,28 | 666,28 | 916,28 | 681,28 | 601,28 | 601,28 | 601,28 | 541,28 | 601,28 | -4.624,72 |
| SALDO INICIAL | - | -24.949,06 | -22.786,78 | -23.298,51 | -22.892,23 | -22.225,96 | -21.309,68 | -20.628,41 | -20.027,13 | -19.425,86 | -18.824,58 | -18.283,31 | -17.682,03 |
| FLUJO NETO DE FONDOS ACUMULADO CON SALDOS | -24.949,06 | -22.786,78 | -23.298,51 | -22.892,23 | -22.225,96 | -21.309,68 | -20.628,41 | -20.027,13 | -19.425,86 | -18.824,58 | -18.283,31 | -17.682,03 | -22.306,76 |

| FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO MENSUAL | | | | | | | | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| TIEMPO | AÑO 2 | | | | | | | | | | | |
| DESCRIPCIÓN | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| INGRESOS | | | | | | | | | | | | |
| Ventas | 13.430,00 | 9.530,00 | 10.555,00 | 9.460,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 1.965,00 |
| TOTAL DE INGRESOS | 13.430,00 | 9.530,00 | 10.555,00 | 9.460,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 1.965,00 |
| EGRESOS | | | | | | | | | | | | |
| Pre-Operacional | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| De Capital | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Local Comercial <small>(arr)</small> | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 |
| Sueldos | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 |
| Servicios Básicos <small>(adm)</small> | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 |
| Suministros de Aseo y Limpieza | 36,92 | 16,92 | 16,92 | 16,92 | 36,92 | 16,92 | 16,92 | 16,92 | 36,92 | 16,92 | 16,92 | 16,92 |
| Suministros y Materiales de Oficina | 100,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 100,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 100,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 |
| Seguro | 1.792,80 | 1.792,80 | 1.792,80 | 1.792,80 | 1.792,80 | 1.792,80 | 1.792,80 | 1.792,80 | 1.792,80 | 1.792,80 | 1.792,80 | 1.792,80 |
| Publicidad | 918,00 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Servicios Básicos <small>(oper)</small> | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 |
| Uniformes | 490,00 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Pago Financiamiento | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 435,18 | 257,13 | - | - |
| Impuestos <small>(IR+PT)</small> | 762,97 | 762,97 | 762,97 | 762,97 | 762,97 | 762,97 | 762,97 | 762,97 | 762,97 | 762,97 | 762,97 | 762,97 |
| TOTAL DE EGRESOS | -9.029,11 | -7.561,11 | -7.561,11 | -7.561,11 | -7.621,11 | -7.561,11 | -7.561,11 | -7.561,11 | -7.621,11 | -7.383,06 | -7.125,93 | -7.125,93 |
| FLUJO NETO <small>(Ingresos - Egresos)</small> | 4.400,89 | 1.968,89 | 2.993,89 | 1.898,89 | 1.723,89 | 1.783,89 | 1.783,89 | 1.783,89 | 1.723,89 | 1.961,94 | 2.219,07 | -5.160,93 |
| SALDO INICIAL | -22.306,76 | -17.905,87 | -15.936,98 | -12.943,09 | -11.044,20 | -9.320,31 | -7.536,42 | -5.752,53 | -3.968,64 | -2.244,75 | -282,81 | 1.936,27 |
| FLUJO NETO DE FONDOS ACUMULADO CON SALDOS | -17.905,87 | -15.936,98 | -12.943,09 | -11.044,20 | -9.320,31 | -7.536,42 | -5.752,53 | -3.968,64 | -2.244,75 | -282,81 | 1.936,27 | -3.224,66 |

| FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO MENSUAL | | | | | | | | | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| TIEMPO | AÑO 3 | | | | | | | | | | | |
| DESCRIPCIÓN | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 |
| INGRESOS | | | | | | | | | | | | |
| Ventas | 18.845,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 1.965,00 |
| TOTAL DE INGRESOS | 18.845,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 9.345,00 | 1.965,00 |
| EGRESOS | | | | | | | | | | | | |
| Pre-Operacional | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| De Capital | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Local Comercial ^(arr) | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 | 1.000,00 |
| Sueldos | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 | 3.313,23 |
| Servicios Básicos ^(adm) | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 | 84,00 |
| Suministros de Aseo y Limpieza | 36,92 | 16,92 | 16,92 | 16,92 | 36,92 | 16,92 | 16,92 | 16,92 | 36,92 | 16,92 | 16,92 | 16,92 |
| Suministros y Materiales de Oficina | 100,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 100,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 | 100,00 | 60,00 | 60,00 | 60,00 |
| Seguro | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 | 896,40 |
| Publicidad | 918,00 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Servicios Básicos ^(oper) | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 | 96,00 |
| Uniformes | 490,00 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Pago Financiamiento | | | | | | | | | | | | |
| Impuestos ^(IR+PT) | 1.027,91 | 1.027,91 | 1.027,91 | 1.027,91 | 1.027,91 | 1.027,91 | 1.027,91 | 1.027,91 | 1.027,91 | 1.027,91 | 1.027,91 | 1.027,91 |
| TOTAL DE EGRESOS | -7.962,46 | -6.494,46 | -6.494,46 | -6.494,46 | -6.554,46 | -6.494,46 | -6.494,46 | -6.494,46 | -6.554,46 | -6.494,46 | -6.494,46 | -6.494,46 |
| FLUJO NETO (Ingresos - Egresos) | 10.882,54 | 2.850,54 | 2.850,54 | 2.850,54 | 2.790,54 | 2.850,54 | 2.850,54 | 2.850,54 | 2.790,54 | 2.850,54 | 2.850,54 | -4.529,46 |
| SALDO INICIAL | -3.224,66 | 7.657,88 | 10.508,41 | 13.358,95 | 16.209,48 | 19.000,02 | 21.850,55 | 24.701,09 | 27.551,62 | 30.342,16 | 33.192,70 | 36.043,23 |
| FLUJO NETO DE FONDOS ACUMULADO CON SALDOS | 7.657,88 | 10.508,41 | 13.358,95 | 16.209,48 | 19.000,02 | 21.850,55 | 24.701,09 | 27.551,62 | 30.342,16 | 33.192,70 | 36.043,23 | 31.513,77 |

ANEXO 14

DETALLE DEL CÁLCULO DE LA TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO TMAR

Es la tasa de rendimiento anual para la implantación de un proyecto. La fórmula a utilizar es:

$$TMAR = i + f + i * f$$

Fuente: VACA URBINA Gabriel; Evaluación de Proyectos; Ed. McGraw Hill; México; 2001; Pág. 176.

donde:

i = Premio al riesgo

f = Inflación

El premio al riesgo se ha tomado del incremento de la demanda insatisfecha analizada en el Estudio de Mercado la cual es del 7%.

El promedio de la inflación publicada por el Banco Central del Ecuador desde enero del 2006 hasta diciembre del 2006 es de 3,30%.

Con estos datos se calcula la TMAR obteniéndose un valor 10,53%. Sin embargo al ser un proyecto nuevo que trabaja en parte con financiamiento externo, es esencial calcular la TMAR mixta, en la cual se considera la mezcla del capital propio y el financiamiento externo.

La fórmula de la TMAR mixta con mezcla de dos capitales es:

$$TMAR_{mixta} = \frac{FinanciamientoExterno}{InversiónInicial} * TasaActiva + \frac{FinanciamientoPropio}{InversiónInicial} * TMAR$$

Fuente: VACA URBINA Gabriel; Evaluación de Proyectos; Ed. McGraw Hill; México; 2001; Pág. 233.

El Financiamiento Externo sobre la Inversión Inicial es del 29,93% y el Financiamiento Propio sobre la Inversión Inicial es del 70,07%.

El Cálculo de la TMAR se muestra en el siguiente cuadro:

| CÁLCULO DE LA TMAR | | |
|---|---|--|
| DESCRIPCIÓN | % de Capital Externo / Total de la Inversión | % de Fondos Propios / Total de la Inversión |
| (A) % de Financiamiento sobre la Inversión | 29,93% | 70,07% |
| (B) Tasa Activa - $TMAR_f$ | 10,37% | 10,53% |
| (C) = A*B | 3,10% | 7,38% |
| TMAR (C_1+C_2) | 10,48% | |
| Fuente: Estudio Financiero. | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

ANEXO 15

MARGEN NETO DE UTILIDAD

$$\text{MARGEN NETO DE UTILIDAD} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

| MARGEN NETO DE UTILIDAD | | |
|-------------------------------|---------------|--------|
| Año | Utilidad Neta | MNU |
| | | % |
| 1 | 5.753,02 | 7,51% |
| 2 | 19.082,10 | 17,29% |
| 3 | 26.163,57 | 22,90% |
| Fuente: Estudio Financiero. | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

MARGEN OPERACIONAL DE UTILIDAD

$$\text{MARGEN OPERACIONAL DE UTILIDAD} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas}}$$

| MARGEN OPERACIONAL DE UTILIDAD | | |
|--------------------------------|----------------------|--------|
| Año | Utilidad Operacional | MOU |
| | | % |
| 1 | 6.686,52 | 8,73% |
| 2 | 25.257,07 | 22,89% |
| 3 | 34.027,45 | 29,78% |
| Fuente: Estudio Financiero. | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

MARGEN BRUTO DE UTILIDAD

$$MARGENBRUTODEUTILIDAD = \frac{UtilidadBruta}{Ventas}$$

| MARGEN BRUTO DE UTILIDAD | | |
|-------------------------------|----------------|----------|
| Año | Utilidad Bruta | MBU % |
| 1 | 5.196,17 | 6,79% |
| 2 | 28.237,78 | 25,59% |
| 3 | 38.498,52 | 33,69% |
| Fuente: Estudio Financiero. | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

$$RB / C = \frac{FlujosGeneradosPorElProyecto}{InversiónInicial}$$

| RELACIÓN BENEFICIO COSTO | | |
|-------------------------------|-----------|-----------------------------|
| Año | Inversión | $R\left(\frac{B}{C}\right)$ |
| 0 | 24.949,06 | 1,75 |
| Fuente: Estudio Financiero. | | |
| Elaboración: Karina Navarrete | | |

La relación beneficio costo es de 1,75, es decir, que por cada dólar invertido se recupera \$0.75.